



POSSEIBLE

Düşünme Dergisi / Journal of Thinking

ISSN : 2147-1622



Sayı: 11
Bahar / Spring 2017



POSSEIBLE

Düşünme Dergisi / Journal of Thinking

SAYI / ISSUE: 11

BAHAR / SPRING

2017

ISSN: 2147-1622

POSSEIBLE

Düşünme Dergisi

Sahibi

Ertuğrul Rufayi TURAN

Editör ve Sorumlu Yazı İşleri Müdürü

Ertuğrul Rufayi TURAN

Editör Yardımcıları

Emrah AKDENİZ

Ömer Faik ANLI

Senem KURTAR

Yayın Kurulu

Ahmet İNAM (Orta Doğu Teknik Üniversitesi)

Erdal CENGİZ (Ankara Üniversitesi)

Kurtuluş DİNÇER (Hacettepe Üniversitesi)

Ertuğrul Rufayi TURAN (Ankara Üniversitesi)

Sedat YAZICI (Çankırı Karatekin Üniversitesi)

Emrah Akdeniz (Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi)

Senem KURTAR (Ankara Üniversitesi)

Seyit COŞKUN (Ankara Üniversitesi)

Ömer Faik ANLI (Ankara Üniversitesi)

Danışma Kurulu

A.Kadir ÇÜÇEN (Uludağ Üniversitesi)

Barış PARKAN (Orta Doğu Teknik Üniversitesi)

Cemal GÜZEL (Hacettepe Üniversitesi)

Elif ÇIRAKMAN (Orta Doğu Teknik Üniversitesi)

Güçlü ATEŞOĞLU (Mimar Sinan G.S.Ü.)

Güzin YAMANER (Ankara Üniversitesi)

Harun TEPE (Hacettepe Üniversitesi)

Kubilay AYSEVENER (Dokuz Eylül Üniversitesi)

Melih BAŞARAN (Galatasaray Üniversitesi)

Nilgün TOKER KILINÇ (Ege Üniversitesi)

Remzi DEMİR (Ankara Üniversitesi)

Serpil SANCAR (Ankara Üniversitesi)

Zeynep DİREK (Koç Üniversitesi)

Emrah GÜNOK (Van Yüzünü Yıl Üniversitesi)

Ayhan SOL (Orta Doğu Teknik Üniversitesi)

Besim DELLALOĞLU (Sakarya Üniversitesi)

Çetin TÜRKYILMAZ (Hacettepe Üniversitesi)

Erdoğan SAYAN (Orta Doğu Teknik Üniversitesi)

Gülşay ÖZDEMİR AKGÜNDÜZ (Bingöl Üniversitesi)

Halil TURAN (Orta Doğu Teknik Üniversitesi)

Hüseyin Gazi TOPDEMİR (Muğla Üniversitesi)

M.Cihan CAMCI (Akdeniz Üniversitesi)

Nazile KALAYCI (Hacettepe Üniversitesi)

Ömer Naci SOYKAN (Mimar Sinan G.S.Ü.)

R. Levent AYSEVER (Dokuz Eylül Üniversitesi)

Yasin CEYLAN (Orta Doğu Teknik Üniversitesi)

Solmaz ZELYÜT (Ege Üniversitesi)

Erhan DEMİRCİOĞLU (Koç Üniversitesi)

Sekreteryası

Zeynep İrem ÖZATAY

Kapak Tasarım

Ömer Faik ANLI

Yazışma Adresi

Ankara Üniversitesi,

Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi, Felsefe Bölümü, Ankara

Posseible Düşünme Dergisi hakemli bir dergidir. Yılda iki sayı olmak üzere elektronik ortamda yayınlanır.

**Posseible Düşünme Dergisi 2016 yılından itibaren The Philosopher's Index tarafından
dizinlenmektedir.**

ISSN: 2147-1622

editor@posseible.com

<http://www.posseible.com>

Tel: 0 312 310 3280 / 1232 – 1233

Bahar 2017, Sayı 11

Yayın Tarihi: Haziran 2017



POSSEIBLE

Journal of Thinking

Owner

Ertuğrul Rufayi TURAN

Editor

Ertuğrul Rufayi TURAN

Assistant Editors

Emrah AKDENİZ

Ömer Faik ANLI

Senem KURTAR

Editorial Board

Ahmet İNAM (Middle East Technical University)

Erdal CENGİZ (Ankara University)

Kurtuluş DİNÇER (Hacettepe University)

Ertuğrul Rufayi TURAN (Ankara University)

Sedat YAZICI (Cankırı Karatekin University)

Emrah Akdeniz (Van Yuzuncu Yıl University)

Senem KURTAR Ankara University)

Seyit COŞKUN (Ankara University)

Ömer Faik ANLI (Ankara University)

Board of Consultants

A.Kadir ÇÜÇEN (Uludag University)

Barış PARKAN (Middle East Technical University)

Cemal GÜZEL (Hacettepe University)

Elif ÇIRAKMAN (Middle East Technical University)

Güçlü ATEŞOĞLU (Mimar Sinan F. A. University)

Güzin YAMANER (Ankara University)

Harun TEPE (Hacettepe University)

Kubilay AYSEVENER (Dokuz Eylül University)

Melih BAŞARAN (Galatasaray University)

Nilgün TOKER KILINÇ (Ege University)

Remzi DEMİR (Ankara University)

Serpil SANCAR (Ankara University)

Zeynep DİREK (Koc University)

Emrah GÜNOK (Van Yuzuncu Yıl University)

Ayhan SOL (Middle East Technical University)

Besim DELLALOĞLU (Sakarya University)

Çetin TÜRKYILMAZ (Hacettepe University)

Erdoğan SAYAN (Middle East Technical University)

Gülşah ÖZDEMİR AKGÜNDÜZ (Bingöl University)

Halil TURAN (Middle East Technical University)

Hüseyin Gazi TOPDEMİR (Mugla University)

M.Cihan CAMCI (Akdeniz University)

Nazile KALAYCI (Hacettepe University)

Ömer Naci SOYKAN (Mimar Sinan F.A. University)

R. Levent AYSEVER (Dokuz Eylül University)

Yasin CEYLAN (Middle East Technical University)

Solmaz ZELYÜT (Ege University)

Erhan DEMİRCİOĞLU (Koc University)

Secretariat

Zeynep İrem ÖZATAY

Cover Design

Ömer Faik ANLI

Mailing Address

Ankara University,

Faculty of Letters, Philosophy Department, Ankara, Turkey

Posseible Journal of Thinking is a bi-annual academic philosophical journal. The journal is published twice a year electronically

***Posseible Journal of Thinking* is indexed by The Philosopher's Index from 2016.**

ISSN:2147-1622

editor@posseible.com

<http://www.posseible.com>

Phone: +90 312 310 3280 / 1232 – 1233

Spring 2017, Issue 11

Publication Date: June 2017



İÇİNDEKİLER

<i>Editör'den</i>	7
Hume ile Hesaplaşma: Philo, Tasarım Argümanına Karşı (Ferhat ONUR).....	8
Özel Mülkiyetin Hume'cu Temellendirilmesinin Eleştirisi (Uğur AYTAÇ).....	22
Bilimsel Bilgi ve Onun Özerkliğine Karşı Güçlü Program (Alper Bilgehan YARDIMCI)	34
Tekilliğin Siyaseti Üzerine (Mustafa DEMİRTAŞ).....	41
Platon'un Symposion'unda Eros Ya da Sokrates'in Bildiği Tek Şey Olan Aşk Üzerine (Metin BAL)	47
Ricoeur'ün Zaman Felsefesi Bağlamında Yaşama Sanatı Olarak Anlatı ve Bir Örnek: Mrs. Dalloway (Zeynep İrem ÖZATAY).....	64
Parfüm Reklamlarının Psikanalitik Çözümlemesi: Freudyen Bakış Açısı ve Hermeneutik Yaklaşım (Meltem GÜLER)	76
POSSEIBLE DÜŞÜNME DERGİSİ YAZIM KURALLARI VE YAYIN POLİTİKASI.....	107
PUBLICATION RULES AND PRINCIPLES.....	112

CONTENTS

Editorial Preface.....	7
Confronting Hume: Philo vs. Argument from Design (Ferhat ONUR)	8
A Critique of the Humean Justification of Private Property (Uğur AYTAÇ).....	22
Strong Programme against Scientific Knowledge and Its Autonomy (Alper Bilgehan YARDIMCI).....	34
On the Politics of Singularity (Mustafa DEMİRTAŞ).....	41
On Eros or Love, The Only Thing Socrates Knows in Plato's Symposium (Metin BAL).....	47
Narrative as the Art of Life in the Context of Ricoeur's Philosophy of Time and a Sample: Mrs. Dalloway (Zeynep İrem ÖZATAY).....	64
The Psychoanalytical Analysis of Perfum Advertisements: The Freudian Perspective and Hermeneutic Approach (Meltem GÜLER).....	76
PUBLICATION RULES AND PRINCIPLES (TURKISH).....	107
PUBLICATION RULES AND PRINCIPLES (ENGLISH).....	112



Editör'den

1844 El Yazmaları'nda Marx şöyle demektedir: “Doğa bilimleri büyük bir etkinlik göstermiş ve gittikçe büyüyen gereçler yığını biriktirmişlerdir. Ama onlar felsefeye ne kadar uzaksa felsefe de onlardan o kadar uzak kalmıştır. Bir anlık birleşmeleri sadece bir hayaldi. Birleşme isteği vardı, ama birleşme yolu yoktu. (...) Ama doğa bilimleri endüstri yoluyla pratikte insan hayatına sızmış ve insan hayatında dönüşümler yaratmıştır; insanlıktan uzaklaştırmayı doğrudan doğruya doruğuna vardığı halde aynı zamanda insanın kurtuluşunu da hazırlamıştır”. Felsefeyle bilimin arasında bir yarıklık olduğu müddetçe insanlık kendisini ebediyen kaybetmekle kurtuluş arasında kurulmuş bir sarkaç misali salınımına devam etmeye yazgılıdır. Tam da bu salınım yüzünden, Dickens'ın müthiş ifadeleriyle, çağımız zamanların en iyisi ve zamanların en kötüsü; akıl ve budalalık; inanç ve inançsızlık; ışık mevsimi ve karanlık mevsimi umut baharı ve üzüntü mevsimidir. Bu salınım ve yazgı (ve dahi bu metaforik anlatım) kimilerine ‘romantik’ ve ‘derin’ gelse de esasında insanların hayatlarına mal olmaktadır ve insanlık henüz birbirleriyle yakından ilişkili iki büyük ayıbını ortadan kaldırmamış durumdadır: Cehalet ve açlık.

Cehaletin ilacı bellidir. 20. yüzyılın bilime rağmen felsefe yapılamayacak bir çağ olarak nitelendirilmesi, özünde şüphe götürmez bir tespittir. Ancak, bilimin ve / veya felsefenin böylesi bir çağdaki konumlandırılışı farklı düşünsel patikalara yol açacak denli ayırıcıdır. Bilim hakkında konuştuğunda / düşündüğünde “bilimlere karşı değil, onlar için ve onların özsel doğası hakkında berrak bir fikir sahibi olmak için” konuştuğunu / düşündüğünü ifade eden ve ‘Varlığın anlamı problemi’ ile yola çıkarken bir epistemolojisinin olmaması üzerinden eleştirilebilecek olan Martin Heidegger'in şu ifadeleri üzerine düşünölmeye değerdir: “Araştırmacılar, öğretmenler ve öğrenciler topluluğunun varoluşu bilimin egemenliği altındadır. Varoluşumuzun temellerinde, özünde neler oluyor ki, bilim artık tutkumuz haline geldi?” Bu ifadeler bilime karşı bir cephe açmaya değil, bilimi düşünmeye, yani bilimle felsefe arasındaki yarığı kapatmaya dönük bir çağrıdır.

Bu çağrı, Possible'nin daimî çağrısıdır.



Hume ile Hesaplaşma: Philo, Tasarım Argümanına Karşı

Confronting Hume: Philo vs. Argument from Design

Ferhat ONUR

*Akdeniz Üniversitesi Felsefe Bölümü
Antalya, Türkiye
ferhatonur1982@gmail.com*

Makale Bilgisi

Gönderildiği Tarih: 23.02.2017
Kabul Edildiği Tarih: 31.05.2017
Yayınlandığı Tarih: 30.06.2017

Article Info

Date submitted: 23th February 2017
Date accepted: 31st May 2017
Date published: 30th June 2017

Öz

Hume'un "Doğal Din Üzerine Söyleşiler" adlı kitabında Philo, tüm felsefi silahlarıyla tasarım argümanına saldırır. Philo, nihayetinde, eleştirilerinin argümanın kuralsız versiyonuna karşı etkisiz olduğunu kabul etse de argümanın kurallı versiyonunu alt ettiğini düşünür. Ne var ki, onun bu düşüncesi bütünüyle ampirist varsayımlara dayanmaktadır. Bu çalışmada Philo'nun itirazlarının ancak antropoformizme karşı belli bir ölçüde başarılı olduğu, fakat onun ampirist varsayımları kabul edilmediği takdirde tasarım argümanını – şayet argüman en iyi açıklamayı veren bir argüman olarak düşünülürse – bozuma uğratabileceği güce sahip olmadığı gösterilmeye çalışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Tasarım Argümanı, Doğal Din, Antropoformizm, Ampirizm

Abstract

In Hume's book, "Dialogues Concerning Natural Religion", Philo attacks argument from design with all his philosophical weapons. Eventually, he accepts that his critiques are ineffective against the irregular version of the argument, but he still thinks that they beat the regular version of the argument. Yet, thinking this, he is relying on his empiricist assumptions. In this study, an attempt will be made to show that Philo's objections are at best to a certain extent successful against antropoformism, but if his empiricist assumptions are not accepted – and if the argument considered as an argument to the best explanation – they are incapable of demolishing argument from design.

Key Words: Argument from Design, Natural Religion, Antropoformism, Empiricism

Giriş: Tasarım Argümanı ve Hume

Bilindiği üzere, Tanrı'nın veya maddeyi yaratan ya da ona hayat veren üstün bir varlığın mevcudiyeti üzerine temel olarak üç argüman ileri sürülmüştür. Özetle söylersek, bunlardan birincisi, Tanrı'nın zorunlu olarak var olması gerektiğini bizatihi aklın kendisinden çıkarmaya çalışan *ontolojik argümandır*. İkincisi, her şeyin bir nedeni olduğu ilkesinden hareketle, Tanrı'yı nedenler zincirinin son halkası ve dolayısıyla ilk neden olarak ispatlamaya çalışan *kozmojik argümandır*. Üçüncüsü ise, evrenin düzenli ve kurallı bir yapı sergilediği varsayımıyla, Tanrı'yı bu düzenin kaynağı olarak gören *teleolojik argüman* veya eş deyişle *tasarım argümanıdır*.¹ Birincisi, duyusal deneyime dayanmadığından *a priori*, ikincisi, bir yandan deneyime diğer yandan akla dayandığından hem *a priori* hem *a posteriori*, üçüncüsü ise, ilkesini deneyimden aldığından *a posteriori* argümanlar olarak kabul edilirler. Ontolojik argüman ve kozmojik argüman her ne kadar tarih boyunca kendilerine taraftarlar bulmuş ve felsefi olarak savunulmuşlarsa da ne tasarım argümanı kadar cezbedici ve etkili olabilmişler ne de onun kadar yaygın bir şekilde kabul görmüşlerdir. Örneğin Kant, ontolojik ve kozmojik argümanlarla çabucak hesaplaştıktan sonra tasarım argümanı ile ilgili şöyle bir girizgâh yapar: "Bu kanıt hep saygıyla anılmayı hak eden bir kanıttır. O, en eski, en açık ve ortalama insan aklına en uygun düşen kanıttır. O, varlığını

¹ Tasarımın erek içermeyebileceği ileri sürülebilirse de (örneğin evrim teorisinde olduğu gibi), geleneksel olarak tasarım argümanının amacı bir tasarımcının var olduğunu ispatlamak olduğundan buradaki tanımlamada tasarımın doğası itibarıyla ereksel olduğu varsayılmaktadır.



doğa araştırmasına borçlu olduğu gibi, aynı zamanda bu araştırmayı canlandırır ve bu araştırmayla birlikte gücüne güç katar." (1998: 529)

Kant'ın deyimiyle gücünü doğa araştırmasından alan tasarım argümanı, genel olarak iki türde karşımıza çıkar. *Organizmik* ve *kozmetik* (Sober, 2005). Organizmik tasarım argümanları, dikkatimizi doğadaki canlıların incelikli ve karmaşık yapısına çekerek bizden bu inceliğin ve karmaşıklığın rasgele olamayacağını, ne yaptığını bilen bir zihnin ürünü olduğunu kabul etmemizi beklerler. Kozmik tasarım argümanları ise, evrenin bize kuralsız bir kaos ortamı olarak değil, belli birtakım yasalarla yönetilen, insanlar gibi zeki varlıkların ortaya çıkmasına elverecek şekilde bilinçli olarak ayarlanmış bir bütün olarak görüldüğünü, bunun da bizi yüksek bir zekanın varlığını onamaya götürmesi gerektiğini ileri sürerler. Bu ikinci tür argümanlar günümüzde daha geliştirilmiş versiyonlarıyla *ince ayarlanmış evren* (fine-tuning universe) ve *antropik ilke* gibi adlarla karşımıza çıkmaktadırlar. Tüm bu tasarım argümanlarının ortak noktası, doğanın inşasında bir *ereksellik*, hem organizmik hem de kozmik olarak doğanın bize düzenli bir formda görünmesinin kendisine dayandığı bir nedenin olduğudur. İşte Hume'un din felsefesi üzerine yazılarında ele aldığı esas mesele de bu nihai, açıklayıcı nedenin ontolojik imkânının rasyonel bir zeminde gösterilip gösterilemeyeceğidir.

Hume'un düşünce hayatına baktığımızda, 'din' olgusunun onun zihnini hayli meşgul etmiş olduğunu görüyoruz. Zira onun, kitaplar, makaleler, mektuplar ve kısa yazılardan oluşan din üzerine yazıları, tarih konusu hariç ilgilendiği diğer tüm konular üzerine yazdıklarından daha fazladır (Gaskin, 2009: 480). Bu yazılar içerisinde doğrudan din mefhumunu konu alan iki kitabı ön plana çıkmaktadır. Birincisi, *Dinin Doğal Tarihi* adlı, dinin nasıl ortaya çıktığına ve yayıldığına dair antropolojik bir inceleme, ikincisi ise *Doğal Din Üzerine Söyleşiler*² adlı, Tanrı inancının rasyonelliğinin sorgulandığı felsefi bir çalışmadır. Bizim de burada konu edineceğimiz bu ikinci kitap, hem Hume'un edebi açıdan en iyi işi olarak görülmekte hem de din felsefesinde yeni ufuklar açan bir klasik olarak kabul edilmektedir (Sessions, 2002: 1). Öyle ki, Hume'un getirdiği eleştirilerle hesaplaşmadan Tanrı'nın varlığı ve doğası üzerine pozitif bir öğreti ortaya koymanın havanda su dövmek olacağını söylersek herhalde abartmış olmayız.

Doğal Din Üzerine Söyleşiler

Doğal Din Üzerine Söyleşiler kitabı, adından da anlaşılacağı gibi, kurumsal anlamda veya kişinin yaşamını düzenleyen ahlâki ve sosyal kurallar bütünü olarak bir dini inanışı konu edinmez. Bu geleneksel dini inanış, köklerini, Tanrı'nın seçkin kullarına, bireysel ve toplumsal kaideleri belirlemeleri için bildirdiği düşünülen ilahi vahiyde bulur. Buna karşın *doğal din* kavramı, ilahi vahyin imkânı üzerine herhangi bir yargıda bulunmadan doğrudan akıl yoluyla Tanrı'nın varlığının ve sıfatlarının keşfedilmesini ve bu keşif sonucunda elde edilen bilgiye göre kişinin dünya görüşünü şekillendirmesini anlatır. Pek tabii bizi böylesi bir keşfe götürecek olan da her şeyden daha çok doğadaki 'düzen' ve 'tasarım' olacaktır.³ Bu nedenle Hume'un kitabı, çoğunlukla tasarım argümanı ile ilgilidir. Şimdi bu argümanı incelemeye geçmeden önce kitabın yapısı ve içeriği hakkında birkaç şey söylememiz gerekiyor.

Öncelikle Hume'un kitabını bir diyalog biçiminde kaleme aldığını belirtelim. Bu yolla Hume, muhtemelen döneminin politik atmosferi gereği kendisini gizlemek istemiştir.⁴ Zaten kitap da onun ölümünden sonra basılmıştır. Bununla birlikte bu kaygıdan bağımsız olarak düşünüldüğünde kitabın mevcut haliyle klasik felsefe metinlerine kıyasla oldukça renkli ve keyifli olduğu da bir gerçektir. Buna göre, kitapta bizi, ara konuşmacı Pamphilus'u saymazsak, tartışmayı yürüten üç konuşmacı karşılar:

² Bundan sonra yazı içerisinde bu kitabın DCNR (Dialogues Concerning Natural Religion) kısaltmasıyla atıfta bulunulacaktır.

³ Kutsal kitaplar da her ne kadar kendilerini "Tanrı'nın bir aracı ile doğrudan insanlara konuşması" olarak takdim etseler de doğadaki düzene ve tasarıma dikkat çekmeyi ihmal etmezler. Örneğin Kur'an şöyle söyler: "Onlar deveye bakmazlar mı nasıl yaratılmıştır? Ve göğe, nasıl yükseltilmiştir? Ve dağlara, nasıl dikilmiştir? Ve yere, nasıl yayılmıştır?" (88: 17-20) Yine İncil'de de benzeri örnekleri görmek mümkündür: Mezmurlar 19:2, Makâbeler 7: 28, Romalılar 1: 20, v.b.

⁴ Bkz. Ernest C. Mossner, "Hume ve Söyleşiler'in Kaldığı", *Din Üstüne*, Mete Tunçay (çev.), Ankara: İmge Kitabevi, 2004 (4. Baskı), s. 111-12.



Cleanthes, Philo ve Demea. Tasarım argümanını ileri sürecek olan Cleanthes (Tanrı'nın varlığının ve sıfatlarının doğayı gözlemleyerek de ortaya konabileceğini düşünen) deneyimci bir teist, Philo bir skeptik (şüpheli) ve Demea ise gelenekçi veya dogmatist bir teist ve bir mistik (Tanrı'nın doğasını bilmemizin imkânsız olduğunu düşünen bir bilinemezci) olarak resmedilir. Genellikle kitapta Hume'u temsil edenin veya onun sözcülüğünü yapanın bir skeptik olması hasebiyle Philo olduğu ileri sürülmekle birlikte, bizim buradaki amacımız Hume'un niyetinin ne olduğunu araştırmaktan ziyade onun itirazlarının tasarım argümanını zayıflatmakta veya çürütmekte ne kadar başarılı olduğunu ortaya koymaktır. Dolayısıyla Hume'un kendisiyle değil, ne söylediğiyle ilgileniyoruz diyebiliriz. Kitap, açılış konuşması hariç on iki bölümden oluşmaktadır ve ekseriyeti (2. ve 8. bölümler arası) tasarım argümanının tartışılmasına ayrılmıştır. Bunun yanında birinci bölüm özellikle şüphecilik üzerine bir tartışmayı, dokuzuncu bölüm Demea'nın a priori argümanını, onuncu ve on birinci bölümler kötülük problemini ve on ikinci bölüm ise 'gerçek din' hakkında Cleanthes ve Philo arasındaki konuşmayı ele almaktadır.

Cleanthes tasarım argümanını ortaya koymadan önce, ikinci bölümün hemen başlarında Demea, tartışmanın sonrası için de önemli olacak bir iddia ortaya atar. Ona göre mesele "Tanrı'nın *varlığı* ile değil, *doğası* ile ilgilidir" ve Tanrı'nın doğası ise "insan anlayışının kusurları sebebiyle, bizim için tümüyle kavranılamaz ve bilinemez bir şeydir." (DCNR, 17) Demea, "Tanrı'nın doğası" derken, onun "sıfatlarını, var oluş tarzını" veya başka bir deyişle, onun *nasıl* bir varlık olduğunu kastetmektedir. Ne var ki Demea'nın yaptığı bu varlık-doğa ayrımı problemlidir. Zira bir şeyin doğasından o şeyi tanımlayan öz nitelikleri anlarsak, söz konusu şeyin varlığını doğasından ayırmamız pek mümkün görünmemektedir. Söz gelimi, bir kalemin varlığını düşündüğümüzde, o kaleme ait birtakım tanımlayıcı özelliklerin (elle tutulan, yazı yazılan bir şey) kendiliğinden bu düşünceye eşlik ettiğini söyleyebiliriz. Aynı şekilde bir Tanrı'nın var olduğunu kabul ettiğimizde, ister istemez bu Tanrı'nın nasıl bir varlık olduğuna dair birtakım düşüncelere (zeki, iyi, irade sahibi, vb.) sahip olmamız gerekir. Aksi takdirde hakkında hiçbir şekilde konuşamadığımız bir varlığın mevcudiyetinden bahsetmek gibi bir tuhaflıkla yüz yüze gelmemiz kaçınılmazdır veya en fazla bu Tanrı soyut bir ilke olarak kalacaktır ki, bunun da insan yaşantısı açısından herhangi bir öneme sahip olduğunu söylemek zordur. Dolayısıyla Tanrı'nın varlığına dair ileri sürülen her argüman aslında onun doğasını tarif eden bazı yüklemeleri de barındıracak, keza Tanrı'nın doğasını belirlemeye çalışılan her argüman da bir bakıma onun varlığını tartışmaya açmış olacaktır. Nitekim dokuzuncu bölümde "Tanrısal sıfatların sonsuzluğunu" kanıtlamak için a priori argümana başvuran Demea'yı, argümanı Cleanthes'e anlattığı sırada, ironik bir şekilde, Tanrı'nın varlığını kanıtlamaya çalışırken buluruz (DCNR, 63-4). Fakat Cleanthes bu güçlüğün farkındadır: "...eğer fikirlerimiz, erişebildikleri ölçüde, doğru ve uygun değilse ve onun gerçek doğasıyla örtüşmüyorsa, bu konuyu sürdürmenin ne anlamı kalır bilmiyorum. Hiçbir anlamı olmaksızın sadece isim mi böylesine büyük bir önem arz etmektedir? Tanrısal Varlığın mutlak kavranılamazlığını savunan siz mistiklerin, her şeyin ilk nedeninin bilinemez ve anlaşılabilir olduğunu ileri süren skeptikler veya ateistlerden ne farkınız var?" (DCNR, 35) Bu bakımdan Cleanthes'in tasarım argümanını, göreceğimiz gibi, *antropomorfist* (insan-biçimli) bir Tanrı anlayışını gerektirmediği kullanması şaşırtıcı değildir.

Cleanthes'in Tasarım Argümanı ve Philo'nun İtirazları

Cleanthes, tasarım argümanını biri kurallı diğeri kuralsız olmak üzere iki şekilde sunar. Burada iki farklı tasarım argümanından ziyade aynı argümanın iki farklı yönünün öne çıkarıldığını söyleyebiliriz.⁵ Buna göre, argüman, kurallı haliyle, bizlerde, argümanın kabulüne yönelik rasyonel bir beklenti oluştururken, kuralsız haliyle duygusal bir beklenti oluşturuyor denilebilir. Tasarım argümanının kurallı versiyonu şöyledir:

Dünyaya bir bakın: Bütününü ve parçalarını düşünün: Onun insan duyu ve yetilerinin erişip açıklayabileceğinden öte kendileri de bölünebilen sonsuz sayıda küçük makinelere bölünmüş tek bir büyük

⁵ Bu konuda bir tartışma için bkz. Beryl Logan, "The Irregular Argument in Hume's Dialogues", *Hume Studies* Volume XVIII, Number 2 (November, 1992), s. 483-500. Logan, makalesinde Cleanthes'in argümanını iki şekilde formüle ettiği görüşünü, J. C. A. Gaskin'in *Dialoglar*'da tek bir argümanın olduğu görüşüne karşı savunmaktadır. Bizim görüşümüz Logan'ın görüşüne daha yakındır.



makineden başka bir şey olmadığını göreceksiniz. Tüm bu çeşitli makineler ve hatta en küçük parçaları bile, öyle bir hassaslıkla birbirine uyulanmıştır ki, onları bir kez olsun düşünen her kişiyi kendisine hayran bırakır. Doğanın her yanında araçların amaçlara ilginç bir şekilde uyulanması, insan tasarımının, düşüncesinin, bilgeliğinin ve zekâsının ürünlerine – onları çok aşmakla birlikte – tıpatıp benzetmektedir. Buna göre etkiler birbirine benzediğinden, analoginin tüm kuralları gereğince, bu bizi, nedenlerin de birbirine benzediğini ve doğanın yaratıcısının – yaptığı işin görkemiyle orantılı olarak çok daha büyük yetilere sahip olmakla birlikte – bir şekilde insan zihnine benzediğini çıkarsamaya götürür. Bu *a posteriori* argümanla ve sadece bu argümanla, Tanrısal bir varlığın var olduğunu ve insan zihnine ve zekâsına benzerliğini tek seferde kanıtlamış oluruz (DCNR, 19-20).

Bu pasajdan yola çıkarak Cleanthes'in argümanının kritik noktaları belirlenebilir. Birincisi, Cleanthes doğayı ve doğanın bölümlerini bir çeşit makineye benzetmektedir. İkincisi, analogisini temellendirdiği unsurlar "parçalar arasındaki ahenk" ve "araçların amaçlara uygunluğu" dur. Üçüncüsü, "etkiler birbirine benzerse nedenler de birbirine benzerdir" ilkesinden hareketle Tanrısal Varlığı insan zihnine benzetmektedir. Zira bizler makinelerin insan zihninin ürünü olduğunu tecrübe ediyoruz ve doğa ve onun parçaları da (canlı vücudu gibi) bir çeşit makine ise bu makineyi yapanın da insan zihnine benzediğini kabul etmek durumundayız. Burada Cleanthes'in argümanının en can alıcı noktasının ikincisi olduğuna dikkat edilmelidir. Parçalar arasındaki ahenk ve araçların amaçlara uygunluğu bizde düzen hissini uyandıran unsurlardır. Dolayısıyla Philo'nun sadece analoginin kusurluluğuna veya analogi ilkesinin meşru olmayan bir biçimde kullanılmasına işaret etmesi Cleanthes'in argümanını çürütmeye yetmez. Philo'nun esas yapması gereken şey, Cleanthes'in analogisini temellendirdiği unsurların, yani düzenin kaynağının Cleanthes'in savunduğundan daha güçlü ve olası bir alternatifte bulunabileceğini göstermektir. Zira Philo doğada bir düzen ve tasarımın kendisini gösterdiğini reddetmemektedir.⁶ Vurgulanması gereken bir başka nokta da Cleanthes'in tasarım argümanı ile Tanrısal Varlığın doğasına dair bir bilgiyi de açık etmesidir. Buna göre kendisine Tanrı dediğimiz tasarımcı *zeki* bir varlıktır.

Philo, aslında daha en başından itibaren Cleanthes'in argümanı ile yapmaya çalıştığı şeyi çok iyi anladığını gösterir. Buna göre Cleanthes Tanrı kanıtlaması için deneyime başvurmaktadır, çünkü deneyime başvurmaksızın tasarımın kaynağının madde mi yoksa zihin mi olduğunu belirlememizin imkânsız olduğunu düşünmektedir ve bu konuda haklıdır da. Aksi takdirde bir görüşü diğerine üstün tutmamız için herhangi bir gerekçemiz olamazdı. Maddenin kendi içinde düzen ilkesini taşıdığını ve tasarımın böyle bilinmeyen bir ilkeden kaynaklandığını ileri sürebileceğimiz gibi, Tanrısal zihinden kaynaklandığını da ileri sürebiliriz. Ne var ki, deneyime başvurduğumuzda Tanrısal zihne benzettiğimiz insan zihninin düzenleyici, planlayıcı bir özelliğe sahip olduğunu, maddenin ise bu özellikten yoksun olduğunu görüyoruz. Örneğin, demir, çimento, kiremit ve kumun kendi kendilerine bir ev oluşturduklarına tanık olmuyoruz, fakat evin planının insan zihninde şekillendiğini biliyoruz. Dolayısıyla ikinci görüşü birincisine tercih etmemiz için bir gerekçemiz varmış gibi görünüyor. Philo, olgulara dair çıkarımların deneyimde temellenmesi gerektiği ve deneysel akıl yürütmelerin, benzer nedenlerin benzer etkileri, benzer etkilerin de benzer nedenleri doğurduğu varsayımına dayandığını Cleanthes'le birlikte kabul eder (DCNR, 23). Bir farkla ki, Philo katı bir ampirist iken, Cleanthes ılımlı bir ampiristtir; yani Philo dünyaya dair bilgimizin deneyimimizin ötesine geçmesinin mümkün olmadığını, gerçeklik üzerine konuşmalarımızın anlamlı sayılabilmesi için tümüyle deneyime dayanması gerektiğini düşünür, Cleanthes'in ise böyle bir iddiası yoktur. Bu nokta önemlidir, zira Philo'nun bu felsefi kabulünün onun itirazlarının omurgasını oluşturduğunu söyleyebiliriz.

Nitekim Philo'nun birinci itirazı, Cleanthes'in kurduğu analogide deneyimin sınırlarını aştığını öngörür. Bir eve bakıp bu evin yapıcısı hakkında konuşmamız mümkündür, çünkü biz böyle yapıların inşası ile sürekli karşılaşırız. Fakat evren ve evrenin yapıcısı hakkında konuşurken aynı deneyim zenginliğine sahip değiliz. Şayet elimizde incelediğimiz şeyden tek bir örnek varsa veya o şeyi karşılaştıracağımız bir başka emsal yoksa, söz konusu şeyin parçalarından yola çıkarak bütününün

⁶ Şüphesiz Cleanthes'in ulaştığı sonuçların yanlışlığı bu en temel varsayımı reddedilerek de gösterilebilir. Yani evrende bir düzenin, doğada bir tasarımın olmadığı da savunulabilir. Ne var ki bu marjinal görüşün tartışılması yazımızın sınırlarını aşmaktadır. Bununla birlikte bu görüşü savunmanın oldukça zor olduğunu da söyleyebiliriz. Örneğin ünlü ateist Richard Dawkins bile en azından karmaşık organizmaların *tasarılanmış gibi göründüğünü* kabul etmektedir. Bkz., Richard Dawkins, 1996, s. 1, *The Blind Watchmaker*, New York & London: W. W. Norton & Company.



kökene hakkında bir yargıya varmamız mümkün değildir. Philo'nun örneğiyle, doğanın herhangi bir parçasını gözlemleyip doğanın bütününe nasıl ortaya çıktığına dair bir yargıda bulunmak insan saçının bir telini gözlemleyip insanın türeyişi hakkında yargıda bulunmak gibidir. Philo, bu itirazını daha da genişleterek, birbiriyle benzerlik kurduğumuz iki etki veya parça arasındaki benzerliğin birbirinden çok uzak olması durumunda, bu parçalardan birinin diğeri için kural oluşturamayacağını da ekler. Örnek olarak da krallıkların yönetimi için kendi ev ekonomisinden kural çıkararak köylü örneğini verir (DCNR, 24-5).

Philo, özetle, evrendeki düzenin insan zihnine benzer bir zihnin ürünü olduğunu söyleyebilmeniz için "evrenlerin oluşumu üzerine bir deneyiminiz olması gerekir" (DCNR, 26) diyor. Ne var ki, Philo'nun bu katı ampirist yaklaşımını kabul ettiğimiz takdirde bilim yapmamız da mümkün olmazdı. Zira bilimsel teoriler tümevarımsal ve hipotetikler. Tümevarımsaldırlar, yani doğanın birtakım yasalara sahip olduğu varsayımıyla bir parçası veya herhangi bir olgusu üzerinde tekrarlanan gözlemler yapıp bu gözlemlerden elde edilen sonuçların doğanın bütünü için de geçerli olduğu kabul edilir. Örneğin su molekülünün yapısı incelendiğinde iki hidrojen ve bir oksijenden meydana geldiği gözlem ve deneylerle belirlenir ve bu sonucun sadece bu dünyadaki su için değil, evrenin her yerinde de aynı olduğu kabul edilir. Bu nedenle uzayda su arayan bilim insanları gezegenlerin atmosferlerinin bu gazları bulundurup bulundurmadıklarını tespit etmeye çalışırlar. Bilimsel teoriler aynı zamanda hipotetikler, yani sadece gözlem yapıp veri toplayarak doğanın neden bu verilerin ortaya koyduğu şekilde davrandığını açıklayamazsınız. Hipotezler oluşturup olasılıkları hesaplayarak birtakım öngörülerde bulunmalısınız. Örneğin, Einstein'ın genel göreliliği uzay ve zamanın Newton'un düşündüğünün aksine mutlak olmayıp birbirine bağlı olduğunu, yerçekimi denin kuvvetinin de uzay-zamanın bükülmesinden kaynaklandığını ileri sürüyordu. Şüphesiz Einstein uzay-zamanın bükümlü olduğunu gözlemlememişti. Fakat eldeki verileri *en iyi şekilde açıklayacak* teorisinin kendisinininki olduğunu düşünüyordu. Einstein'ın teorisi günümüzde hala gözlem ve deneylerle test edilmekte, buna karşılık teori bu testlerden daha da güçlenerek çıkmaktadır. O halde gözlemlerin teoriyi açıkladığını söylemek yerine, teorisinin gözlemleri açıkladığını söylemeliyiz. Bu sonuç aslında Hume'un nedensellik incelemesinden de çıkmaktadır. Hume'a göre bir olayın bir başka olaya neden olduğunu sadece deneyimize dayanarak söylememiz mümkün değildir. Zira deneyimin veya gözlemin bize gösterdiği şey, belli bir olayın ardından (örneğin ateşin yanmasıyla) bir başka olayın gelmesinden (ısının yayılması) başka bir şey değildir. Buna göre deneyimin kendisi bu olaylar arasında nedensel bir bağ olduğunu ispatlamaz. Hume'un bu fikri tasarım düşüncesine de aynen uygulanabilir. Şöyle ki, bir evin tasarımı yapılmış olduğunu evlerin nasıl inşa edildiğine dair tecrübemizden çıkarmayız. Zira evi yapan ustanın hareketleri bize ustanın zihnindeki plana (ya da sonul nedene) dair bir şey söylemez. Bitmiş bir evi veya herhangi bir yapıyı gördüğümüzde, bizde bu yapının tasarımı yapılmış olduğuna dair bir izlenim uyandıran şey, araçların amaçlara uygunluğu ve parçalar arasındaki ahenktir. O halde nedenselliği nasıl deneyimden çıkaramıyorsak düzen ve tasarım düşüncesini de deneyimden çıkaramayız. Tam tersine, deneyimlerimiz ancak nedenselliği ve düzeni varsaydığımızda anlamlı olabilir. Hatta Philo'nun ampirizmini kabul ettiğimizde, dünya hakkındaki bilgimiz deneyimimizi aşamayacağından, dış dünyanın nasıl deneyimden bağımsız olarak var olduğuna dair bir açıklama da getiremeyiz. Bu da bizi solipsizme götürür. Dolayısıyla, Philo'nun ampirist varsayımlarını reddettiğimizde, evrendeki düzene zeki bir varlığın sebep olduğunu söyleyebilmemiz için evrenlerin oluşumu üzerine bir deneyimimiz olması gerekmez. Evrenin gözlemleyebildiğimiz kısmında karşılaştığımız düzeni evrenin tümüne yaymakta ve birbirinden analojik olarak ne kadar uzak olurlarsa olsunlar iki etkide gördüğümüz tasarımın nedenlerinin de birbirine benzer olabileceğini çıkarsamakta prensipte herhangi bir engel yoktur. Böyle düşünüldüğünde tasarım argümanı doğadaki düzenin kaynağını en iyi açıklamaya çalışan bir argüman olarak görülebilir.⁷ Buna göre daha önce de belirttiğimiz gibi, Philo'nun Cleanthes'i alt etmesi için düzenin kaynağını onun ileri sürdüğünden daha güçlü bir argümanla açıklaması gerekmektedir.

⁷ Bu bölümde yaptığımız çıkarımlarda kendisinden de faydalandığımız H. O. Mounce, argümanın bu haliyle artık Cleanthes'in argümanı olmaktan çıktığını düşünür. Zira ona göre Cleanthes argümanını antropomorfist bir Tanrı anlayışını ispatlamak üzere ortaya atmıştır (1999: 125). Mounce haklıdır, fakat bu aşamada henüz Cleanthes'in tam anlamıyla bir antropomorfist olduğunu söyleyemeyiz. Şimdiye dek onun tek söylediği, evrendeki düzenden zeki bir varlığın sorumlu olduğudur.



Philo'nun varsayımlarını kabul etmiş görünen Cleanthes taktik değiştirir: "Söylemem gerekir ki, itirazlarınız, hareketi yadsıyan filozofların anlaşılması zor bahanelerinden daha iyi değil ve onlar nasıl ciddi argümanlar ve felsefeden çok örnekler ve durumlar gösterilerek çürütülüyorsa, sizinkilerin de aynı şekilde çürütülmeleri gerekir" (DCNR, 29). Buna göre Cleanthes iki örnek sunar: Birincisi, bulutlardan gelen ses, ikincisi ise kitaplık örneği.⁸ Birinci örnekte, Cleanthes bizden insanların üretebileceği seslerden çok daha gürültülü ve melodik olan açık bir sesin her milletin kendi diline göre duyurulduğunu hayal etmemizi ister. Bu seste içerilen kelimeler sadece anlamlı olmakla kalmayıp aynı zamanda her şeyiyle insandan üstün iyiliksever bir varlıktan gelircesine bazı buyruklar da iletmektedir. Cleanthes'e göre böyle bir durumda duyduğumuz sesin benzerlik açısından insan sesinden ne kadar uzak olursa olsun, rüzgârların rasgele ışıltısından değil, zeki bir varlıktan geldiğini tereddütsüz kabul ederiz (DCNR, 29-30). Cleanthes'in bu örneğinde meşru olmayan bir şekilde "her şeyiyle insandan üstün iyiliksever bir varlık" varsayımını ortaya atmasının onun amacının yanında bir önemi yoktur. Onun amacı, böyle bir anı yaşayan insanların, duydukları bu ses karşısında, herhangi bir rasyonel analize girmeden, neredeyse istem dışı bir tepkiyle, sesin zeki bir varlığa ait olduğunu çabucak kabul etmelerine dikkat çekmektir. Bu, Cleanthes'in tasarım argümanının kurlsız bir örneklemesidir: "Gözünü düşünün, dikkatle inceleyin: Yapısına ve düzenine bakın ve bana içinizden geldiği gibi söyleyin, bir tasarımcısı olduğu fikri duyguya benzer bir itkiyle içinize doğmuyor mu?" Tasarım argümanının bu kurlsız versiyonu, tasarımcının varlığını argümantatif olarak ispatlama yoluna gitmez. Nasıl hareketin mümkün olduğunu göstermek için rasyonel gerekçelendirmelere ihtiyaç duymuyorsak ve bunu yapmaya kalkıştığımızda sağduyumuza aykırı bir sürü acayiplikle karşılaşıyorsak, doğayı incelediğimizde adeta duygusal bir etkiyle kendini bize hissettiren tasarımcının varlığı için de sezgilerimizden başka fazladan gerekçelere ihtiyacımız yoktur. Cleanthes'in bu yaklaşımı, bizi, tasarımcıya olan inancın *doğal bir inanç* olup olmadığı sorununa götürecektir ki bu meseleye yazının sonunda değineceğiz.

Bu örnekle birlikte Cleanthes'in antropoforizminin iyiden iyiye belirginleşmeye başladığını da görüyoruz. Zira o, artık doğanın tasarımcısının sadece zeki değil, aynı zamanda *iyiliksever* bir varlık olduğunu ileri sürmektedir. Gerçekten de, konuşmanın devamında, Demea, insan zihnine ait hiçbir duygunun Tanrı'ya atfedilemeyeceğini, insan zihninin Tanrısal zihne benzetilemeyecek kadar kusurlu (değişken, arızalı, bileşik), buna karşın Tanrı'nın mükemmel (değişmez, yekpare, basit) olduğunu birtakım teist otoritelere dayanarak uzun uzun açıkladıktan sonra, Cleanthes ona şöyle cevap verir: "Eylem, duygu ve fikirleri ayrı ve arızık olmayan, bütünüyle basit ve tamamen değişmez olan bir zihin; düşüncesi, akli, iradesi, duygusu, sevgisi ve nefreti olmayan bir zihindir veya tek kelimeyle zihin falan değildir. Ona bu adı vermek, terimleri kötüye kullanmak olur ve [ona bu adı verdikten sonra] şekli olmayan sınırlı bir uzamdan veya bileşimi olmayan bir sayıdan da pekâlâ söz edebiliriz." (DCNR, 36-37) Bu sözleriyle Cleanthes, varlık ve doğa arasında net bir ayırım yapılamayacağını tekrar onamakta ve insan zihni ile Tanrısal varlık arasındaki benzerliği ileri boyutlara taşımaktadır. Dolayısıyla Philo'nun yeni hedefi Cleanthes'in antropoforizminin kabul edilemez sonuçlarını ona göstermek olacaktır.

Antropomorfizm Kabul Edilebilir Midir?

Cleanthes'in tasarım argümanı 'benzer etkilerin nedenleri de benzerdir' şeklindeki deneysel ilkeye dayanıyordu. Philo bu ilkeye, Hume'un *An Enquiry Concerning Human Understanding* (İnsanın Anlama Yetisi Üzerine Bir İnceleme) adlı kitabının XI. bölümünde de bahsettiği 'etki ile nedenin orantılı olması' ilkesini de ekler. Buna göre, "bir etkiden belli bir nedeni çıkarsadığımızda, birini diğerine oranlamalıyız ve hiçbir şekilde nedene etkiyi oluşturmak için yeterli olandan daha fazla özellik yüklememeliyiz."⁹ Bu

⁸ Bu ikinci örneğe hem birinci örnekle aynı fikri içermesi, hem de ekonomiklik açısından burada yer vermeyeceğiz. Bkz. D. Hume, *Din Üstüne*, Mete Tunçay (çev.), Ankara: İmge Kitabevi, 4. Baskı, 2004, s. 179-80.

⁹ Bu ilkeye Hume'un de zımni olarak kabul ettiği bir ekleme yapılması gerekmektedir. Şayet etkiyi oluşturan nedene ait, etkiden ayrı olarak daha önce edindiğimiz bir bilgi varsa, etkiden nedene gidişte bu bilgi de hesaba katılmalıdır. Buna göre Hume'un ilkesi şu şekilde yeniden formüle edilebilir: "Şayet neden sadece etkisi ile biliniyorsa, öyle yapmamızı gerektirecek etki ile ilgili (tümevarımsal veya tümdengelsel) bir arka plan bilgisine sahip olmadığımız sürece, etkiyi oluşturmaya gerekenden daha fazla özelliği hiçbir zaman nedene yüklememeliyiz." (Beaudoin, 1999: 28) Hume'un örneğiyle söylersek, bir kumsalda gezinirken kum üzerinde tek bir ayak izi gördüğümüzde muhtemelen o izin yanında bir başka ayak izi olduğunu ve bir şekilde yüzeyden



metodolojik ilkenin tasarım argümanı açısından önemi ortadadır: "Tanrıların, varlığın veya evrendeki düzenin yaratıcıları olduğu kabul edilse bile, eserlerinde kendisini gösterdiği derecedeki güç, zekâ ve iyilikseverliğe sahip oldukları söylenebilir, fakat bundan daha fazlası hiçbir zaman kanıtlanamaz..." (2007: 99-100) Farz edelim ki, Cleanthes'in evrendeki düzenin gerisinde Tanrısal bir zihin olduğu fikrini kabul ettik. Fakat bu zihnin Cleanthes'in bahsettiği diğer niteliklere sahip olduğunu neye dayanarak söyleyebiliriz? Böyle bir evreni meydana getirmek için Tanrısal niteliklerin sonsuz olması mı gerekmektedir? Philo'nun deyişiyle, belki de bu evren bir çocuk Tanrı'nın ilk kaba denemesidir veya artık yaşlanmış bir Tanrı'nın geç dönem eseridir. Ya da diğerlerine bağımlı, aşağı düzey bir Tanrı'nın kendisiyle dalga geçilmesine sebebiyet veren bir çalışmasıdır (DCNR, 45). Zira ona göre, doğa, kusursuz ve mükemmel değildir. Kaldı ki, doğanın kusursuz olduğunu söyleyebilsek bile, yani gerçekten de böyle bir düzen oluşturabilmek için her şeye gücü yeten, her şeyi bilen, mutlak iyi, vs. bir Tanrısal varlığın olması gerektiğini varsaysak bile, bu kusursuzluğun hiçbir deneme yanılma olmadan Tanrısal plan doğrultusunda tek seferde inşa edildiğini iddia edebilir miyiz? Zira insan yapımı işlerde yapılan iş tamamlanincaya kadar bir sürü aksaklıkla karşılaşıldığı bir gerçektir. Yine insan ürünü yapıtlarda her zaman bir birlikte çalışma ve koordinasyon görüyoruz. O halde neden evren de birden fazla Tanrısal varlığın iş birliğiyle yapılmış olmasın? Philo'ya göre bu akıl yürütmeleri uzatır, Cleanthes'in antropomorfizmini doğal sonuçlarına götürürsek eski teogonilere dönmememiz için hiçbir neden yoktur. Hatta Tanrı'ya gözler, eller, ayaklar atfetme gafletine bile düşebiliriz.

Bunların dışında teist düşünürleri çokça uğraştırmış ve uğraştırmaya devam eden başka bir güçlük de kötülük problemidir. Dünyadaki acı ve çaresizlik her bakımdan mükemmel bir Tanrı ile nasıl bağdaştırılabilir? Philo'ya göre kötülüğün (doğal ve ahlaki) dört koşulu vardır ve bunlardan kaçınmak mükemmel bir Tanrı için pekala mümkündür. Birincisi, *canlıların acıya duyarlı olarak yaratılmalarıdır*. Oysa onlar, tümüyle haza duyarlı yaratılabilirlerdi. Böylece istenmeyen durumlar birer acı olarak değil, hazın azalışı olarak kendini gösterirdi. İkincisi, *dünyanın tikel müdahalelere yer bırakmayacak şekilde genel yasalarla düzenlenmesidir*. Eğer böyle düzenlenmeseydi, Tanrı dilediği zaman kötülükleri ortadan kaldıracıktı. Üçüncüsü, *canlıların doğadaki hayatta kalma mücadelelerinde kullandıkları yeteneklerin sınırlı olarak verilmesidir*. Oysa Tanrı, canlıların dünyayla daha kolay baş etmelerinde onlara daha bonkör davranarak daha yüksek becerilerle donatabilirdi. Dördüncüsü ise, *doğa işçiliğinin özensiz oluşudur*. Oysa daha özenli bir çalışmayla doğanın aşırılığa olan meyli engellenebilirdi. Philo'ya göre bu koşullara uyacak bir Tanrı ne tam bir iyilikle ne tam bir kötülükle donatılmıştır, ne de hem kötülüğü hem de iyiliği barındırır, fakat olsa olsa iyilik ve kötülükten bağıışıktır, başka bir deyişle dünyaya karşı kayıtsızdır (DCNR, 80-7).

Philo'nun itirazlarından yola çıkarak Cleanthes'in antropomorfizminin karşımıza çıkardığı zorlukları temelde üç başlık altında toplayabiliriz. Buna göre Cleanthes'in bahsettiği gibi bir Tanrı'nın var olduğunu kabul ettiğimizde, birincisi, bu *Tanrı'nın birliğini*, ikincisi, bu *Tanrı'ya atfedilen sıfatları* kanıtlayamaz ve üçüncüsü, *Tanrı ile kötülük arasındaki ilişkiyi* açıklayamayız. Üçüncü zorlukla başlarsak, Cleanthes'in antropomorfizminden geri adım attığını görüyoruz: "Şayet insana benzerliği muhafaza edersek, sonsuz sıfatlarla herhangi bir kötülük karışımını uzlaştırmayı sonsuza kadar imkânsız bulabiliriz; bu kötülük karışımından sonsuz sıfatları kanıtlamak ise daha da olanaksızdır." Annesinin karnından özürülü olarak doğan bir çocuğun dilediği her şeyi gerçekleştirebilecek sonsuz bir Tanrı söz konusu olduğunda sağlıklı olarak doğmaması için hiçbir sebep yoktur. Peki, Tanrı'yı sınırlı bir varlık olarak düşünürsek? Cleanthes'in sonraki hamlesi tam da budur: "Fakat doğanın yaratıcısının, insanoğlunu fazlasıyla aşmakla birlikte sınırlı mükemmellikte olduğunu düşünürsek, doğal ve ahlaki kötülüğe dair tatmin edici bir görüş sunulabilir ve her aksi olgu açıklanıp uyarlanabilir." (DCNR, 78)¹⁰

silindiğini daha önceki deneyimlerimize dayanarak çıkarırız. (2007: 105) Böylece burada etkiden nedene giderken önceki deneyimlerden edindiğimiz bilgiyi de (insanların iki ayaklı olduğu) hesaba katmış oluruz. Fakat söz konusu tasarım argümanı olduğunda Tanrı'ya dair bir arka plan bilgisine sahip olmadığımız ve Tanrı'ya sadece eserlerine bakarak nitelikler yüklemek zorunda olduğumuz açıktır. Dolayısıyla bu ilkenin tasarımcı bir Tanrı görüşü için Philo'nun belirttiği şekilde geçerliliğini koruduğunu söyleyebiliriz.

¹⁰ Böyle bir sınırlı Tanrı anlayışı örneğin süreç teolojisinde görülmektedir. Süreç teolojisinde Tanrı, her şeye gücü yeten, her şeyi bilen bir varlık değildir. Tanrı'nın gücü, zorlayıcı değil, ikna edicidir; bilgisi ise geleceği değil, olasılıkları kuşatır. Dolayısıyla Tanrı'nın evren üzerinde tikel olayları belirleyici bir etkisi yoktur. Bu nedenle kötülük, aktüel olarak olmasa da imkân olarak zorunludur. Hatta bu görüşte Tanrı kötülüklerden doğan acıları da diğer varlıklarla birlikte paylaşır.



Şüphesiz Philo'nun ileri sürdüğü koşulların ve daha fazlasının üstesinden gelecek bir Tanrı anlayışı geliştirebiliriz ve böylece olgularla tutarlı olmasını sağlayabiliriz, fakat yine Philo'nun dediği gibi "bu bize onun varlığı hakkında bir çıkarımda bulunmamıza imkân vermez." (DCNR, 80) Öte yandan Cleanthes zaten tasarım argümanı ile Tanrı'nın varlığını kanıtladığını düşünmektedir, dolayısıyla bu aşamada ona gereken sadece tutarlılıktır. Dolayısıyla olgularla uyumlu bir Tanrı görüşü serdedebilirse, Cleanthes, antropoformizmini bile belli bir ölçüde muhafaza edebilir.¹¹ Birinci zorluğa gelince, mantıksal açıdan baktığımızda, birden fazla Tanrı varsayımında bulunmakta bir beis yoktur. Nitekim antik mitolojilerde, bazı doğu dinlerinde ve hatta bir bakıma Hristiyanlıkta çoktanrı tasavvurlara rastlıyoruz. Ne var ki tasarım argümanını Tanrı tasavvurunu temellendirdiğimiz yegane argüman olarak kabul ettiğimizde, düzenin arkasında tek bir zihnin olduğu düşüncesi ikincisine kıyasla daha makul görünmektedir. Zira örneğin, Selimiye Camisi'nin yapımında şüphesiz birçok kişi çalışmıştır, fakat eser Mimar Sinan'ın eseridir, tasarım ve plan ona aittir. Üstün sanat eserlerinde bu genellikle de böyledir. Elbette bunun her zaman böyle olduğunu söyleyemeyiz, yani bu bir kanıtlama değildir, fakat daha geçerli bir olasılıktır. Son olarak ikinci zorluğun ise diğerlerinden daha çetin olduğu açıktır. Zira mevcut düzeni oluşturabilmek için ne gibi Tanrısal niteliklerin gerektiği bizler için tümüyle bilinemez olduğu gibi, kötülük problemini de denkleme dâhil ettiğimizde, bu niteliklerin sonsuz olduğunu ileri sürmek hayli keyfi bir hal almaktadır. Tüm bu zorlukları birlikte ele aldığımızda antropoformizmin, Philo'nun zafer nidaları atmasını sağlayacak kadar olmasa da savunulması güç bir nosyon olduğu söylenebilir. Bununla birlikte Cleanthes'in esas kozu hala ortadadır. Philo, tüm itirazlarına rağmen, "evrendeki tasarım hipotezi"nden bir türlü kurtulamamaktadır (DCNR, 45).

Süpernaturalizme Karşı Naturalizm

Philo'nun antropoformizme bir itirazı daha vardır ki, bu itiraz aynı zamanda Cleanthes'in tezine karşı bir alternatif de işaret etmektedir. Bu itirazın öncülü şudur: "Zihinsel bir dünya veya idealar evreni, bir nedeni, maddesel bir dünyanın veya nesnel evreninin gerektirdiği kadar gerektirir ve düzenlenmesi bakımından onunla benzeşiyorsa nedeni de benzer olmalıdır." (DCNR, 37) Buna göre, maddi dünya Tanrısal zihindeki ideal dünyaya dayanıyorsa, bu ideal dünyanın da dayandığı bir başka ideal dünya olmalıdır. Dolayısıyla burada bir sonsuza kadar geri gitme (*ad infinitum*) problemiyle karşı karşıyayız demektir. Cleanthes burada haklı olarak, herhangi bir olay için nedenleri sürekli olarak geriye götürmenin aslında o olaya dair bir açıklama verememekle aynı şey olacağı uyarısında bulunur (DCNR, 40). O halde yeterli derecede açıklayıcı bir nedene sahipsek, nedenleri daha fazla geriye götürmeye çalışmak zorlama bir girişim olacaktır. Peki, nedenleri bir noktada durduracaksa, bu nokta Tanrısal zihin yerine neden maddi dünya olmasın? Zira düzenin ilkesinin Tanrısal zihinde bulunduğunu (süpernaturalizm) söylemek yerine, maddenin kendinde bulunduğunu da (naturalizm) söyleyebiliriz. Nasıl ki, Tanrısal zihindeki ideaların, nedensiz bir şekilde, kendiliğinden veya doğası gereği belli bir düzen oluşturduğu ileri sürülüyorsa, maddenin de kendi kendine düzene girdiği ileri sürülebilir. Aslında daha önce bu olasılıktan (maddenin düzenin ilkesini kendi içinde barındırabileceğinden) bahsetmiş ve orada deneyimin meseleye ışık tuttuğu kadarıyla diğer olasılığın (düzenin kaynağının Tanrısal zihin olduğu) daha mümkün görüldüğüne dikkat çekmiştik. Orada tasarım argümanını farklı yollardan zayıflatma yoluna giden Philo, burada bu olasılığı tekrar gündeme getirir. Çünkü Philo, kendisi için başka bir yol olmadığının farkındadır.

Önce olduğu gibi şimdi de deneyimi ölçüt aldığımızda "herhangi bir bilinen nedeni olmaksızın, kendiliklerinden düzene giren idealara dair deneyime sahip olduğumuzu" (DCNR, 39) görüyoruz. Gerçekten de zihnimizdeki fikirlerin, düşüncelerin, çoğu zaman, anlamlı bir yaşantıya imkân verecek şekilde, kendi kendilerine organize olduklarına şahit oluyoruz. Öyle ki, hayatımızın rutini, adeta iradi kontrolümüz olmadan, yerli yerince akıp gider. Buna karşın Philo, kendiliğinden düzene giren madde üzerine daha da geniş bir deneyime sahip olduğumuzu, hayvanlardaki üremenin ve bitkilerdeki

¹¹ Philo da, Cleanthes'inkine kıyasla daha olası ve daha savunulabilir türde bir antropoformizmin ileri sürülebileceğini kendisi örnekleyerek kabul eder. Bkz. D. Hume, *Din Üstüne*, Mete Tunçay (çev.), Ankara: İmge Kitabevi, 4. Baskı, 2004, s. 198-200.



bitmenin bunu güzelce örneklediğini ifade eder.¹² Ne var ki, Philo bir şeyi gözden kaçırmaktadır. Deneyim bize, tasarımın iradi bir süreç olduğunu söylemektedir; yani insan ürünü tasarımlar, sebepsizce ve kendiliğinden gerçekleşmezler. Aksine, ürüne, tasarımcının zihnindeki plan doğrultusunda, bile isteye bir form kazandırılır. Dolayısıyla, insani tasarım, erekseldir. O halde Cleanthes bize şunu diyecektir: İnsan yapıtları doğanın yapıtlarına benzediğinden ve ereksel olduğundan, analoginin kuralları gereğince doğa yapıtlarının da ereksel olduğunu söylemeliyiz. Buna göre Cleanthes'in kurduğu analogiyle ereksellik düşüncesi birbiriyle doğrudan ilişkilidir. Bu sebeple, erekselliği, Cleanthes'in ileri sürdüğü şekilde, yani bu dünyanın ötesinde, onu aşan bir Tanrısal varlığa işaret ettiği takdirde kabul edemeyecek olan Philo¹³, ereksellik düşüncesinden kurtulmak için Cleanthes'inkine rakip bir analogi ortaya atacaktır.

Bu analogi için Philo bize yeni bir benzerlik ilkesi tanıtır: Bilinen çeşitli koşulların benzer olduklarının gözlemlendiği yerde, bilinmeyenlerin de benzer olduğu görülecektir. Örneğin, bir pencerenin camına doğru eğilmiş ağaç dalları gördüğümüzde, bize görünmese bile, bu ağacın aynı zamanda bir gövdesinin de olduğunu düşünürüz. Bu ilkeden hareketle, Philo'ya göre, evren, bize görüldüğü kadarıyla bir makineden çok, yaşam ve hareket ilkesiyle canlanmış bir organizmaya, bir hayvana veya bitkiye benzemektedir ve "eğer evren, insan eserlerinden daha çok hayvan vücutlarına ve bitkilere benziyorsa, nedeninin de öncekinden çok sonrakine benzemesi ve kökeninin akla veya tasarıma değil, üreme veya bitmeye yorulması daha olasıdır." (DCNR, 52) Şayet Philo'ya, Demea'nın yaptığı gibi, bu varsayımın son derece keyfi olup olmadığı ile ilgili bir eleştiri getirirsek, Philo da Cleanthes'in varsayımı için aynı eleştiriye getirecektir. Hangi olasılığın (tasarım mı, üreme veya bitme mi) daha kabul edilebilir olduğuna benzerliğin derecesine göre karar vereceksek, Philo'ya göre kendi analogisi açık bir şekilde Cleanthes'inkinden üstündür. Yok eğer deneyimi baz alacaksak, üremenin veya bitmenin açıklayıcı neden olarak daha avantajlı olduğunu söyleyebiliriz. Zira aklın üremeden çıktığını görüyoruz, fakat tersini doğada gözlemleyemiyoruz. Üstelik Philo'ya evrenin üreme veya bitmeden nasıl çıktığı sorulursa, Cleanthes'in açıklamasına alternatif uygun bir açıklamayı da kolaylıkla verecektir.¹⁴ O halde neden birincil ilke olarak üreme veya bitmeyi değil de akli seçelim?

Bu soruya verilecek ilk cevap, Philo'nun da öngördüğü bir cevaptır: Üreme ve bitme de netice itibariyle bir planın ürünüdür diyebiliriz. Buna karşılık Philo bize bunu söylemekle kanıtlanması gereken şeyi baştan varsaymış olacağımızı söyler; yani ona göre, kısır bir döngüye düşmeden bu iddiayı gerekçelendirme ihtimalimiz yoktur. Zira bunu yapmak için "düzenin, doğası itibariyle, düşünceyle kopmaz bir bağı olduğunu ve hiçbir şekilde kendiliğinden veya bilinmeyen özgün sebeplerden, maddeye ait olamayacağını a priori olarak göstermemiz" gerekecektir (DCNR, 55) Şayet tasarım argümanını, Cleanthes'in ileri sürdüğü gibi, kesin bir ampirik kanıtlama olarak alırsak Philo'nun itirazları şüphesiz yerindedir. Fakat tasarım argümanını, düzeni en iyi açıklayan bir argüman olarak düşündüğümüzde bu itirazlar savuşturulabilir niteliktedir. İlk cevabımıza geri dönelim: Neden Philo'nun sunduğu alternatiflere (üreme ve bitme) cevaben bunların da sonunda gelip zihne dayandığı söyleniyor? Çünkü üreme ve bitme, Philo'nun iddia ettiğinin aksine, doğadaki düzene dair bir açıklama veremezken, zihin verebiliyor. Evet, bir ağacın kendinden çıkan dallara ve aynı şekilde bir hayvanın da yavrularına bitme ve üreme aracılığıyla form kazandırdığını görüyoruz. Fakat biliyoruz ki, bu ağaç ve hayvan aynı sürecin veya mekanizmanın bir parçasıdır ve parçası oldukları mekanizmaya düzen veremezler. Düzenin mekanizma dışı (üreme ve bitme sürecinin dışında) bir faktörle açıklanması gerekmektedir. Bir yumurtanın döllenmesinden canlılığın oluşmasına ve bir tohumdan fidanın çıkmasına kadar tüm bu süreçlerde yine aynı tasarımların, yani araçların amaçlara uygunluğunu ve parçaların

¹² Hume'un döneminde hücre biyolojisi henüz yeterince gelişmemiş olduğundan üremenin ve bitmenin nedensel mekanizmalarına dair gerekli bilgilere sahip olunmasa da bu durum Philo'nun akıl yürütmesinin hatalı olduğunu göstermez. Zira bu alanda önemli mesafeler kat ettiğimiz günümüzde dahi nedenlerin tam bilgisine sahip olduğumuzu söyleyemeyiz. Örneğin hücredeki düzeni DNA'nın sağladığını biliyoruz, fakat DNA'yı düzenleyen ne olduğunu bilmiyoruz.

¹³ Böyle söylememizin nedeni, Philo'nun için bir Tanrı anlayışına (örneğin panteizm gibi) karşı olumsuz bir tavır takınmamasıdır. Zira Philo'ya göre, "maddi dünyanın düzen ilkesini kendi içinde taşıdığı varsaymakla, gerçekte onun Tanrı olduğunu ileri sürmüş oluruz ve bu Tanrısal varlığa ne kadar çabuk varırsak o kadar iyidir. Dünyevi sistemden öteye bir adım atınca, yalnızca tatmin edilmesi mümkün olmayan, meraklı bir ruh halini uyarmış oluruz." Dolayısıyla Philo'nun natüralizminin, kavramın klasik anlamına karşın, için bir Tanrı anlayışını dışlamadığını söyleyebiliriz.

¹⁴ Bkz. D. Hume, *Din Üstüne*, Mete Tunçay (çev.), Ankara: İmge Kitabevi, 4. Baskı, 2004, s. 206.



arasındaki ahengi görüyoruz. Bu tasarım unsurlarının nedeni bilinmeyen bir ilke olabilirse de zihnin, üreme ve bitmeden daha iyi bir aday olduğunu söyleyebiliyoruz. Zira zihin tasarlayabiliyorken, üreme ve bitme hiçbir şey tasarlayamıyor. Katı bir ampirist olarak Philo, benzerliğin derecesinin ve gözlemin sıklığının olguların sebeplerine dair çıkarımda bulunmada hem gerekli hem de yeterli koşullar olduğunu düşündüğünden, evrendeki düzeni üreme ve bitme gibi bir olaya bağlayabiliyor. Oysa, ampirist varsayımları bir kenara bıraktığımızda, bu koşulların gerekli, fakat yeterli olmadığını görüyoruz. Dolayısıyla evrenin bir makineden çok organizmaya benzediğini ve aklın üremeden çıktığına şahit olduğumuzu, fakat tersini gözlemediğimizi kabul etsek bile, tek başına bunlar Philo'nun çıkarımı için yeterli değildir.¹⁵ Yeterli olması için söz konusu benzerliğin ve gözlemin uygun bir teoriyi desteklemesi gerekir. Philo'nun elinde sadece benzerlik ve gözlem vardır, fakat teori yoktur. Teori yoksa açıklama da yok demektir. Başka bir deyişle, Philo teorisini sadece benzerlik ve gözlemden çıkarmaya çalışmaktadır. Ne var ki teoride deneyimi aşan akılsal bir yön vardır ve Philo'nun ampirizmi buna müsaade etmemektedir.

Sonraki aşamada Philo, dönemine göre oldukça modern bir görüş ortaya atar. Günümüzde de erekselliğe alternatif olarak getirilen bu görüşe göre, harekete geçirici gücü kendi içinde barındıran madde, kaosun hüküm sürdüğü ilk halinden günümüzdeki düzenli haline, uzun çarpışmalar, birleşmeler ve ayrılmalar sonucunda ulaşmıştır. *Kendi kendine organizasyon* modeli de diyebileceğimiz bu görüş, canlılar dünyası için ortaya atılan doğal seçim teorisinin kozmosa uyarlanmış halidir. Evrenin düzenli ve kararlı görünümünü, tesadüfi süreçlere ve gizli bir hareket ettirici güce dayandıran bu görüşün karşısındaki birinci zorluk, mevcut düzene, tabiri caizse, deneme-yanılma yoluyla erişilmesinin matematiksel olarak mümkün olup olmadığıdır. İkinci zorluksa, matematiksel olarak mümkün olsa bile, düzenin neden mevcut haliyle vuku bulduğunun nasıl açıklanacağıdır. Neden gözlenebildiği kadarıyla evrende canlılığa elverişli bir ortam olarak sadece dünyamız vardır? Dünya sadece bir kerelik bir tesadüf müdür? Canlıların ve özellikle de insanların faydasına olan ve olmaması da yaşamsal açıdan bir sorun oluşturmayacak birçok şeyin varlığı bu modelde nasıl açıklanacaktır? Genel olarak evren, özel olarak da dünyamız estetik açıdan neden bu kadar güzelliklerle doludur? Elbette bu 'neden' sorularını sormamızın altında bir erek arayışı yattığı savunulabilir. Fakat benzeri bir savunma bu soruları sormadığımız takdirde tastamam bir açıklamanın verilemeyeceği için de yapılabilir. Philo bu tartışmaya fazla girmez. Aslında o, akıllı tasarıma karşı getirdiği alternatiflere inanıyor da değildir. Onun amacı başından beri aynıdır: Deneyim bize, evrendeki düzenin açıklayıcısı olarak herhangi bir ilkeyi (akıl, içgüdü, üreme, bitme, vs.) bir diğerine tercih etmemiz için yeterli bilgi vermez. Dolayısıyla, deneyimin hüküm veremediği böyle bir konuda yapılması gereken şey, yargıyı askıya almaktır. Ne var ki bu skeptik (ve ampirist varsayımlara dayanan) iddiasını başından beri korumaya çalışan Philo, kitabın son bölümünde, ilginç bir şekilde, şimdiye kadar karşı argümanlarıyla sağlamlaştırmaya çalıştığı pozisyonundan dönerek doğada bir tasarım olduğunu ve bu tasarımın Tanrısal bir varlığın eseri olduğunu kabul eder:

...sohbetimin özgürlüğüne ve acayip argümanları sevmeme karşı, doğanın açıklanamaz düzeneği ve sanatı içindeki akli keşfeden biri kadar hiç kimsenin zihninde daha derinlemesine iz bırakmış bir din duygusu yoktur veya hiç kimse Tanrısal varlığa ondan daha derin bir hayranlık duymaz. En dikkatsiz, en aptal bir düşünürün bile her yerde gözüne bir amaç, bir niyet ve bir tasarı çarpmaktadır ve bunu sürekli reddedecek kadar hiç kimse absürt sistemlerde katlaşmamıştır. *Doğa hiçbir şeyi boşuna yapmaz* maksimi, tüm okullarda, herhangi bir dini amaç olmaksızın, yalnızca doğanın eserlerini düşünmekle yerleştirilmiştir ve yeni bir organ veya kanal gözlemleyen bir anatomist, bu maksimin doğruluğuna duyduğu sağlam inançtan ötürü, onların ne işe yaradığını ve hangi amaca hizmet ettiğini bulmadan asla tatmin olmaz... ve böylece hemen tüm bilimler

¹⁵ Aslında bu iddialar da tartışmalıdır. Evrenin bir organizmaya mı yoksa bir makineye mi benzediği tümüyle rölatiftir. Rölatif olmayan bir şey varsa, o da bir organizmanın da bir makinenin de kuruluşlarında düzenin işaretleri olan "araçların amaçlara uygunluğu" ve "parçalar arasındaki ahenk" unsurlarını sergiledikleridir. Bu bakımdan bir organizma bir çeşit makine olarak da görülebilir. Örneğin yapay organlar veya insana benzeyen robotlar gibi çalışmalar da organizmayı makineye indirgeme anlayışının ürünüdürler. İkinci iddiaya gelince, aklın üremeden çıktığı düşüncesi pek anlaşılır değildir. Zira Philo'nun ampirizmi gereğince, gözlediğimiz şey sadece akıllı varlığın kendisidir. Aklın bu varlığa ne zaman ve nasıl yerleştiği veya zihinsel yetilerin bu varlıkta nasıl ortaya çıktığı tümüyle bilinemezdir.



farkına varılmaksızın bizi bir ilk zeki yaratana götürür ve doğrudan bu niyeti açık etmedikleri takdirde otoriteleri o oranda büyük olur (DCNR, s. 89-90).¹⁶

Philo'nun burada, Cleanthes'in de zaman zaman onun saldırıları karşısında sığındığı, tasarım argümanının kurlsız versiyonuna dikkat çektiğini görüyoruz. Buna göre, akıllı tasarımı türlü felsefi cambazlıklarla kabul etmemek için direktsek bile, tasarım kendini bize zorla kabul ettirir. Hatta Philo, daha ileri giderek, inananlar ile tanrıtanımazlar arasındaki çekişmenin asılsız ve temelde sözel olduğunu ifade ederek şunu ekler: "Ve eğer biz ilk ve en üstün nedene Tanrı veya Tanrısal varlık demeye razı olmayıp ifadeyi çeşitlendirmek istersek, hatırı sayılır bir benzerlik taşıdığından ona Zihin ya da Düşünce'den başka ne diyebiliriz?" (DCNR, 92). Dolayısıyla Philo, Cleanthes'in, tam bir antropomorf olmadan, daha başlangıçta örtülü olarak teklif ettiği bu önerinin tanrıtanımazlar tarafından bile sözde olmasa da özde kabul edildiği gibi ciddi bir iddia ortaya atar ve bu iddia da bizi tasarım düşüncesinin doğal bir inanç olarak görülüp görülemeyeceği tartışmasına götürür.

Akıllı Tasarım Düşüncesi Doğal Bir İnanç Mıdır?

'Doğal inanç' ifadesi Hume'un kendi yazılarında yer almaz. Bu ifade bir Hume uzmanı olan N. Kemp Smith tarafından, temel ve vazgeçilmez inançlara işaret etmek için ortaya atılmıştır (Gaskin, 2009: 483) Doğal bir inancın karakteristik özellikleri şöyle sıralanabilir:

1. Doğal inançlar, günlük hayatın sıradan inançlarıdır.
2. Doğal inançlar, kanıtlanmanın gücüne bakılarak veya akıl yürütme yoluyla oluşturulan inançlar değildir.
3. Doğal inançlar, evrenselidir.
4. Doğal inançlar olmadan normal yaşantımızı uygun bir şekilde devam ettirmemiz mümkün değildir (Gaskin, 1988: 117-119).

Bu şartları karşılayan doğal inançlara örnek olarak, nedensellik prensibi, özgür bir irademiz olduğu fikri, kimliğimizi oluşturan benlik duygusu ve dış dünyanın varlığı gibi inançlar gösterilebilir. Tüm bu inançlar, günlük hayatımızın, çoğu zaman sorgulamaya bile gerek duymadan varsaydığımız, fakat felsefi soruşturma konusu olduklarında karşımıza aşılması çok zor, türlü güçlükler çıkaran ve herkes tarafından kabul edilen inançlardır. (Buradaki şartların kapsayıcı ve yerinde olduğunu kabul edersek) Hume araştırmacıları arasında akıllı tasarımın bu şartları yerine getirdiğini düşünenler olduğu gibi, tersini düşünenler de vardır.¹⁷ Aslında bu görüş farklılığını ortadan kaldırmayacaksa da daha az belirgin kılacak bir unsur vardır ki, o da akıllı tasarımın ne şekilde yorumlandığı ile ilgilidir. Şayet akıllı tasarım, belli birtakım nitelikler yüklediğimiz Tanrı ideasıyla eşitlenirse, yani Tanrı'ya inancın doğal bir inanç olup olmadığı tartışılırsa, neticenin ikinciler lehine olacağı söylenebilir. Zira Tanrı'ya inancın evrensel bir inanç olmadığını, hangi formda olursa olsun böyle bir varlığın gerçekten var olmadığını düşünen ve bu düşünceyle hayatlarını sürdüren insanların mevcut olduğunu biliyoruz. Buna rağmen bu insanların samimi davranmadıklarını, dilleri söylese de kalplerinin bunu kabul etmediğini ileri sürmek gibi niyet okumalara kalkışmanın bir anlamı olmadığı gibi, herhangi bir argüman niteliği de yoktur. İnanan insanların sözlerini nasıl bağlayıcı buluyorsak, inanmayanlarını de aynı şekilde bağlayıcı bulmamız gerekir. Fakat akıllı tasarım, doğanın sergilediği araçların amaçlara uygunluğunun ve parçalar arasındaki ahengin, bir Tanrı fikrine bağlanmadan, zekânın belirtisi olduğu şeklinde yorumlanırsa, tartışmanın ilkinde olduğu kadar çabuk sonlandırılmayacağını öngörebiliriz. Zira kişi, doğadaki düzenin arkasında Tanrısal bir varlık olduğu düşüncesini ister sosyal koşullanmışlıkla ister felsefi incelemeyle reddetmiş olsun, yine de doğanın rastgele olmadığını, belli yasalarla ve ince hesaplarla yönetildiğini, dolayısıyla rasyonel olduğunu kabul edecektir. Felsefi anlarında, Philo gibi, düzenin zeki bir varlıktan başka bir yolu da olabileceğini çıkarsa da bitkisini büyüten bir ziraatçı olduğunda veya hastasının

¹⁶ Hume, din üzerine yazdığı diğer eserinde de şöyle söyler: "Doğanın bütün çatsı, zeki bir yaratana tanıklık eder ve akıllı hiçbir araştırmacı, ciddi bir düşünmeden sonra gerçek Tanrıçılık ve dinin birincil ilkelerine inanmaktan bir an bile uzak kalmaz." (Tunçay, 2004: 37)

¹⁷ Örneğin Stanley Tweyman'a göre zeki bir tasarımcıya olan inanç doğal bir inançken (bkz. Tweyman 1986: 133-145) David O'Connor'a göre öyle değildir (bkz. O'Connor 2001: 86-93).



vücudunu inceleyen bir doktor olduğunda ya da dünya atmosferini takip eden bir bilim adamı olduğunda, bunların bir planın sonucu olduğu varsayımıyla işine yaklaşacaktır. Üzerine düşündüğünde belki bu fikri reddedecektir, fakat hayatın normal akışında, gözlediği olgu ve olaylardaki düzen ve ahenk, bu fikri ona kabul ettirecektir. Böyle düşünüldüğünde, akıllı tasarım düşüncesi doğal bir inanç olarak görülebilir. En azından Philo'nun yukarıdaki sözlerinden bu görüşe daha yakın olduğunu söyleyebiliriz. Ne var ki bu meseleyi tüm yönleriyle ele alıp tartışmak ve kesin bir sonuca vardırmak bu yazının sınırlarını aşmaktadır. Kaldı ki, şu ana kadar söylenenlerden de anlaşılacağı üzere, tasarım argümanının kuralsız versiyonu bir yana, Philo'nun itirazlarının argümanının kurallı versiyonunu çürüttüğünü dahi söyleyemeyiz. Zira bunu söyleyebilmemiz için Philo'nun ampirizminin doğru olduğunu varsaymamız gerekecektir. Oysa ampirizmin doğruluğu tartışmalıdır.

Sonuç

Ampirizmin kabulünün veya reddinin, inanç¹⁸ ve akıl arasındaki ilişkiye bakışımız açısından önemli sonuçları olacağını söyleyebiliriz. Örneğin Philo, aklın yargılarının deneyimin ötesine geçmesini mümkün görmediğinden, deneyimi aşan her şeye şüphe ile yaklaşmaktadır. Dolayısıyla 'zeki tasarımcı' fikrinin akılla açıklanamaz olduğunu ve olsa olsa doğal bir inanç olabileceğini ileri sürmektedir. Buna karşılık Cleanthes, argümanının kuralsız versiyonuna dönmeden önce, tasarım argümanını rasyonel bir argüman olarak sunmaktan imtina etmemiş ve böylece inanç ile akıllı keskin çizgilerle ayırmadığını göstermiştir. Bununla birlikte bir ampirist olsak da olmasak da inancın ve aklın birbiriyle bağdaşmaz olduğu veya birbirini dışladığı düşüncesi yine de savunulması zor bir düşüncedir. Zira her inancın içinde zayıf da olsa bir gerekçelendirme barındırdığı söylenebilir. Bir inanca sahip olmak demek o inancın nesnesinin doğruluğuna dair birtakım sebeplere sahip olmak demektir. Buna göre, bir şeye inanmak ile bir şeyi bilmek arasında epistemik anlamda bir tür farkı yoktur, sadece bir derece farkı vardır. Bir şeyi bildiğimizde, bir şeye inanmamıza oranla daha güçlü sebeplere sahibizdir, o kadar. O halde akıllı tasarıma inancı da bu bağlamda değerlendirdiğimizde hiç olmazsa şu kadarını söylememiz mümkündür: Hem inanan hem de inanmayan kişi mevcut inançlarını bazı gerekçelere dayanarak sürdürmekte veya bu inançlarını başka bazı gerekçelere dayanarak değiştirmektedirler. Buna göre inanca destek olan gerekçelerin kabul edilebilir olup olmadığı gösterilebilirse, inancın da o ölçüde kabul edilebilir olup olmadığı, en azından prensipte gösterilebilir. Dolayısıyla, zeki tasarımcının varlığı üzerine yapılan tartışmaların rasyonel bir zeminde yapılamaması için aslında herhangi bir sınırlayıcı neden yoktur. Bu açıdan bakıldığında Tanrısal varlık kavramının tümüyle deneyimimizi aşan bir özelliğe sahip olduğundan ancak bir inanç konusu olabileceğini söylemek bir nevi anti-rasyonel bir tavır takınmak anlamına gelecektir. Doğası itibarıyla tartışmanın, deneysel bilgimizin eksikliği sebebiyle epistemik bir kesinlikle neticelenmeyeceği açık olsa da esas mesele, inanmak için mi, inanmamak için mi daha fazla gerekçeye sahip olduğumuzdur.

Hume, akıllı tasarım düşüncesine olan inancın temelsiz olduğu fikrini temelsiz olmadığı fikrine kıyasla daha güçlü gerekçelendirememiştir. Bununla birlikte o, akıllı tasarım fikrini kabul ettiğimizde bizleri bir paradoksun beklediğini de açık bir şekilde göstermiştir. Şöyle ki, akıllı tasarım argümanının bize söyleyebildiği tek şey doğadaki düzenin arkasında bir zihnin var olduğudur. Ne var ki, bir bedenden ayrı, saf bir zihnin hangi formda var olabileceğine dair herhangi bir tasavvurumuz olmadığı gibi, doğa işçiliği bu zihnin aynı zamanda bir iradeye sahip olduğuna (bir şeyi tasarımılamak veya bir şeye düzen vermek bile isteyebilir, kontrollü yapılan bir iş), bilgi sahibi olduğuna (doğa yasalarındaki matematiksel kesinlik veya canlılığın ortaya çıkması için gereken ince ayarlar en yüksek dereceden ilim gerektirir), zeki olduğuna (tek başına bilginin varlığı düzeni getirmez, bu bilgiyi kullanacak kabiliyete de sahip olunması gerekir), kudretli olduğuna (doğanın şekillenmesi maddenin manipüle edilebildiğini gösterir), vs. işaret eder. Böylece kendimizi felsefi açıdan kabullenmesi oldukça güç olan antropomorfizme çekilmiş halde buluruz. Kısacası, sözünü ettiğimiz nitelikleri bu zihne atfetmediğimizde tasarımı açıklayamıyor, atfettiğimizde ise tasarımcıyı insana benzetmek zorunda kalıyoruz. Başka bir deyişle, tasarım argümanı bize en fazla şahıs olmayan (impersonal) bir varlık veriyor, fakat tasarımın kendisi bu varlığa şahsi (personal) özellikler yüklemeyi gerektiriyor. Şimdi bu paradoksu da hesaba kattığımızda

¹⁸ Burada 'inanç' sözcüğü en geniş anlamıyla kullanılmıştır, dolayısıyla dar anlamıyla 'dini inanç' anlaşılmalıdır.



yine de akıllı tasarım argümanının doğadaki düzene dair en iyi açıklamayı verdiğini söyleyebilir miyiz? Öyle görünüyor ki bu sorunsal akıllı tasarım düşüncesinin pozitif bir teori olarak sunulmasının önünde ciddi bir engel oluşturmaktadır ve görebildiğimiz kadarıyla ne akıllı tasarımcı düşünürler bu sorunsala bir açıklama getirmek için gereken çabayı göstermişler ne de neo-Darwinistler onlara karşı bu argümanı yeterince işleyebilmişlerdir.

Kaynakça

- BEAUDOIN, J. (1999), "On Some Criticisms of Hume's Principle of Proportioning Cause to Effect", *Philo*, Vol. 2, Sayı: 2, s. 26-40.
- GASKIN, J. C. A. (2009), "Hume on Religion", *The Cambridge Companion to Hume* içinde, David F. Norton & Jacqueline Taylor (ed.), Cambridge: Cambridge University, 2. Baskı.
- GASKIN, J. C. A. (1988), *Hume's Philosophy of Religion*, Atlantic Highlands: Humanities Press International, 2. Baskı.
- HUME, D. (2004), *Din Üstüne*, Mete Tunçay (çev.), Ankara: İmge Kitabevi, 4. Baskı.
- HUME, D. (2007), *An Enquiry Concerning Human Understanding*, New York: Oxford University. (Özgün eser 1748 tarihlidir)
- HUME, D. (2007), *Dialogues Concerning Natural Religion and Other Writings*, Dorothy Cleman (ed.), New York: Cambridge University. (Özgün eser 1779 tarihlidir)
- KANT, I. (1986), *Critique of Pure Reason*, Paul Guyer & Allen W. Wood (çev.), Cambridge: Cambridge University. (Özgün eser 1781 tarihlidir)
- LOGAN, B. (1992), "The Irregular Argument in Hume's Dialogues", *Hume Studies Vol. XVIII*, Sayı:2 Kasım 1992, s. 483-500.
- MOUNCE, H. O. (1999), *Hume's Naturalism*, London & New York: Routledge.
- O'CONNOR, D. (2001), *Hume on Religion*, London & New York: Routledge.
- SESSIONS, W. L. (2002), *Reading Hume's Dialogues*, Bloomington: Indiana University.
- SOBER, E. (2005), "The Design Argument", *God and Design* içinde, Neil A. Manson (ed.), London & New York: Routledge.
- TWEYMAN, S. (1986), *Scepticism and Belief in Hume's Dialogues Concerning Natural Religion*, Dordrecht: Martinus Nijhoff.



1 David Hume



A Critique of the Humean Justification of Private Property

Özel Mülkiyetin Hume'cu Temellendirilmesinin Eleştirisi

Uğur AYTAÇ

Bayreuth Üniversitesi (Almanya) – Yüksek Lisans Öğrencisi
ugur_aytac_1989@hotmail.com

Makale Bilgisi

Gönderildiği Tarih: 07.04.2017
Kabul Edildiği Tarih: 01.06.2017
Yayınlandığı Tarih: 30.06.2017

Article Info

Date submitted: 7th April 2017
Date accepted: 1st June 2017
Date published: 30th June 2017

Abstract

Hume contends that the only way to avoid destructive conflicts among people with infinite desires for scarce resources is to converge on some regulatory human conventions. In the Humean theory of property, avidity of individuals, which is defined as a kind of insatiable greed for wealth, cannot be eliminated. As such, a property system can appropriately regulate a society only if individuals tend to comply with property rules out of their avidity. Since the private property system enables individuals to pursue their love of material gain, it is in a complete harmony with human avidity. In this paper, I argue that even if it is assumed that avidity is a human universal, private property cannot be justified by appealing to avidity. Other property systems are capable of dealing with human avidity as well if the objects of avidity are not necessarily material goods.

Keywords: Hume, private property, avidity, social conventions.

Öz

Hume kıt kaynaklar için sınırsız arzulara sahip insanlar arasındaki yıkıcı çatışmaları önlemenin tek yolunun düzenleyici gelenekler üzerinde birleşme olduğunu iddia eder. Hume'cu mülkiyet kuramına göre insanların zenginliğe ilişkin doymak bilmez açgözlülüğü olarak tanımlanan hırs duygusu ortadan kaldırılamaz. Bir mülkiyet sisteminin toplumu uygun şekilde düzenleyebilmesi ancak bireylerin mülkiyet kurallarına açgözlülükleri dolayısıyla riayet etmesi durumunda mümkün olur. Özel mülkiyet sistemi bireylere maddi kazanç arzularını takip etme olanağını tanıdığı için insan hırsıyla uyum halindedir. Bu makalede hırs duygusunun, evrensel bir insan özelliği olduğu kabul edilse dahi, özel mülkiyet sistemini temellendiremeyeceğini savunuyorum. Diğer mülkiyet sistemleri maddi kaynaklar dışında farklı hırs nesnelere ulaşabildiği ölçüde bu duyguyla bir arada var olabilmektedir.

Anahtar sözcükler: Hume, özel mülkiyet, hırs, toplumsal gelenekler.

The central tenet of the Humean account of property is that the private property system is essential for a decently functioning human society (Panichas 2012, 227). Hume (1978, 491) contends that the only way to avoid destructive *conflicts* among people with infinite desires for scarce resources is to converge on some regulatory human *conventions*. In this sense, property systems are conventions which create a stable environment for everyone to enjoy his/her possessions without being threatened by other individuals.

Although it is difficult to make a clear distinction between Hume's *explanation* on the emergence of basic systems of property due to a social need and his *justification* of the private property system, Panichas (2012) reconstructs Hume's account of property to fulfill this task. The distinction between the explanation of *property systems* in general and the specific justification of the *private property system* is important because the former alone does not suffice to explicate what kind of property system is normatively justified. Panichas argues that the Humean account of property is necessarily connected to the justification of the private property system. According to Hume, avidity of individuals, which is defined as a kind of insatiable greed for wealth, cannot be eliminated. As such, a property system can appropriately regulate a society only if people tend to comply with property rules



out of their avidity. Since the private property system enables people to pursue their love of material gain, it is in a complete harmony with human avidity (*Ibid.*, 232-233).

In this paper, I argue that even if it is assumed that avidity is a human universal, private property cannot be justified by appealing to avidity. Other property systems are capable of dealing with human avidity as well if the objects of avidity are not necessarily material goods. In complex societies, the object of avidity can be determined by what a society culturally praises. The Humean justification of private property is problematic through *its own standards* because *the avidity condition* does not necessarily undermine the justification of other property systems. The paper proceeds as follows: firstly, I will explicate the Humean explanation of property systems. In the second section, Panichas' reconstruction of Hume's justification of private property will be presented. In the third section, I will argue that other property systems can be justified through Hume's own standards because the objects of human avidity are not necessarily material resources. I will review a possible objection in the fourth section.

1. Hume's explanation of basic systems of property

The first step of Hume's explanation of the emergence of property is to illustrate the social character of human beings. Hume begins with claiming that there is a gap between people's infinite "wants and necessities", and "their slender means" to relieve these wants and necessities (1978, 484). Panichas (2012, 235) interprets Hume's use of infinite "wants and necessities" as a finite number of *insatiable desires* rather than an infinite number of desires about infinite number of goods. According to this interpretation, people want to get more and more of what they like. Hume claims that human beings, in comparison to other animals, lack the physical force and other natural abilities necessary to fulfill their needs (*Ibid.*, 485). As a result, the formation of society becomes a necessary solution to human beings' deficiencies: "... by society alone he is able to supply his defects, and raise himself up to an equality with his fellow-creatures, and even acquire a superiority above them. By society all his infirmities are compensated..." (*Ibid.*, 485).

Human beings benefit from social life in several respects. First of all, "by the conjunction of forces, our power is augmented." In other words, individuals compensate for their physical weaknesses by unifying their power. Secondly, a society's division of labor enables people to enjoy the products of different specialized abilities in a society. Since it is inefficient for an individual to labor in a variety of fields, society makes it possible for individuals to enjoy a wider range of products without any difficulty. Finally, people are less likely to suffer from external threats and accidents because of the intra-community cooperation. (*Ibid.*, 485). However, Hume believes that the existence of such advantages of society is not enough to explain the formation of social life. Additionally, at the initial stages of mankind, human beings should be aware of these advantages (*Ibid.*, 486). It is assumed that human beings cannot immediately realize the benefits of social life in their "wild uncultivated state" (*Ibid.*, 486). Hume defines this awareness of the advantages of social life as a kind of knowledge that can be acquired through "study and reflection" (*Ibid.*, 486). Therefore, Hume contends that society gradually, through a process of reflection and learning, emerges from families and small kinship groups, which are the product of the natural attraction between sexes and affection towards one's own children. (*Ibid.*, 486):

In a little time, custom and habit operating on the tender minds of the children, makes them sensible of the advantages, which they may reap from society, as well as fashions them by degrees for it, by rubbing of those rough corners and untoward affections, which prevent their coalition (*Ibid.*, 486).

On the other hand, Hume identifies a significant danger in the newly-emerging social life. The danger is that self-interested individuals may come into severe conflicts and *destabilize social life* due to their insatiable desires for moderately scarce resources (*Ibid.*, 487; Panichas 2012, 225-226). The basic idea is that self-love, as a dominant psychological attitude of human beings', leads to a competition between individuals (*Ibid.*, 487) because the scarce resources cannot satisfy every individuals' desires at the same time. Hume also clarifies what individuals compete for. To understand Hume's idea of destructive competition for scarce resources, his account of goods has to be explicated.



He states that there are three different kinds of goods: "the internal satisfaction of our minds, the external advantages of our body and the enjoyment of such possessions as we have acquir'd by our industry and good fortune" (*Ibid.*, 487). Hume does not provide a detailed description of these three different goods. However, it may be reasonably interpreted that the first one, internal satisfaction of our minds, is the pleasure that is derived from our mental states such as thoughts, dreams or fantasies. Since it consists of mental states of individuals, it is not threatened by other individuals' physical attacks according to Hume. The second, external advantages of our body, can be "ravish'd from us, but can be of no advantage to him who deprives us of them" because the parts of bodies are not useful when they are not an extension of a living organism (*Ibid.*, 487). In this kind of good, the cases like slavery where some individuals can profit from others' bodily effort are excluded. I will skip the discussion of these cases since it is beyond the scope of this paper. Hume concludes that only the third kind of good, *possession of material resources*, can be appropriated by others and yet remains useful. Moreover, it is assumed that material resources are moderately scarce, a level in between extreme scarcity and abundance (*Ibid.*, 488). Since material resources are moderately scarce and easily seized by others (Hardin 2007, 145), given that self-love and the love to the closest relatives dominate feelings of altruism towards strangers, the conflicts among different parties for scarce resources becomes inevitable. Moreover, these conflicts lead to instability in possession of goods.

The benefits of social life are undermined by the instability of possession because conditions of cooperation are likely to disappear due to the violent conflicts between individuals to appropriate each other's possessions. Hume contends that the property system is established as a response to *the problem of instability of possessions*:

I observe, that it will be for my interest to leave another in the possession of his goods, *provided* he will act in the same manner with regard to me. He is sensible of a like interest in the regulation of his conduct. When this common sense of interest is mutually express'd, and is known to both, it produces a suitable resolution and behavior... (Hume 1978, 490).

Property is a human convention which creates a stable environment for the enjoyment of what someone acquires by his or her "fortune and industry" (*Ibid.*, 489). According to Hume, self-interest is the original motive for the emergence of property conventions (*Ibid.*, 499). "When men ... have observ'd, that the principal disturbance in society arises from those goods¹", people tend to make sense of the need for stability of possession and converge on property conventions (*Ibid.*, 489). Everyone is better off with property conventions since stability of possession is "the most necessary to the establishment of human society" where people can compensate their individual weaknesses by intra-community cooperation (*Ibid.*, 491). In the absence of property conventions the society as a cooperative whole collapses into a mass of individuals whose conflicts destroy the possibility of a stable social life based on mutual advantage. Moreover, in Hume's account of property, emergence and continuity of property conventions are a sort of game-theoretical equilibrium. Compliance of one individual to the convention of private property is conditioned by the belief regarding other individuals' compliance (De Jasay 2004, 63; Collier 2011, 134). Hence, the emergence of property conventions presupposes strategic rationality of the individuals who are involved in the convention.

Finally, I will explicate what Baillie (2000, 160) calls *natural preconditions of justice*. According to Hume, there are two preconditions that have to be met for property conventions to arise. Firstly, material resources should be *moderately scarce*. If there was abundance of resources on earth, there would be no social need for property since everyone would already get whatever he or she wants without taking other's possessions away (Hume 2010).

Moreover, extreme scarcity of resources is also not compatible with the emergence of property conventions (*Ibid.*). The rules of property would be unnecessary under extreme scarcity since these rules cannot function to fulfill people's material needs anymore (Baillie 200, 161). There is no point in approving stability of possession when the majority of people have no possession to enjoy. In other

¹ Material possessions. The third kind in Hume's account of goods.



words, there is no mutual advantage in adopting property conventions where some people suffer from extreme scarcity of goods.

Secondly, there would be no need for property conventions if people were unlimitedly generous and altruist towards other individuals:

Why should I bind another, by a deed or promise, to do me any good office, when I know that he is already prompted, by the strongest inclination, to seek my happiness, and would, of himself, perform the desired service; except the hurt, he thereby receives, be greater than the benefit accruing to me? (Hume 2010).

Hume believes that property conventions exist because there is a social need stemming from people's *selfish psychological propensities* to appropriate others' possessions. Since individuals harm their long-run self-interest by destroying the benefits of stability of possession and social cooperation, property conventions arise to balance individuals' appetite for immediate access to others' possessions. By balancing this appetite, individuals' mutual convergence on property conventions ends with an equilibrium that serves for everyone's long-term interests.

Thus far, I have summarized the building blocks of Hume's explanation of basic systems of property. The aim of this section was to evaluate property systems in general. Given human nature and moderate scarcity of goods, property conventions are necessary for human societies to decently function.

2. The Justification of Private Property and the Avidity Condition

Although Hume does not explicitly specify private property as opposed to other alternatives in his explanation of property conventions, it is easy to notice that what he has in his mind is a system of private property. One reason to infer this conclusion is that Hume establishes a direct relationship between individuals' incentive to work and property conventions (Coventry & Sager 2013, 592).

According to Hume (2010), to encourage individuals to be industrious, one's ownership of the products of his labor and his first occupation should be guaranteed. Otherwise, no one would have a sufficient incentive to produce and work hard because someone's possessions can be seized by others at any time. In addition to this, the right to transfer property to someone else and inheritance are regarded as the features of property conventions (Hume 1978). The common ground of these different aspects of property conventions is that *individuals* have the ultimate authority over the things that are owned. Individuals' labor and occupation of material resources are directly connected to the bundle of rights on an individual level, which is acquired through property conventions. Hume reveals a theoretical preference for the system of private property, where individuals have property rights, over other alternatives, which can ensure stability of possession by collective or common ownership. However, there must be a *justification* to favor the system of private property, since any system of property could have emerged to maintain stability of possession and conditions of cooperation in a society (Mackie 1980, 93). Any system of property implies some regulatory rules about the ownership of resources to provide a stable social environment in which people can live under peace and order. It is not clear why other systems of property are inferior to private property to deal with the self-love of individuals and moderate scarcity of goods. In order to accomplish this justificatory task, Panichas (2012) reconstructs Hume's account of property in a way that Hume's claim about the superiority of private property is rendered more clear.

According to Panichas (*Ibid.*, 233), the Humean justification of private property is based on the idea of *human avidity*. Avidity is the central danger for a stable social life. Hume defines avidity as an insatiable love of gain for material goods: "This avidity alone, of acquiring goods and possessions for ourselves and our nearest friends, is insatiable, perpetual, universal, and directly destructive of society" (Hume 1978, 491-492).

In this interpretation of human psychology, individuals have a very strong propensity *to get more and more of what they like*. According to Hume, that stability of possession, and of social life in general, is



in danger unless human avidity is restrained (*Ibid.*, 492). If people act out of their avidity without limits, destructive conflicts among individuals and interest groups, which undermine the stability of social life, become inevitable. Since there is a moderate scarcity of goods, the endless desires of different parties in a society cannot be satisfied at the same time. Moreover, as it is discussed in the previous section, Hume assumes that individuals' self-love dominates their feelings of altruism towards others. Therefore, Hume contends that the conflict of desires consequently ends up with the conflict of individuals' actions, which destroys the stability of social life.

Hume's other contention is that human avidity cannot be eliminated because no other "affection of the human mind has both a sufficient force, and a proper direction to counter-balance the love of gain" (*Ibid.*, 492). Since it is assumed that avidity is too strong to be balanced by other psychological propensities, Hume's proposed solution to control avidity is to change its direction (*Ibid.*, 492):

The appropriate system of property, then incorporates, and neutralizes avidity by redirecting it towards long-term future gains. The intense desire of immediate gain (which will be insecure) is forestalled by a system of property allowing for eventual, secure gains in a context where, as Hume eventually argues, all property is owned by some individual" (Panichas 2012, 234).

A property system can maintain a stable social life and conditions of cooperation only if the system enables people to act out of avidity within the established property rules. Since a decently functioning social life is the ultimate concern in Hume's theory of property, a property system should be able to control and redirect avidity *in a peaceful manner* to be justified. I will call this requirement *the avidity condition*. Let me clarify the redirection of avidity more concretely. In the system of private property, individuals are allowed to accumulate huge amounts of wealth since there is no limit on individuals' right to own what they produce or trade. Although their avidity makes them tend to appropriate other individuals' possessions without the possessors' consent, they are better off by following the rules of private property and abstaining from taking others' possessions. The reason why they are better off with private property conventions is that individuals can satisfy their avidity more effectively under the rules of private property. If individuals do not comply with the rules of private property, then there would be no guarantee that they can preserve what they have in the long run. In the absence of property conventions, one can preserve what one has until someone else who is stronger emerges. Since avidity requires individuals to get more and more of what they like, *accumulation of wealth* is required for the satisfaction of avidity. Therefore, avidity can be followed more effectively if property conventions make it possible to enjoy a stable environment of possession and accumulation. Without private property conventions, accumulation of wealth, which is a requirement to effectively follow avidity, is under a significant threat because individuals' wealth can be seized by other individuals any time.

Even if it is explained why the system of private property is in coherence with human avidity, it should also be shown why other systems of property are not compatible with this alleged necessity of human nature. For this purpose, Panichas considers the "trusteeship system" as an alternative to private property. According to the trusteeship system, "individual possession or ownership of property is allowed only if the relevant individual has a need or use for the property at issue. There being no such need or use by an individual, the property at issue is assumed to be under community protection" (*Ibid.*, 232).

According to Panichas, given human avidity and moderate scarcity of material resources, the trusteeship system is not justifiable because it is not capable of redirecting avidity in a way where avidity becomes non-destructive (*Ibid.*, 234). In the system of private property, it is profitable for avaricious individuals to give up immediate short run gain of appropriating other's possessions because they can guarantee, by complying with the rules of private property, the stability of their wealth in the long run. However, in the trusteeship system, there is no such incentive for avaricious individuals to abstain from violating the rules of private property. Since the ownership of goods is conditioned by *actual or prospective need/use of individuals*, it is not possible to accumulate huge amounts of wealth. For instance, it is hard to justify the ownership of billions of dollars in one's bank account because it refers to neither one's use nor one's need regarding the financial asset at issue.



Strict limitations on the accumulation of wealth radically reduce the profitability of property rules because stability of possession is not really crucial for people who cannot enjoy growing amounts of wealth. Given that a person's needs or capacity to use resources are regular at a time, there is no point in strictly preferring stability of possession to the immediate gain of appropriating others' properties. In other words, since there is no overriding future gain that can be derived from the rules of property, the trusteeship system fails to redirect avidity and sustain itself in a stable manner. Individuals tend to violate the rules of property in the absence of long run incentives. Any property system, which fails to redirect avidity towards stability of possession, is vulnerable to destructive conflicts of avaricious individuals according to Hume. Therefore, Panichas concludes that the trusteeship system, and other systems of property except for private property, are not *justifiable* since they are not able to serve for obtaining a decent and stable social life.

It should be noted that there is a clear distinction between a need and an avaricious desire in Panichas' reconstruction of the Humean theory of property. Even though it may be possible for individuals to believe that they need things for which they have avaricious desires, what Panichas takes as a need is conditioned by either actual or prospective use. However, people can even "use" what they avariciously get. For example, a rich and avaricious person can use c-notes as toilet paper. To overcome this problem, since community protection over resources is ultimate in the trusteeship system, the appropriate criterion for use or need can be determined by the mutual recognition of the members of the community. Members of the community can discuss and select the appropriate criteria for what counts as a need. Given the moderate scarcity of goods, it is plausible to assume that the community members will refer to some impartial and modest standards such as public interest and mutually recognized decent life standards when they select the criteria for "appropriate" needs. In this sense, Panichas' claim that there is a gap between the satisfaction of the avidity condition and ownership which is conditioned by an actual or prospective need/use seems plausible. Since human avidity entails an insatiable desire to get more and more material resources, it is reasonable to expect that avaricious individuals tend to depart from mutually recognized needs in their desires. Hence, it is not possible to redirect avidity in the trusteeship system. Every time individuals try to get more and more, they are prevented by the trusteeship system since their insatiable desires can never be matched with a mutually recognized understanding of use or need.

3. Other Systems of Property and the Objects of Avidity

In this section, I argue that the avidity condition, if we accept that avidity is a human universal, is not capable of justifying the system of private property because other property systems can also redirect human avidity. I will base my claim on the idea that the object of human avidity can be something else other than material possessions. Since it is possible for individuals to effectively follow their avidity by desiring something else other than possessions, the system of private property is not a necessary solution to maintain stability of social life. In a society where the object of avidity is not material possessions, the trusteeship system or the system of common property are not inferior to the system of private property in redirecting avidity.

As I have already discussed in the first section, Hume believes that the only appropriate kind of good to be appropriated by other individuals is material possessions. Other individuals do not have access to "the internal satisfaction of our minds" (Hume 1978, 487). Similarly, "the external advantages of our body" are also not suitable to be seized by other individuals (*Ibid.*, 487). Hume concludes that only material possessions remain useful after being seized. Hume's definition of avidity is closely related to his account of three kinds of goods. Since the only possible kind of thing that can be acquired by human beings' love of gain is material possessions, avidity is immediately equated with insatiable desire for possessions. This narrow definition of avidity is justified by appealing to Hume's account of three kinds of goods. If it is demonstrated that there are other ways of having insatiable desires about things other than possessions, the narrow definition of avidity based on possessions cannot be a plausible description.



In order to show the possibility of non-material objects of avidity, let me first speculate on the motivation behind *avidity in the narrow sense*. Even if we accept that avidity is a human universal, it is reasonable to look for an intelligible motivation behind avidity. For instance, one can say that human beings have a natural disposition to have social interaction. Given this, further elaboration on this natural disposition also makes sense. One can argue that we are disposed to be in social interaction because formation of the self is only possible through socialization, given that there is no distinguished self in the absence of other individuals. Similarly, further elaboration on the motivational aspect of other natural dispositions, including avidity, can be quite feasible. Moreover, when one reflects on avidity, desiring a steadily increasing amount of material resources for the sake of itself does not make sense to many people, even if we all admit that avidity is a part of human nature. Hence, it seems quite plausible to scrutinize the possible motivations behind avidity. I will propose, although these are not exhaustive, three possible alternatives as a candidate for the motivation behind avidity.

Firstly, one can claim that insatiable desires for material resources are caused by *the pleasure that is derived from goods*. Since we derive pleasure by consuming or using material resources, and given that we always want more and more pleasure, it follows that we want more and more material resources. Moreover, there is a moderate scarcity of resources available. Therefore, one can argue that our strong desire to get more and more material resources takes the form of avidity, which makes us compete for resources at the expense of other individuals.

The problem of this explanation is that it overestimates the link between avidity and the pleasure which is directly derived from the use of resources. When avidity makes people accumulate huge amounts of wealth there are cases in which people do not really benefit from the accumulated wealth directly. Commonsensical understanding of pleasure, which is derived from goods, presupposes some standard way of using these goods. For instance, in this standard interpretation the pleasure of having a yacht is equated with the use of that yacht. However, it is not plausible to imagine that a person who has 100 yachts derives that sort of pleasure from what he has because he only uses one of them at a time. One can say that what a person derives from 100 yachts is a special kind of pleasure which is derived from the idea of having 100 yachts. However, this explanation is a circular one since it refers back to our avidity, the disposition to want more and more resources. Since avidity is defined as insatiable love of gain, the pleasure which is derived from the idea of having 100 yachts and the pleasure which is derived from effectively following avidity seem to be the same. This "special kind of pleasure" explanation implies avidity as the source of pleasure rather than explaining avidity by referring to the motivation behind it.

The second explanation may be that individuals tend to have insatiable desires for goods since they derive a special kind of pleasure from *the feeling of security*, which moves individuals away from the fears of poverty and scarcity. According to this explanation, since aversion to poverty is a very strong human propensity, individuals try to move away from poverty as much as possible. The most secure means of reducing the probability of future poverty is to accumulate as much wealth as possible. When individuals accumulate huge amounts of wealth, they are much less vulnerable to the risk of falling in poverty. For instance, a bankrupt billionaire is more likely to have decent life standards in absolute terms even after he loses the vast majority of his wealth. As a result, the second explanation holds that individuals develop avaricious desires for goods out of the special kind of pleasure which is derived from economic security.

However, the second explanation for the motivation behind avidity relies on a contingency rather than a necessity of human nature. If avidity is only a matter of security against the threat of poverty, then it is conditioned by contingent external circumstances. In this scenario, avidity is possible if people have a very intense fear of poverty. If there were abundance of resources, then individuals would not be avaricious since there would be no ground to feel the necessity of securing one's decent life standards. In this interpretation, it is not possible to define avidity as a human universal because a component of human nature should be stable regardless of the external conditions. On the other



hand, Hume's account of private property is based on the idea that avidity is a part of human nature. Therefore, the second explanation is not compatible with what Hume defines as avidity.

The final explanation is that avidity for wealth is a sign of *another universal desire* for "reputation, honours and advancement" (Rousseau 1754). Rousseau states that other means of distinction, such as nobility or personal merit, are reduced into wealth for two reasons. One of these reasons is that wealth can be "used to purchase every other distinction" (*Ibid.*). In other words, wealth can elevate a person's rank given that a society values being wealthy.

But what does it mean for here to be a universal desire for reputation or honours? To make this universal desire intelligible, I will refer to another notion from Rousseau's moral psychology: *amour-propre* (self-love). According to Rousseau, through the social interaction with other individuals, a person starts to have a desire to be distinguished with respect to others:

Remember that as soon as *amour-propre* has developed, the relative *I* is constantly in play, and the young man never observes others without returning to himself and comparing himself with them. The issue, then, is to know in what rank among his fellows he will put himself after having examined them (Rousseau 1979, 243).

However, the aspect of this distinction is not necessarily material wealth. Some commentators agree that a person's desire to be distinguished with respect to others refers to a sort of moral superiority (Kolodny 2010, 169-170). Kolodny defines *amour-propre* in the broadest sense: "a desire to have, and to be evaluated by others as having, a certain value in comparison with others" (*Ibid.*, 169).

My aim is not to go into the details of Rousseau's moral psychology. What I want to show is that it is reasonable to believe that there is a more generic desire, derived from individuals' self-love, which explains the motive behind *avidity in the narrow sense*. Avidity for material wealth for its own sake does not seem to be a plausible understanding of avidity. This is a rather empirical question whether the existence of individuals' avidity for material wealth depends on the importance of being wealthy in a specific culture. There have been primitive communities and modern societies like the Soviet Union which survived for long periods of time without the possibility of following avidity in the narrow sense. There is no reason to reject that there were alternative objects of avidity other than material wealth in these societies unless there is strong evidence against this hypothesis. If we accept that individuals have a strong desire to be valuable in comparison to others by interpreting avidity in a broad sense, it is quite plausible to believe that individuals act out of avidity in the narrow sense to be distinguished in the eyes of others. Keep in mind that, wealth is a sign of distinguished rank in the society in question. Based on these ideas, I propose to construct a stipulative use of avidity in a broader sense. I define *avidity in a broad sense* (ABS) as *intense and insatiable desires of individuals which stem from self-love*.

If it is assumed that, and I take it as a very modest and sensible assumption, self-love entails a strong desire to be respected and valued by other individuals in the community, ABS can take many different forms depending on the cultural context of the society. In a society where material wealth is a significant bargaining power that makes your rivals respect and fear you, individuals can adopt avidity in the narrow sense (love of gain for material wealth) as a dominant strategy to consolidate their reputation in the community. Avidity in the narrow sense is derived from ABS, intense and insatiable desire of an individual, which stems from self-love, because the ultimate motive is to maintain one's own reputation or status given the cultural codes of the community. Similarly, if wealth is perceived as a sign of high reputation for some other reason, there is an immediate reason for individuals to be motivated by love of material gain.

Avidity in the narrow sense is not a human universal because it depends on a contingency of human societies; the cultural context in which material wealth is appreciated as a sign of high status is by no means a necessity of human nature. As it is mentioned above, throughout history there have been societies where property was collective and material wealth was not the sign of reputation. On the other hand, I do not claim that avidity in a broad sense was dissolved in these societies. Consider the



example of the Soviet Union. It would be naive to hold that human avidity was dissolved under the ideological commitments of socialism, at least within this period of 69 years. However, the Soviet system had been very stable for more than 60 years although their socio-economic system was not based on private property. Hume's contention that other property systems fail to redirect avidity seems to be wrong. Of course, one can argue that Hume's hypothesis was verified because the Soviet system collapsed in the end. But, keep in mind that Hume's description of avidity for material wealth is so intense that it is unlikely for a social order to survive for a long period of time. Moreover, there is no indisputable empirical evidence showing that the collapse of the Soviet system was because of its opposition to human avidity in the narrow sense.

Another objection may state that the stability of the soviet social system depended on suppression of political opponents. Hence, it does not count as the appropriate kind of stable social life as Hume has in his mind. I believe that other normative aspects like freedom and democracy from which we evaluate social systems are not directly relevant to the problem of stable social life. Hume's emphasis on stable social life fundamentally focuses on the question of whether a system manages to survive or not despite of individuals' avidity. It is clear that the Soviet system passed this kind of test of stable social life. Moreover, there is no evidence that Hume has other normative commitments, which are prior to the requirement of stability, to evaluate social systems.

If one adopts ABS as the plausible interpretation of avidity, one can easily show *alternative objects of avidity* in the systems of non-private property. Political power is one of those objects. In a society, e.g. the Soviet system, where the governmental system is centralized and ideological commitments are crucial in the regulation of social coordination problems, holding political offices may be a substitute for owning material wealth. In these kinds of societies, it is likely that the political status of individuals is the ultimate sign of high status in the community. Assuming that ABS is a human universal, individuals are likely to have very intense and insatiable desires to get more and more political influence in these kinds of societies. Although intense and insatiable desires that are derived from self-love are observed in both the systems of private property and the systems of non-private property, the objects of avidity in two systems are completely different from each other. Hence, in a society where political power is appraised, as long as it is possible for individuals to advance in rank by increasing political power and influence, individuals may act out of their avidity.

One can raise an objection by claiming that there is an upper boundary for political power whereas avidity is supposed to be infinite in principal. For instance, one may argue that once a dictator has full totalitarian control over a society, his political power reaches a level of saturation because obtaining more political power is not possible. I respond to this objection in the following way: if avidity is a human universal, it should be accepted that not only a dictator but also other individuals have insatiable desire for political power. Following that, even a dictator with the full control of the country should always preserve his power against the possible opponents who may eventually overthrow him. This requirement makes the dictator act out of his avidity all the time since he has to take actions to constantly reproduce the conditions of his political power. Therefore, even a dictator can never achieve a full saturation of political power, if other individuals have a strong desire for political power as well.

Since avidity may have objects, e.g. political power, other than material wealth, the system of private property is not the unique social setting where individuals can effectively follow their avidity. Moreover, if something other than material wealth is esteemed in a society, the property system can even be irrelevant to the feeling of avidity. A non-private property system is fully justified, according to the avidity condition, if it allows individuals to act out of their avidity within the rules of the relevant property system. As long as the object of avidity is something else other than material wealth, individuals can always effectively follow their avidity without appealing to the accumulation of wealth, which is possible only under the rules of private property.



4. A Possible Objection

Another objection to my position is that other objects of avidity are not as *peaceful* as avidity for material wealth in regulating social life. For instance, if a culture defines political power as the appropriate object of avidity, then that society at issue would suffer from the severe conflicts among the individuals who all seek power. Once some individuals attain political power, they would use the police force to suppress their opponents. Unlike material wealth, political power provides its owners with specific tools to suppress others. In such cases, the society would collapse into a perpetual and violent power struggle among different parties. The objector can further anticipate that only societies whose object of avidity is material wealth can eventually survive because only that sort of avidity can be *peacefully* redirected. Since the ultimate concern of Humean political philosophy is to maintain the conditions of stable social life, other systems of property, which redirect avidity through avidity for political power or something else, would be unjustified. In other words, it is not possible to prevent other forms of avidity from leading to destructive conflicts within a society.

My response to this objection will be in two steps. First, every form of avidity may be destructive including avidity for material wealth if *the appropriate measures* are not taken. I believe that Hume's claim that avidity for material wealth can be peacefully redirected within the rules of private property has some controversial components. From the history of capitalism, it can be inferred that the system of private property needs some additional institutional arrangements to maintain its stability. Advanced capitalist countries, where people can effectively follow their avidity under the secure system of private property, face serious social challenges such as rising inequality, deindustrialization, deunionization of the working class and even privatization of the education system in some countries. Each of these topics altered the distribution of privileges in many Western societies. Moreover, all of these social changes are related to the search for efficiency and profitability in economic life, which cannot be isolated from people's avidity for wealth. If we take the demands of fair distribution of wealth as one of the most important motivation of social movements into consideration, avidity for material wealth stimulate serious social problems that have destabilizing impacts on advanced capitalist societies. 20th century working class movements and the new social movements, which have recently risen as a result of the discontent with post-80s era of neo-liberalization, are the historical examples of social destabilization within the rules of private property. Increasing economic inequalities, which are fostered from the love of corporate profits, are one of the most central source of discontent in the contemporary world. It is difficult to deny the destabilizing effects of these social problems in the private property societies.

The fact that people are enabled to effectively follow their avidity without violating the rules of property does not entail that social life will necessarily be stable. On the contrary, the concentration of wealth into few hands, which usually arises as a result of avidity-driven economic systems, leads to aforementioned social problems. One of the reasons behind these problems is that other individuals, who are relatively excluded from accumulation of wealth, have an obstacle to reach more material resources. Relatively poor individuals have diminishing bargaining power and competitiveness against the richest ones as wealth is concentrated. Even if there is no egalitarian element in Hume's theory of property, the fact that the discontent with rising inequality destabilizes social life is an important concern through Hume's own evaluative standards. The system of private property *per se* is not capable of redirecting avidity for material resources in a peaceful manner. *The additional institutional and distributive measures* such as welfare policies and promotion of equality of opportunity play a key role in maintaining social stability in many societies where the system of private property is established.

If it is acceptable that the system of private property requires additional arrangements to maintain social stability, why should we not also accept that other systems of property can take measures regarding the other objects of avidity? I believe that other objects of avidity can also be peacefully redirected, given that appropriate measures are taken. If the system of private property needs similar arrangements to remain stable, then it does not have superiority to other property systems that can also function in coherence with a decent social life.



As a second step, let me further explicate the possible arrangements that are likely to reduce the destructive impacts of avidity for political power. If political power is the object of avidity in a society, individuals may converge on *mutually advantageous conventions* that specify the legitimate ways of seeking power. These kinds of conventions are not against the spirit of the Humean political philosophy. I merely apply what Hume suggests about avidity for wealth to a different context. Hume suggests that individuals converge on private property conventions out of self-interest because they realize that social stability makes them better off in their search of more and more gain of wealth. Similarly, if the object of avidity is political power, individuals can also converge on some regulatory conventions out of self-interest. If Hume's chain of reasoning is replicated, it would be plausible to believe that individuals are better off in their search of more and more political power given that there are non-arbitrary regulations in the political system. Conventions that guarantee a stable social life can be profitable even for the most powerful political figures in a society because they can be overthrown by other individuals who unite their power by coalition-formation. Through conventions, every player can more easily produce his strategies since he can anticipate which permissible actions can be taken by his opponents. Moreover, although a ruler may be strong enough to stay in power, he may not be strong enough to end disastrous conflicts within a society, which are costly for everyone. Another mutual advantage is that the cost of losing political power struggles can be much less thanks to regulatory conventions. Otherwise, losers can even lose their lives. Therefore, it is quite plausible to hold that regulations that force avidity for political power to stay within the boundaries of non-destructive competition are mutually beneficial to all parties of a society.

The specification of these conventions may change according to the cultural-historical features of the society at issue. What people find acceptable as the appropriate ways of gaining political influence may depend on the specific context of the society at issue. Members of a society may converge on meritocratic conventions which allow individuals to occupy political offices only if they have successful examination records. Individuals would try to get more political influence by studying hard for governmental exams in such a society. Another possibility is that members of a society may converge on democratic conventions that allow individuals to occupy political offices through free elections. In a democratic society, individuals are more likely to satisfy their avidity for political power by improving their rhetorical skills, public image shaping or other such measures to increase their popularity. In any of these scenarios, once the conventions are established, the destructive nature of avidity for political power can be radically diminished. Of course, there are always some individuals who are disadvantaged within these conventions. For instance, individuals who are shy and incapable of making public speeches would have great difficulty to act out of their avidity for political power. However, existence of such disadvantaged individuals is also a problem for avidity for material wealth under the rules of private property. Not every individual has the same level of productivity and business awareness in a society. In satisfying the intense desires for wealth, some individuals are also radically disadvantaged under the system of private property. Therefore, I do not consider these cases as a serious problem for the justification of other property systems.

Consequently, I believe that avidity for other things can be peacefully redirected as avidity for wealth is redirected. Every object of avidity may require special sorts of arrangements in a society so that its destructive nature can be inhibited. Avidity for wealth is no exception in this sense. Therefore, the system of private property has no justificatory superiority to other systems of property which praise other objects of avidity such as political power.

5. Conclusion

To conclude, my claim is that the appeal to avidity as a human universal is not adequate to justify the system of private property as opposed to other alternative systems of property. First of all, if avidity is defined in the narrow sense, only for wealth, it is not plausible to believe that it is a part of human nature. I proposed to define avidity in a broad sense as *intense and insatiable desires of individuals which stem from self-love*. In my stipulative use of the concept, there are other possible objects of avidity depending on what a society culturally acclaims as a sign of reputation. Since there are other possible objects of avidity, the system of private property is not a unique solution to redirect avidity in



a peaceful manner. In societies where material wealth is evaluated as irrelevant to the value of individuals, avidity should be redirected in other ways according to relevant object of avidity. Moreover, I argued that following avidity for material wealth is not more peaceful than other sorts of avidity. All kinds of avidity requires some additional conventions to curb their destructive impacts. The system of private property also needs redistributive measures to maintain social stability against the threats stemming from the extreme concentration of wealth into a few hands.

References

- Baillie, J. (2000). Routledge Philosophy Guidebook to Hume on Morality. Routledge.
- Collier, M. (2011). Hume` s Natural History of Justice. In C. Taylor & S. Buckle (eds.), *Hume and the Enlightenment*. Coventry, A. & Sager, A. (2013). "Hume and Contemporary Political Philosophy", *The European Legacy*, vol. 18 no. 5, pp. 588-602.
- De Jasay, A. (2004). "Property and its Enemies", *Philosophy*, vol. 79. No. 307, pp. 57-66.
- Hardin, R. (2007). *David Hume: Moral and Political Theorist*. Oxford University Press: UK.
- Hume, D. (2010). *An Enquiry Concerning the Principles of Morals*, <http://www.gutenberg.org/files/430/4320-h/4320-h.htm> (Erişim Tarihi: 23.09.2016).
- Hume, D. (1978). *A Treatise on Human Nature*, (Ed.) L. A. Selby-Bigge, Oxford at the Calderon Press.
- Kolodny, N. (2010). "The Explanation of Amour-Propre", *Philosophical Review*, vol. 119, no. 2, pp. 165-200.
- Mackie, J.L.. (1980). *Hume's Moral Theory*, London: Routledge.
- Panichas, G.E. (2012). Hume`s Theory of Property, in *Hume and Law*, (Ed.) MacKinnon, K. Routledge.
- Rousseau, J.J. (1979). *Emile*, (Çev.) Allan Bloom, New York: Basic Books.
- Rousseau, J.J. (1754). *On The Origin of The Inequality of Mankind*, trans. G.D.H. Cole, retrieved from <https://www.marxists.org/reference/subject/economics/rousseau/inequality/ch02.htm> (Erişim Tarihi: 25.09.2016).



Strong Programme against Scientific Knowledge and Its Autonomy

Bilimsel Bilgi ve Onun Özerkliğine karşı Güçlü Program

Alper Bilgehan YARDIMCI

*Dokuz Eylül Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Felsefe Bölümü
İzmir, Türkiye
b.alperyardimci@gmail.com*

Makale Bilgisi

Gönderildiği Tarih: 23.01.2017
Kabul Edildiği Tarih: 02.06.2017
Yayınlandığı Tarih: 30.06.2017

Article Info

Date submitted: 23th January 2017
Date accepted: 2nd June 2017
Date published: 30th June 2017

Abstract

Science and scientific knowledge have been questioned in many ways for a long period of time. Especially, after the scientific revolution of 16th- and 17th-century Europe¹, science and its knowledge have been mainly accepted one of the most valuable and trustable information. However, in 20th century, autonomy of scientific knowledge and its dominant position over other kinds of knowledge have been mainly criticised. Social and other factors that were tried to be excluded before have been incorporated into the work by the influence of the Strong Programme. In this article, it will be argued that while people are presenting scientific knowledge, their interests, beliefs and the communities they are involved in are also shown to be effective in producing this information. Thus, the desired result is that it is not reasonable to talk about the absolute autonomy of scientific knowledge.

Key words: *Strong Programme, notion of interest, autonomy of scientific knowledge, social factors.*

Öz

Bilim ve bilimsel bilgi uzun yıllar boyunca bir çok açıdan sorgulanmıştır. Özellikle 16. ve 17. yüzyıl Avrupa'sının bilimsel devriminden sonra bilim ve onun bilgisi en güvenilir ve değerli bilgi kaynaklarından biri olarak kabul edilmiştir. Ancak, 20 yy. da bilimsel bilginin özerkliği ve bu bilginin diğer bilgi türleri üzerindeki baskın durumu genellikle tartışılmaya başlanmıştır. Güçlü Programın etkisi ile daha önce dışarıda bırakılmaya çalışılan sosyal ve diğer faktörler işin içine dahil olmaya başlamıştır. Bu makalede, insanların bilimsel bilgiyi üretirken, çıkarlarının, inançlarının ve bağlı oldukları toplulukların bu bilginin üretilmesinde etkili olduğu tartışılmaktadır. Böylece, arzulanan sonuç, bilimsel bilginin mutlak özerkliği hakkında konuşmanın mantıklı olmayacağıdır.

Anahtar kelimeler: *Güçlü Program, çıkar kavramı, bilimsel bilginin özerkliği, sosyal faktörler.*

1. Introduction

Throughout history, science has been evaluated as the primary and most reliable source of knowledge amongst scientists, philosophers and sociologists (Pigliucci, 2008) and it has been considered cognitive and an autonomous activity that provides objective knowledge of the world. Furthermore, science has been generally recognized superior to the other kinds of social and cultural factors (Chalmers, 1999). Due to these reasons, even though sociologists such as Weber, Marx, and Comte agreed that sociology examines social factors like religion, myth, ideology excluding science, they all claimed that the only possible way to achieve objective knowledge is to adopt scientific methods (Chalmers, 1999).²

Nowadays, scientism (the idea that keeping science superior above everything with the autonomy of scientific knowledge) maintains its effect among various groups' thought, but it can be said that it has lost its former dominant position. There are several reasons shred public confidence in scientism: the

¹ Hendrix, S. E. (2011).

² A similar attitude can be seen in the philosophy of science; those social factors does not fall into the range of science because it is evaluated apart from external factors. Particularly, this scientist viewpoint can be seen in the Vienna Circle with their logical positivist ideas (Uebel, 2012).



'linguistic turn' studies in the philosophy of language; new Marxist sociology schools which bring criticism on existing sociological ideologies; and relativist ideas that occur in the area of philosophy. These elements have led to the discussion of the epistemic autonomy. As a matter of fact, the idea of epistemic autonomy has been criticized throughout the history by thoughts of sophists, sceptics, subjective idealists and social constructionists. Theoretical framework behind this opposition is mainly relativism (Sober, 2008).³

In this essay, the main interest will be given to the discussion of sociology and autonomy of scientific knowledge and its situation against relativism and social constructivism approaches. In this regard, firstly, Strong Programme's principles and David Bloor's ideas about relativism, which is a featured representative of the Strong Programme will be explained. Secondly, analysis of another interesting aspect of the school's programme – its epistemological position – will be given with concepts about the notion of truth due to their epistemological viewpoint and cognitive tools. Finally, my advocacy on Bloor's stance which criticizes scientific autonomy and my opinions will be presented.

2. Strong Programme

The idea that keeping science superior above anything else and the autonomy of scientific knowledge was mainly criticized by the Strong Programme in the field of sociology of science with its relativist and social constructivist opinion after 1950 (Barnes, 1985). Scientific knowledge has not been treated as a privilege over religion, magic and myths (distinct from what it was evaluated as before 1950). In other words, it has lost its privileged position among others (Barnes, 1995). According to this new movement, science is not the most objective and rational form among other forms of knowledge because there are no unequivocal rules assisting scholars to reach the ultimate objective and reliable information (Bloor, 1991). Hence, sociologists of science who argue the Strong Programme's standpoint are engaged in how the science is affected by the social process, which means the belief and scientific knowledge are assessed with cultural factors and seen as social institutions.⁴

Edinburg school was one of the famous social constructivist schools that strengthened this criticism against the scientism (Jasanoff, Markle, Pinch and Petersen, 2002). Academics in this community were using the "notion of interest" in order to analyse scientific activities. Information allegations that are emerged from these scholars are usually social and these claims reflect the political interests of their knowledge and understandings. That is why; their approaches could be regarded as the interest approach which effects scholars' statements and beliefs (Jasanoff, Markle, Pinch and Petersen, 2002).

As can be seen, Strong Programme is generally known as the Interests Approach under the general heading of social constructionism (Jasanoff, Markle, Pinch and Petersen, 2002). The general claim of the Strong Programme is that scientific knowledge should be treated by sociological analyses. The conclusions of this analysis are the following propositions:

- Any knowledge claim faced in scientific debates is not more rational than other claims.
- None of the truth value of scientific propositions is entirely unknown (Jasanoff, Markle, Pinch and Petersen, 2002).

As illustrated by these two propositions, social interest plays an important role in the construction of knowledge claims. Also it describes the definition of scientific knowledge, which means the purpose of

³ Explaining the relativism with its variants such as cognitive and conceptual relativism will be useful for us in order to understand the topic in detail. Cognitive relativism comes up with the belief that there are no objective truths but only local beliefs and conceptual relativism is the view that different groups (e.g., those with very different languages or cultures) may have rather different central concepts and this can lead their members to rather different conceptions of the world (Sokal and Bricmont, 2002).

⁴ Besides, in the mid of the 70's, although Merton saw the science as a social institution, he was criticized by social constructionists because he accepted the objectivity of science and its superiority than other knowledge structures (Jasanoff, Markle, Pinch & Petersen, 2002).



Strong Programme is to understand ideas that is accepted as true and their conditions that appeared (Webster, 1991).

At the beginning of the sociology of scientific knowledge, only unsuccessful scientific theories are evaluated as the products of the social influences in order to understand which social factors led to failure of scientific method. However, Strong Programme takes into account all scientific theories, activities and knowledge as a result of social structures and elements without any distinction. From this point of view, each cognitive or knowing activity emerges from society, even if it is successful or not. For this reason, the decisive relation between social factors and community of scientist is not an outer and separate factor, but rather the intrinsic nature of this relationship is an essential element of science (Bloor, 1991).

Likewise, representatives of the Strong Programme claim that we cannot understand the knowledge only with two cognitive tools (mind and senses) because social factors not only provide knowledge but also shape cognitive tools at the same time (Jasanoff, Markle, Pinch and Petersen, 2002). That is why, in this situation, social factors are important in the information producing process.

Bloor (1991) elaborates the topic in his "Knowledge and Social Imagery" book with his epistemological point of view. He focuses on the distribution of beliefs and factors influencing them. He asks some questions in order to understand and elaborate the issue. For instance, "how is knowledge transmitted; how stable is it; what processes go into its creation and maintenance; how is it organised and categorised into different disciplines or spheres? (Bloor, 1991, pp.5)"

According to Bloor (1991), in order to understand knowledge getting process in detail, examination and clarification are necessary for sociologists, since they will effort to characterise knowledge in a way which accords with this viewpoint. That is why; their opinions will be in the same causal idiom as those of any other scientist. Their concern will be to locate the regularities and general principles or processes which appear to be at work within the field of their data. The purpose will be to set theories to explain these regularities. They will have to apply true and false beliefs together, if these theories are to fulfil the necessity of greatest generality, and as much as possible the same kind of clarification will have to use in both situations. He presents an analogy in order to demonstrate the topic:

The aim of physiology is to explain the organism in health and disease; the aim of mechanics is to understand machines which work and machines which fail; bridges which stand as well as those which fall. Similarly, the sociologist seeks theories which explain the beliefs which are in fact found, regardless of how the investigator evaluates them (Bloor, 1991, pp. 5).

From the analysis above, the main tendency of the strong programme is to be sure that these theories implemented to all beliefs whether true or false. Sociology of knowledge tries to understand scientific activities with the four principles of this movement shaped by the main tendency (Bloor, 1991). These four tenets are as below respectively;

1. It would be causal: that is, concerned with the conditions which bring about belief or states of knowledge. Naturally there will be other types of causes apart from social ones which will cooperate in bringing about belief.
2. It would be impartial with respect to truth and falsity, rationality or irrationality, success or failure. Both sides of these dichotomies will require explanation.
3. It would be symmetrical in its style of explanation. The same types of cause would explain say, true and false beliefs.
4. It would be reflexive. In principle its patterns of explanation would have to be applicable to sociology itself. Like the requirement of symmetry this is a response to the need to seek for general explanations. It is an obvious requirement of principle because otherwise sociology would be a standing refutation of its own theories (Bloor, 1991, pp. 7).

The strong programme can be identified through these four principles as illustrated above: causality, impartiality, symmetry and reflexivity. As we can see, the first principle demands sociological and



psychological conditions, which indicates non-scientific determinants when we need to examine the statements of beliefs or knowledge. Bloor (1991) states that science is not created in a vacuum, but, he realises that science does not merely occur with social effects. In addition, explaining the causes of beliefs as true or false is prohibited by the second principle because all beliefs need to be explained whether they are true or not. The principle of symmetry is the variation of the principle of impartiality. The same types of explanations are used for successful and unsuccessful knowledge claims alike. For instance, communist ideologues in the Soviet Union preferred Lamarckian theory of evolution rather than the Darwinian evolution. The reason behind of this is the same to confirm one and refuse the other one. While Lamarck's theory of evolution was fit to Hegel's view of history based on his Geist, Darwin's theory of evolution was not. Finally, according to fourth principle, it must be applicable to sociology itself. In another sense, when sociologists claim that there is a political interest behind scientific claim, they are also aware that their claims also include political interest.

3. Strong Programme and its Epistemological Position

Another important point is that the sociologist deals with the knowledge, containing scientific knowledge, solely as a natural phenomenon is claimed by Bloor (1991). Hence, the proper description of knowledge will be quite different from that of either the lay person or the philosopher. Rather than describing it as true belief, knowledge for the sociologist is anything that is considered as information by people. It comprises of those beliefs which people surely hold to and live by. Especially, the sociologist will be concerned with beliefs which are taken for granted or institutionalised, or invested with authority by groups of people. According to him (1991), separating the knowledge from mere belief is necessity. This can be done by reserving the word 'knowledge' for what is collectively endorsed, leaving the individual and idiosyncratic to count as mere belief.

In addition, Bloor (1991) states that what is said here for general knowledge also can be said for scientific knowledge. Therefore, Strong Programme's tenets were sent forward as a result of such an adaptation. These principles made also controversial informational autonomy claim mentioned in the definition of traditional knowledge. Such autonomy is based on the terms 'justification' and 'righteousness'. Strong Programme argues (Jasanoff, Markle, Pinch and Petersen, 2002) that both terms are not autonomous from society; conversely they are determined by society. It can be said that claiming the autonomy of knowledge is not possible from Bloor's side.

For this reason, Bloor also criticizes the traditional epistemological point of view, because while it is explaining scientific activities, it does not consider social factors. He claims (1991) that traditional epistemology only uses sociology and psychology in order to clarify false beliefs. However, there is a conflict between Bloor's principles of method and traditional methods - claiming the creation of knowledge has some internal / autonomous elements. According to Bloor (1991), we need to examine this situation and try to decide which theory is right. In order to understand the doctrine of his Strong Programme, epistemological position of the principles behind the proposed method should be checked (Bloor, 1991). This position is hidden in Bloor's answer to the question of what makes people do the right thing or rational? He says (1991) that classifying the beliefs as the right or the rational is based on teleological or goal-directed understanding of information. While teleological epistemology is explaining the nature of causal problems, it uses some concepts that we encounter in society. For this reason, our cognitive process or knowing behaviour is social and it has two inevitable results (Bloor, 1991).

1. Truth is a concept that has three basic functions
2. Theory of righteousness called correspondence theory is incorrect (Bloor, 1991).

These two results can be further examined in detail:



Bloor mentions the function of the traditional concept of truth. According to him (1991), our idea of truth does a number of tasks which are worth noting if only to demonstrate that they are suitable with the strong programme and the pragmatic and instrumental idea of correspondence which has emerged in the discussion.

He claims (1991) the first task is that discriminatory function. Men are under the necessity to order and sort their beliefs. They must distinguish those which work for them from those which do not. True and false are the labels typically used and are as good as any, although explicitly pragmatic vocabulary would function just as well.

Second one is the rhetorical function. These labels take a place in an argument, criticism and persuasion. He states that there would be no problem about what to believe, if our knowledge were purely under the control of stimulation from the physical world. However, adapting to the world mechanically for us is not possible due to the social element in our knowledge. For this reason, this conventional and theoretical instrument introduces a continuing problem of maintenance. According to Bloor (1991), the language of truth is closely related with the problem of cognitive order. On the one hand, human generally talk of truth so that they might suggest this or that certain claim. On the other hand, truth is invoked accurately as an idea of something possibly dissimilar from any received opinion.

It is thought of as something that transcends mere belief. It has this form because it is our way of putting a question mark against whatever we wish to doubt or change or consolidate. Of course, when men affirm truth or detect and denounce error, there is no need for them to have privileged access or ultimate insight into these things. The language of truth has never needed this. It was as available, and as legitimately available to Priestley with his phlogiston theory, as it is to us (Bloor, 1991, pp. 41).

This is all very similar to the discriminatory function except that now the labels can be seen taking on overtones of transcendence and authority. Man can identify the nature of the authority instantly. Any particular theoretical view of the world has authority, this can only derive from the actions and opinions of men. Authority is evaluated as a social category by Bloor (1991) and he thinks that only human being can use it. They endeavour to transmit it to their settled opinions and assumptions. Nature has power over us, but only men have authority. In some measure, the transcendence associated with truth will have the same social source, but it also points to the third function of the notion of truth.

It is the materialist function. According to Bloor (1991), "All our thinking instinctively assumes that we exist within a common external environment that has a determinate structure. The precise degree of its stability is not known, but it is stable enough for many practical purposes (Bloor, 1991, pp. 41)." Opinions vary about its responsiveness to our thoughts and actions, but in practice the existence of an external world-order is never doubted. It is assumed to be the cause of our experience, and the common reference of our discourse. He shall lump all this under the name of materialism. Often when we use the word truth' we mean just this: how the world stands. By this word, we convey and affirm this ultimate schema with which we think. Of course this schema is filled out in many different ways. This schema may differ from culture to culture because such a schema is the material/common core of people, objects and natural process.

The second result of the claim of sociality of cognitive process is that the theory of correspondence is wrong (Bloor, 1991). Essentially, effect of materialist function of the concept of truth can be seen behind the theory of accuracy, because this theory cannot be introduced without accepting the idea that there is an external world outside of the mind. Bloor (1991) suggests that theory of accuracy, especially faced in experimental science, should be rejected and conventional understanding of truth should be adopted. Further, scientific theories and procedures must be consonant with other conventions and purposes prevalent in a social group. According to Bloor (1991), the relation of correspondence between a theory and reality is unclear. For this reason, this ambiguity cannot be ignored in terms of epistemology.



In this situation, Bloor gives an example from the history of chemistry in order to make the issue tangible. He takes Priestley's analyses about phlogiston theory, proceeds from this theory, the situation of the correspondence in reality, indeed, only is rhetoric, which means it depends on our interpretation. He said that

the process of scientific thought can all proceed and have to proceed on the basis of internal principles of assessment. They are moved by the perception of error as it crops up within the terms of our theories, purposes, interest, problems and standards (Bloor, 1991, pp.40). In this instance, there is no objection to argue that our theories are simply "conventional instruments" for coping with our environment (Bloor, 1991, pp. 40).

As can be seen from these statements in terms of Strong Programme, ultimately all scientific theories, methods, and the results consist of social conventions (Bloor, 1991). To put it another way, concepts such as "objectivity", "truth", "rationality", "justification", "convention", "object", "nature" and of course "society" are nearly being redefined. For example, Bloor claims that the concept of "truth" in many contexts can be replaced with "the concept of prefer".

As outlined above, the following theses create the core of The Strong Programme's epistemological claims;

- 1) There is no a universal cognitive background that informational judgments founded on it. These judgments are the product of different collective structures and cultures; also each structure constitutes its own judgements.
- 2) Therefore, while people are performing the action to know something, they also reflect their own thought and beliefs on it and evaluate them with these beliefs.
- 3) They (especially Barnes) emphasized that the effects of the world (society) on the subject is always and in every case shaped by the cognitive / linguistic models.
- 4) As well as the emphasis on social factors insisting that the information is not generated by individuals.

These theses provide us to draw epistemological limits of the Strong Programme. Due to the variable bond between sociality and language, especially Barnes, suggested that our structure of verbal knowledge does not represent the reality under a single form. According to him, this is an inevitable feature of our linguistic and cognitive capacities (Harré and Krausz, 1998, pp.102).

3. Conclusion

To conclude, it is the autonomy of scientific knowledge has been questioned. As can be seen, keeping science superior to other kinds of knowledge such as sociology has been criticised especially by Strong Programme's doctrines. Science and scientific knowledge are always seen as autonomous and it is thought that they are not affected by social factors. Bloor shows that the notion of interest takes an important place while producing scientific knowledge. For this reason, accepting the advantages of scientific knowledge over religion, magic and myths will not be reasonable, because it cannot be said that any knowledge claim is more rational than other scientific claims in scientific debates. Finally, scientific activities are tried to be understood in terms of four principles of Strong Programme; causality, impartiality, symmetry and reflexivity.

Finally, traditional epistemological point of view has been taken into account to show that it did not consider social factors while clarifying scientific activities. All scientific theories, methods and the results consist of social agreements at last, according to Strong Programme. That is why, the notion of truth can be altered with the concept of preference because people attach their ideas and beliefs



while they are trying to know and create scientific knowledge. As a result, Strong Programme and its representatives – especially Bloor – shows that autonomy of scientific knowledge is not the idea that we can adopt since the knowledge is influenced by social factors and interests.

References

- Barnes, B. (1985). *About Science*. Oxford: Blackwell.
- Barnes, B. (1995). *The Elements of Social Theory*. London: UCL Press.
- Bloor, D. (1991). *Knowledge and Social Imagery*. Chicago: University of Chicago Press.
- Chalmers, A. (1999) *What is This Thing Called Science? An Assessment of the Nature and Status of Science and Its Method*. Berkshire(UK): Open University.
- Haré, R. and Krausz, M. (1998). *Varieties of Relativism*. *The Journal of Value Inquiry*. Netherlands.
- Hendrix, S. E. (2011). "Natural Philosophy or Science in Premodern Epistemic Regimes? The Case of the Astrology of Albert the Great and Galileo Galilei". *Teorie vědy / Theory of Science*. 33 (1): 111–132.
- Jasanoff, S. Markle, G. Pinch T. and Petersen, J. (2002). *Handbook of Science, Technology and Society*. Rev Ed.. London: Sage.
- Pigliucci, M. (2008) "*The Borderlands between Science and Philosophy: An Introduction*". *Chicago Journals*. vol. 83. No. 1. March. pp. 7-15
- Sokal, A. and Bricmont, J. (2002). *Son Moda Saçmalar Postmodern Aydınların Bilimi Kötüye Kullanmaları*. Çev. M. Baydur ve O. Onaran. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Uebel, T. (2012), "*Vienna Circle*". *The Stanford Encyclopedia of Philosophy*, Edward N. Zalta (ed.), URL = <http://plato.stanford.edu/archives/sum2012/entries/vienna-circle/>
- Webster, A. (1991). *Science, Technology and Society New Directions*. New Brunswick: Rutgers University Press.



On the Politics of Singularity

Tekilliğin Siyaseti Üzerine

Mustafa DEMİRTAŞ

Uludağ Üniversitesi

Fen-Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü

mustafademirtas35@gmail.com

Makale Bilgisi

Gönderildiği Tarih: 22.03.2017

Kabul Edildiği Tarih: 07.06.2017

Yayınlandığı Tarih: 30.06.2017

Article Info

Date submitted: 22nd March 2017

Date accepted: 7th June 2017

Date published: 30th June 2017

Öz

Bu çalışmada, son yıllarda felsefe alanında yaygın olarak kullanılan "tekillik" kavramının siyasi uzamda sağladığı imkânlar üzerinde durulacaktır. Tekilliğin farklılığa, ilişkiselliğe ve değişime dayalı siyasi açılımları irdelenmeye çalışılacaktır. Bu açılımların çağdaş siyaset felsefesi bağlamında bir tartışması yapılarak, tekilliğin siyasetinin çözümleme arayışında olduğu sorunlar üzerinde durulacaktır. Bu siyasi mücadele yönteminin ne ölçüde bir süreklilik biçimi kurabildiği ya da kurucu öz-yönetim pratiklerini gerçekleştirmede ne derece etkili olabildiği hususunda birtakım fikirler ileri sürülecektir. Ayrıca, tekilliğin siyasetinin fiili kazanımlarından ve eksikliklerinden söz edilerek, bu siyasetin güçlü bir direniş formu oluşturabilmesinin imkânları tartışmaya açılacaktır. Böylelikle, tekilliğin siyasetinin güçsüz kaldığı düşünülen yönlerinin giderilebilmesi için kuramsal bir katkının sağlanmasına çalışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: *Tekillik, demokrasi, farklılık, temsiliyet, kimlik, toplumsal hareketler*

Abstract

In this article, we focus on the possibilities of the philosophical concept of "singularity" in political sphere. We explicate the dimensions of singularity which emphasise difference, relationality and change. By discussing these dimensions in the context of political philosophy, we stress the problems that a politics of singularity seeks to analyse. Some ideas would emerge on the sustainability of this political strategy and the effectiveness of it in realising founding self-government practices. Then, by discussing the acquisitions and imperfections of the politics of singularity, we try to reveal the possibilities for this political strategy to become a strong form of resistance. So, we hope to make a theoretical contribution to dispel the weak points of the politics of singularity.

Key words: *Singularity, democracy, difference, representation, identity, social movements.*

Introduction

Singularity as a concept is nowadays used widely in the social sciences. The meaning of singularity varies according to its context in various thinkers and traditions of philosophy. Such a multilateral usage leads to the creation of different ways of thinking and to the gradual proliferation of features attributed to singularity. In some ways, we can consider that as a positive thing; however it also complicates a potential simple explanation about the concept and its properties. It also makes it difficult to distinguish where these properties begin and end. However, when the concept of singularity is examined together with contemporary thinkers, that is, when this concept is discussed in the context of a particular philosophical tradition, the borders of singularity as a concept become clearer and some of its distinguishing features are observed more concretely. A discussion of this sort certainly begins with the question of "What is singularity?" and the answer given to that question helps to reveal both the borders of the concept and the perspective of the concept's user. For instance, two significant contemporary thinkers, Michael Hardt and Antonio Negri, argue as follows: "Singularity points toward and is defined by a multiplicity outside of itself. No singularity can exist or



be conceived on its own, but instead both its existence and definition necessarily derive from its relations with the other singularities that constitute society" (Hardt and Negri 2009: 338). In other words, multiplicity attributes meaning to singularities and singularities attribute meaning to multiplicity. From this perspective, singularity should be used neither simply as "being singular" nor should we attempt to explain it by juxtaposing it against the concept of multiplicity because the singular one already carries multiplicity in itself. The feature of singularity to be defined by a multiplicity outside itself is also mentioned by another important contemporary thinker, Jean-Luc Nancy. According to Nancy, "the singularity of each is indissociable from its being-with-many... The singular is primarily *each* one and therefore, also *with* and *among* all the others" (Nancy 2000: 32). One singularity, no matter what, joins with the many only because it exists. The critical point here to consider is that singularity identifies togetherness, being-with-many; in other words, the togetherness of singularity or its being with the many. This feature means that singularity never closes upon itself like a single point, but it rather opens itself out, constituting the relationality between inside and outside.

If we refer back to Hardt and Negri after having emphasised singularity's first feature as its "being with" or "relationality with" many other singularities, it will be seen that they clearly identify the other two features of singularity: "Every singularity points toward a multiplicity within itself. The innumerable divisions that cut throughout each singularity do not undermine but actually constitute its definition. Also, singularity is always engage in a process of becoming different—a temporal multiplicity" (Hardt and Negri 2009: 339). Because it is open to change or becoming, it affirms difference rather than similarity. In other words, ontologically singularity comes into being differently which makes it ontologically resistant (Negri 2013: 10). Therefore, singularity does not follow any rules of harmony or repetition, and it cannot be treated within the framework of any historical imperatives. These two features show us that singularity consists of "difference" and "becoming" within it; since, these features can also be traced back to Nancy who argues that the individuals constituting the relationship of existence are different from each other and create becoming-with within the existing thing (Nancy 2000: 28-40). According to Nancy, an individual not only presumes the difference between the subject of his representation or the subject of his hegemony and himself, but also presumes the difference between other individuals and himself. In this regard, Nancy states that the difference between two "me"s as well as existence is given:

There does not exist just these "me's," understood as subjects-of representation, because along with the real difference between two "me's" is given the difference between things in general, the difference between my body and many bodies (Nancy 2000: 29).

Nancy explains the singularity of singulars and therefore the differentiation of singularity from other singularities. Singularity is different from notion of the particular because it presumes the togetherness that the particular is a part of. Singularities are those togethernesses in singular condition that exist neither as a totality nor as a society.

In brief, according to what Hardt, Negri and Nancy argue, there are roughly three main features of singularity: "Relationality", "Difference" and "Becoming". In this study, it will be examined how these features reveal the creative process of singularity and how they define the political insight to be gained from the concept of singularity. It will be examined how the politics of singularity comes into being from the togetherness of singularities conserving their own freedoms and differences.

1. Beyond Identity and Politics of Representation

The three features mentioned above provide a framework to the discussion about the politics of singularity. According to this position, the politics of singularity defends respect for individual difference against essentialist identities while refusing the power of exclusion or hierarchy. In particular, the politics of singularity unlike the politics of identity "rejects the idea of an essential, stable identity because this is seen as a way of dominating and excluding that which differs from this



'universal' identity" (Newman 2007: 170). The politics of singularity tries to deconstruct the politics of identity based on its difference. It makes possible for nonessentialist difference to be put to practice. It advocates difference against essential identities and the political discourses targeting them. Of course, the following question may arise: today we see that identity struggles are fought all around the world. It is even more striking that the struggles of feminists, sexual identities or blacks have become so prevalent. Should the politics of singularity totally reject such identity struggles? Within this context, the best answer would be that the politics of singularity does not exclude those struggles, however its acts will not be limited with the demands of such endeavours. In other words, the aims of the politics of singularity do not end with the demands of identity politics; indeed, it aims at eventually removing identity by carrying those demands gained by identity politics to their limit. Instead of supporting a certain identity by contradicting it with power, it tries to solve the binary structure of power and identity. Aside from the so called binary structure, it tries to realise a political approach which does not lean upon the essential identities of resistance. It does not include singularity in any identity or essential belonging, since at the bottom line, the politics of singularity asserts that "identity is regarded as a possession and is defended as property" (Hardt and Negri 2009: 329). For this reason, in a sense removing an identity means the removal of property and dominance; in addition to this, reflect the manifestation of plurality of differences and being open to change. Such an expression is a moment of becoming with regards to the politics of singularity. It is a creation process of new becomings and becomings-with; it is a deed of rejecting remaining the way we are. A becoming is a matter of distancing oneself from the dominant categories of a given society, and existing outside what these categories offer. Therefore, Hardt and Negri make the following claim "you have to lose who you are to discover what you can become" (Hardt and Negri 2009: 340). You have to lose who you are.¹

In other respects, we do not dismiss the will to speak on our behalf by rejecting an identity and supporting the idea of losing who we are. On the contrary, the politics of singularity as based on becoming, difference and relationality completely disapproves the politics of representation. It advocates a way of struggle which is not based on representation and which challenges representation, inasmuch as the subjects of the policy of singularity act upon their own will. They express social actors with equally strong freedom and equality. These actors express themselves freely and create common stories without reducing themselves to unity and without giving in to dominance of one. For this reason, they adopt a practice of democracy which is not based on the politics of representation. They are well aware of the fact that representation inhibits the adoption of democracy and as a matter of fact representation turns democracy into an instrument rather than being an instrument of it.

2. A New Way of Doing Politics and Related Problems

It is possible to manifest some *de facto* examples of the politics of singularity in our lives such as the Indignados Movement started in 2011, the Occupy Movement or Reclaim the Streets. These movements include rather remarkable new forms of activity such as developing self-governance practices, criticising representation and insisting on individual voices. They bring about a process that is not formed around any historical imperatives or that does not make reference to any form of subordinated subjectivity. Perhaps the most common and significant characteristic of these movements is that they all try to stop capitalist destruction. They also do not make claims that can be demanded by power while the power is not desired. Particularly, in the Occupy Movements, the strong adoption of the following slogans "Occupy everything! Don't ask for anything!" is evident of the possibility to do politics without demanding anything from power.² If there is one thing that would not

¹ The cause destroying identity: "a becoming is always a matter of becoming something other than what is offered by the dominant conceptual categories of a given society; it is a movement away from the given toward that which a society refuses or is as yet unable to recognize" (May, 2001).

² As Todd May also stated, it was precisely the lack of demands that was part of the genius of Occupy. Because it had a slogan to which almost everyone could relate and because it didn't ask for anything specific it allowed Americans in various walks of life to identify with it (May 2016: 32).



be tolerated by state authority about this new way of politics, it would be facing a group of singularities that do not form an identity and that reject any form of belonging. This group comprises of singularities defining a way of existence deconstructing the numeration system imposed on singularities and which is not included in the current system and which does not aspire to establish a government (Diken 2013: 64). As Giorgio Agamben also argues, such an understanding of community asking for remaining singular prevails in the centre of any coming radical politics:

The novelty of the coming politics is that it will no longer be a struggle for the conquest or control of the State, but a struggle between the State and the non-State (humanity), an insurmountable disjunction between whatever singularity and the State organization (Agamben 2007: 85).

In this dissociation, it is significant that the politics of singularity remains isolated from the organisation of government and has a rather strong position against it. Well, how can it be possible to have such a strong position? How can the politics of singularity develop an effective and consistent way of revolutionary action against the organisation of government? From this point of view, it should be underlined that one significant problem to be solved by revolutionary action is the question of how to establish the horizontal togetherness of movements or how to combine the political movements horizontally. In other words, we come across with the following question: how can the actions bring the search for "singularity in plurality" into effect? It also has become clear that some progress has been made lately in order to strengthen the relationship among different components of the anti-globalisation movement. For instance, it has been obvious that the plural and fragmented appearance of this movement is forced to gain a horizontal and plural togetherness against one common enemy through Social Forums representing cooperation in this regard (Yıldırım 2013: 15). The different social movements within the anti-globalisation movement adopt the habit of establishing an intense communication network through Social Forums in order to come together and focalise their diverse impacts on the system (Yıldırım 2013: 64). New social movements have the opportunity to create their own battlefields and to add these battlefields to other battlefields, therefore to learn new experiences through such forums. Social Forums enable various experiences and perspectives to interact with each other. World Social Forum and the other social forums born from it try to bring groups of socialists, anarchists, environmentalists, feminists, farmers and producers, students, diverse ethnic groups, immigrants and refugees together (Yıldırım 2013: 127). They enable such movements fed by different experiences to establish a sort of relationality, cooperation or coordination network. In this regard, the counter-hegemonic stance that needs to be developed shows that scattered movements under the cover of anti-globalisation can come together and define more than their sum. This counter-hegemonic stance can exhibit an understanding of struggle which can demonstrate both the relationality/proximity and difference of the movements. Likewise Ernesto Laclau says, "anti-globalisation movement has to operate in an entirely new way: it must advocate the creation of equivalential links between deeply heterogeneous social demands while, at the same time, elaborating a common language" (Laclau, 2005: 231). Social Forums try to overcome this challenge of the politics of singularity. However, it would not be correct to say that this challenge has thoroughly been overcome. The style of Social Forums should be strengthened horizontally based on a common project of political articulation through original initiatives. Concerning this topic, we should once more emphasise the following: today ensuring horizontal togetherness between movements is as important as the fights against government or supranational organisations. Unless the method of struggle is not shaped in a way to function bidirectionally, its effectiveness and strength will lessen in time.

Furthermore, another problem to be solved by the politics of singularity is that the movements forming the politics of singularity are unable to sustain the development of alternative living practices. In today's world where the political practice of singularity arises intensely the problem is the lack of practices of life supporting alternative ways of living and social practices based on freedom and equality or actualising sustainability of institutional spheres. Of course when mentioning this problem as a reason we can argue that the dislocating impact of the movements is still at an early stage. However, we should pay attention to what Negri says:



... Anarchist tradition overall focuses on destructive elements rather than constitutive elements. On the contrary, I believe that these two dimensions should be considered and practiced together; since it is necessary to destroy the things that are not or no longer functional or intrinsically or unnaturally unjust. However, we should also adopt the following idea: what should we do in order to stay together; how should we build and recreate together, what should we do to produce and recreate, to promote everyone's power of coming into action, what to do to be happy? (Negri 2013: 10).

The answer to that question is given to a certain extent such as the effort to construct the autonomous administrative institutions/structures. For instance, during the Occupy Movement some new democratic practices were implemented such as establishing a general assembly³ and working commissions, kitchens and media centres, clinics and libraries available to everyone including the hungry, sick or the ones who want to think or who want to do their own publications (Nail 2013). All these endeavours are to create non-representative ways of direct participation rather than recreating dominant ways of representation and the representative subject of private/public property. They create new places of creative resistance and production where a collectively shared will can be established. However, such autonomous self-administrative practices besides building future oriented sustainable forums are in greater need. It has to be pointed out that the above mentioned needs should not be limited to moves that instantly appear and then disappear immediately after a couple of months. It has to be proven that the useful forms of common existence have concrete means. Likewise Hardt and Negri argue:

New institutions are needed to combat corruption, as we have said, not by unifying society and creating conformity to social norms, but by facilitating the production of the beneficial forms of the common, keeping access to it open and equal, and aiding the joyful encounters of singularities that compose the multitude –and at the same time combating all obstacles that stand in its way (Hardt and Negri 2009: 370).

Today, one of the most critical challenges that social movements face is the issue of how to construct sustainability or proliferation in time and place (Hardt, 2015). Beyond the transitional spatial and social limitations of the movements we have to establish new, effective networking forms. In other words, we have to construct new forms of organizing that will expose the invalidity of the existing world order and that would reflect a peaceful process. We should create institutions based on egalitarian collaboration, and we should see that autonomy can only arise as a collective product. Therefore, we need widespread, coordinated social activities. We can help creation of another world based upon a different logic of creation through such social activities.

3. Conclusion: The Sustainability of the Politics of Singularity

The politics of singularity which emerges with new social movements should strive for creating alternative ways of living or its institutions that can be established by a common will besides supporting their sustainability. It should reveal the power of being "us" in today's world in which sociality is gradually eroded and the atmosphere of competitiveness among individuals is sharpened. It should continue fighting for the regeneration of life and the creation of a different social order based on cooperation and equality. Such a struggle comes into existence with autonomous organisations where singular individuals can improve themselves while producing. It is created by a togethernesses that is open to difference, relationality and constant change. The politics of singularity should try to protect its sustainability through such togethernesses. This endeavouring should not be limited to only the mass protests on areas where the capitalist system is dysfunctional; furthermore, we should create a breaking point on the current order by using those protests as a starting point, and a new social order should uncover a constant transformative action in moments of encounters with others and interaction with others. As a result, we should once more emphasise that the

³ In contrast to general assemblies in the traditional sense, general assemblies within the Occupy movement emerged from the coming together of singularities. Examples of the politics of singularity such as the Occupy movement both vitalizes grassroots democracy practices and evolves these practices into some kind of plurivocality.



preliminary subjects that the politics of singularity should touch upon are the consolidation of horizontal/parallel links among movements on a common ground and the sustainability of creative, experimental, collective life experiences. The anti-capitalist areas of solidarity and autonomy should constantly try to be built based on the idea of the recreation of the common. No matter how glorious the moments of protests that bring people together are in Egypt, Tunisia, Spain, Turkey or Brazil, it should be underlined that the things done afterwards, including the creation of new alternative ways of living and the efforts for institutionalising the understanding of the anti-capitalist community, are just as important as the very first moment when the protests occur. The politics of singularity should strive for developing such processes of institutionalising besides the social breaking points led by protests or insurgency and should consolidate a transformation that empowers democratic decision making capacities. It should be able to establish a way of life that is not under the patronage of global capitalism and a brand new system based on the radical democracy of singularities which is a direct, participatory, horizontal and absolute democracy.⁴

Bibliography

- Abensour, M. (2011). *Democracy against the State: Marx and the Machiavellian Movement*, trans. Max Blechman and Martin Breugh, Cambridge: Polity Press.
- Agamben, G. (2007). *The Coming Community*, trans. Michael Hardt, Londra: University of Minnesota Press.
- Diken, B. (2013). *İsyân, Devrim, Eleştiri*, trans. Can Evren, İstanbul: Metis Yayınları.
- Hardt, M. and Negri, A. (2009). *Commonwealth*, Cambridge: The Belknap Press of Harvard University Press.
- Hardt, M. (2015). "Spaces for the Left", <https://roarmag.org/magazine/michael-hardt-spaces-for-the-left/> (Data Accessed: 18.10.2016).
- Laclau, E. (2005). *On Populist Reason*, Londra and New York: Verso.
- May, T. (2001). "The Ontology and Politics of Gilles Deleuze", *Theory & Event*, Volume 5, Issue 3.
- May, T. (2016). *Şiddetsiz Direniş*, trans. Can Kayaş, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Nail, T. (2013). "Deleuze, Occupy, and the Actuality of Revolution", *Theory & Event*, Volume 16, Issue 1.
- Nancy, J. L. (2000). *Being Singular Plural*, trans. Robert D. Richardson, Anne E. O'Byrne, Stanford California: Stanford University Press.
- Negri, A. (2013). "Mücadelelerin Ontolojisi Çoğulcudur", *Birikim*, 295: 6-14.
- Newman, S. (2007). *From Bakunin to Lacan: Anti-Authoritarianism and the Dislocation of Power*, Lexington: Lexington Books.
- Yıldırım, Y. (2013). *Sosyal Forum'dan Öfkeli'ler'e*, İstanbul: İletişim Yayınları.

⁴ True democracy should be able to challenge state authority because, as Miguel Abensour points out, the state is a threat for democracy or it tends to destroy democracy; particularly the consensus that is assumed to exist between the state and democracy is unacceptable (Abensour, 2011: 123).



Platon'un Symposium'unda Eros Ya da Sokrates'in Bildiği Tek Şey Olan Aşk Üzerine

On Eros or Love, The Only Thing Socrates Knows in Plato's Symposium

Metin BAL

Dokuz Eylül Üniversitesi
Felsefe Bölümü,
balmetin@gmail.com

Öz

Bu makale iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde Platon'un Symposium diyalogunda Eros ya da aşkın anlamı ortaya konulur. Aşkın ne olduğu hakkında konuşan yedi konuşmacının görüşleri sırayla yorumlanır. Makalenin ikinci bölümü iki kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısımda, Symposium'da kurulan aşk ve felsefe arasındaki ilişkiden çıkarılan felsefenin farklı tanımları gösterilmeye çalışılır. Aşk konusunu Platon'un Symposium'da yaptığı gibi tartışan günümüzün yaşayan filozofu Alain Badiou'dur. İkinci kısımda, Badiou'nun Aşka Övgü kitabından hareketle günümüz insanının aşk hakkındaki yaygın tutumu saptanır ve aşk modasına karşı alternatifler üzerinde düşünülür.

Anahtar Kelimeler: Eros, Symposium, felsefe, aşk, aşık, sevgili.

Abstract

This article consists of two parts. In the first part, the meaning of Eros or love in Plato's Symposium is revealed. The views of seven speakers talking in the book about love are interpreted one by one. The second part is composed of two sections. In the first section, different definitions of philosophy eventuated from the relation between love and philosophy established in the Symposium are tried to be shown. The living philosopher in our time who discusses the subject of love like Plato did in the Symposium is Alain Badiou. In the second section, common attitude of love of today's people is detected on the basis of Badiou's book In Praise of Love and alternatives to the love fashion are tried to be developed.

Keywords: Eros, Symposium, philosophy, love, lover, beloved.

Sokrates: "Hakkında bir şey bildiğimi her zaman söylediğim tek şey aşktır."
(Plato, 1997: 8, 177e)

Giriş

Grektagedya yazarları gibi yapalım, incelememizin ilk bölümünde önce Platon'un Symposium'unda aşk ile ilgili olarak önerilen hakikatleri sıralayıp sonra ikinci bölümde bunların nasıl olupta gerçek yaşamımızla ilişkili olduğunu eğlenerek izleyelim. Aşkı şu anın diğer hiçbir zamanla karşılaştıramaz üstünlüğünden hareketle düşünmeye başlayalım. Hayatımıza bir bakacak olursak seve seve buraya kadar gelmiş olduğumuzu göreceğiz. Aşk söz konusu olduğunda ya susup otururuz ya da ağızımıza geleni söyleriz. İnsanlık hafızasının, edebiyat ve sanatın diğer alanlarında bugüne kadar konuyla ilgili aktarılagelmiş ve gerçekten yaşanmış olaylara dönüp baktığımızda her şeyin yolunda gitmiş olduğunu söyleyebiliriz. Aşk bakımından bir kimsenin durumu ne olursa olsun, yazıya döküldüğünde, bu hafızaya kesinlikle önemli bir katkı olacaktır. Buna rağmen önceki aşkların sonraki aşklara faydalı olabilecek bir şey öğretmiş olduğunu söylemek çok zor. Bu yazının amacı, aşkı anlatmak için okuyucuyu aşık çiftlerin buluşturulduğu ancak gezegenimizde örneği olmayan o çiçek bahçeleri, şelaleler ve perilerle dolu disneylandvari bir yere götürmek değil. Konuyla ilgili olarak onu avutmak da değil. Amaç, Eros'u övmek, bunun karşısındaki şeyleri yermek, aşıkları haklı çıkarmak, aldatılan sevgilileri teselli etmek



değil. Kapitalizmin en irrasyonel metası olarak pazarda yerini almış "eski sevgili nasıl geri kazanılır?" paketi reklamı yapmak ya da "ben yalnızım, ne olacak benim halim!" diye bas bas bağırp, dağ taş dolaşarak uzun metraj karamsarlık maratonu yapanlar için çeşitli taktikler vermek de değil. Bu yazıda, konuyla ilgili olarak Platon'un düşüncelerini olgunluğa kavuşturduğu bir dönemde yazdığı *Symposion* adlı küçük kitabın sınırları içinde kalınacak, ancak sonuç bölümünde Alain Badiou'nun *Aşka Övgü* adlı kitabından hareketle yazar kendi düşüncelerini açıklamaya çalışacaktır.

Yazar aşkla ilgili olarak sadece bizi mutlu edecek şeyleri mi söylemeli? Böyle olsun istersek, bizi mutsuz edecek şeyleri söylememekle daha iyi mi hissedeceğiz? Bir sevgili hayatımıza girince her şey temelden değişiyor, ancak bir sevgili hayatımızdan çıktı diye aşk bitmiyor, değil mi? Aşk hakkında yazılan en dokunaklı sözlerin ayrılık ve terk sonrası yazılmış şeyler olduklarına bakınca bunu anlayabiliriz. 'Aşk' olarak tanınan sayısız olay yaşanmış olmasına rağmen sonunda tekrar dönüp soruyoruz: Peki 'aşk' neydi? Buna rağmen, örneğin Paris ve Helen arasındaki şeye, Akhilleus ve Patroklos, Thisbe ve Pyramus, Alkestis ve Admetos, Orpheus ve Eurydike, Antigone ve Haimon, Dante ve Beatrice, Don Quixot ve Dulcinea, Romeo ve Juliet, Genç Werther ve Lotte, Faust ve Gretchen arasındaki şeye, hepsine birden 'aşk' denmiş. Bu kimselerin bir kısmının arasında olana zaman zaman 'aşk' demekle tereddüt edilebilir. Gerçekten, Eros'un doğasına baktığımız zaman durumun böyle olduğu görülür. Birazdan Diotima'nın da anlatacağı gibi, Eros her zaman iyi, güzel, doğru, mutlu, sağlıklı, varlıklı değildir, böyle olmak zorunda da değildir. Dikkat edilirse, bunların tam tersi durumda olduğunda aşk daha az mı var olmuş oluyor ya da daha az mı ilgi çekici oluyor? André Gide'in şu ünlü sözü haklı görünüyor: "Güzel duygularla kötü edebiyat yapılır"¹.

Bizler genelde bir şeyden uzun uzun söz ettikten sonra, söyleyebileceğimiz her şeyi düşünüp söyledikten sonra o konuda okumaya başlıyoruz. Tuhaf bir durum bu. 'Aşk' konusunda da böyle yapıyoruz. Neyse ki 'aşk'ın ne olup olmadığı hakkında ne okuyabiliriz diye bir araştırmaya başladığımızda bu konuda yazılmış ilk felsefi yapıt olan Platon'un 'içkili ziyafet' anlamına gelen *Symposion* kitabıyla karşılaşırız. *Symposion* gecenin derinliklerine doğru devam ederken uykuya dalmadan önce Aristodemos'un hatırladığı kadarıyla aşk hakkındaki konuşmayı Phaidros başlatır, sonra Pausanias, sonra ne tür konuşmalarla insanların avunabileceğini önermek isteyen hekim Eryksimakhos, sonra sırayla Aristophanes, Agathon, Sokrates ve en son Alkibiades konuşur. *Symposion*'da hangi konuda konuşulacağını Eryksimakhos belirler. Ancak onun önerdiği konunun fikir babası Phaidros'tur. Phaidros'un Eryksimakhos'a dediğine göre, sofradaki bildiğiniz tuz hakkında bile kitap yazılmış ancak bugüne kadar hiç kimse Eros için kitap şöyle dursun, tek bir şiir bile yazmamış. (177b, c) *Symposion* diyalogunun etrafında döndüğü olay böylece Eros için "güzel bir övgü konuşması" yapmaktır. (Platon, 2007: 41, 177d) Eryksimakhos'un konuyu Eros ya da aşk olarak belirlemesini Sokrates büyük bir memnuniyetle karşılayarak, bunun nedenini şöyle açıklar: "Hakkında bir şey bildiğimi her zaman söylediğim tek şey aşktır." (Plato, 1997: 8, 177e)

1.Bölüm: Platon'un *Symposion* Diyalogunda Eros ya da Aşkın Anlamı

1.1. Phaidros'un Konuşması

Eros ya da aşkla ilgili konuşmayı Phaidros başlatır. Phaidros'un konuşmasında dikkat edilmesi gereken düşünce onun 'aşk'ı kozmolojik bakımdan, başka bir deyişle, varolanların bütünü göz önünde tutan bir evren açıklaması içerecek şekilde değerlendirmesidir. Ona göre pek çok şair ve düşünür Eros'u oluşun düzenleyici ilkesi olarak kabul eder. (178b) Bu bakımdan Grek mitolojisinin kozmolojik açıklamasında Eros'un öncelikli bir yeri vardır. İnsana ait bir duygu olarak görünen 'sevgi' Grek mitolojisinde bir tanrıdır. 'Sevgi'ye 'tanrı' demek tuhaf geliyor kulağa. "İnsanın her duygusuna karşılık bir tanrı yaratılmış olsaydı sayısız tanrı olacaktı" diye düşünülebilir, ancak tanrıların bu şekilde yaratılmadığını kim söyleyebilir? Ancak Phaidros'a göre Eros sıradan bir tanrı değildir çünkü şairler ve

¹ André Gide'in *Dostoyevski* adlı kitabından aktaran Heidegger. Bkz. Heidegger, 1990: 8.



düşünürler Eros'un en eski Tanrı olduğunu söylerler. Eros bir tanrı olmasının yanında seven birini tanrısal kılan dönüştürücü bir güçtür.

Phaidros için Eros "güzelce yaşamak" için yol gösterici bir ilkedir. (178c) Eros bir kimseyi sevdiği kimse önünde çirkin şeyler yapmaktan utandırarak alıkoyar. Grek mitolojisinin figürleri insan soyunun varolmasının sürekliliği ve mutlu yaşayabilmesi için çaba gösterirler. Örneğin, bu 'utanma' duygusu ve 'adalet'² bilincinin, Zeus tarafından, insan soyuna, onun kendi toplumsal yaşamını mümkün kılabilmek için verildiğine inanılır. Seven bir kimse sevgili önünde utanmaktansa "ölmüş olmayı yeğleyecektir". (Platon, 2007: 45, 179a) Üstelik, kendi yaşamında Eros'u kılavuz alan kimsenin ruhuna Hades'ten yukarı gönderilme ayrıcalığı tanınır, çünkü seven bir kimsenin içinde bir tanrı vardır. Sevginin bir kimseye sağladığı şey "çirkin şeylerden utanma, güzel şeylere düşkünlük"tür. (Platon, 2007: 45, 178d) Phaidros "yalnızca aşıklar ister birisi uğruna ölmeyi" diyor. (Platon, 2007: 47, 179b) Böylece Eros aynı zamanda bir kimseye cesaret erdemi veren şeydir. Aşık Alkestis'in sevgilisi Admetos'a duyduğu sevgisinden kaynaklanan cesur eylemine tanık olan tanrılar onu Hades'ten yukarı, canlılar dünyasına geri göndererek ödüllendirdiler. Dostu Patroklos uğruna bilerek ve isteyerek yaşamından vazgeçen Akhilleus'u ise Kutlular Adası'na gönderdiler. Ancak tanrılar Orpheus'u Hades'ten elibos gönderdiler. Bunun nedeni Orpheus'un sevgilisi Eurydike "uğruna ölmeyi göze alamayıp da yaşarken Hades'ten içeri girmenin bir yolunu bulduğunu" sanmasıdır. (Platon, 2007: 47, 179d)

Phaidros'a göre "iyi bir aşıktan ve bir aşık için de iyi bir sevgiliden daha iyi bir şey" yoktur ve bu ilke "güzelce yaşamak isteyen insanlara yaşam boyu yol göstermeli"dir. (Platon, 2007: 43, 178c) Phaidros: Tanrılar "bir aşık sevgilisini sevdiğinde değil, aşık olunan bir adam aşığını sevdiğinde daha çok hayran kalır, daha çok beğenir ve daha çok bağışta bulunurlar. Çünkü bir aşık daha tanrısaldir sevgiliden; içinde tanrılık vardır da ondan." (Platon, 2007: 49, 180b) Böylece, Phaidros'un konuşmasının sonucuna göre, Eros insanların "erdemini ve mutluluğu elde etmelerinde en etkili" tanrıdır. (Platon, 2007: 47, 179b)

1.2. Pausanias'ın Konuşması:

Phaidros'tan sonra Pausanias konuşur. Pausanias'ın konuşmasına dikkatle bakıldığında, onu düşündürdiren soru şudur: Bir sevgilinin aşığını memnun etmesi hangi durumda güzel olur? Pausanias bir varolan olarak Eros ile neyi anlatmak istediğimizi 'Eros' ya da 'aşk' denilen şeyin ne olduğunu belirlemeye çalışarak konuşmasına başlar. Daha sonra, Sokrates'in daha ayrıntılı olarak yapacağı gibi 'aşk' anlayışının deneyimle ilişkisini kurar. Bu amaçla Pausanias Platon'un hemen hemen tüm yazılarında bulabileceğimiz bir düşünceden yola çıkıyor. Bu düşünceye göre bir şey deneyimden bağımsız olarak kendiliğinden iyi ya da kötü, güzel ya da çirkin olamaz. Eylemleri güzel ve övülmeye değer kılan şey onların "nasıl yapılıyor" olduklarıdır. (181a) Aşk'ın ne olduğu onun nasıl yapılıyor olduğuyla değerlendirildiğinde ona moral bir değer atfediliyor. Ontoloji, etik hatta estetik arasındaki ilişki ele alınan konunun ilgili olduğu deneyim içinde kuruluyor. Böylece örneğin "dürüstçe yapılan şey güzel dürüstçe yapılmayan şeyse çirkin oluyor." (Platon, 2007: 51, 181a)

Pausanias'a göre Eros'u övmek boş bir iştir, çünkü Eros tek "bir tane değil"dir. (180c) Eros'un çeşitliliğinin nedeni Pausanias'a göre 'zaman'dır. (Platon, 2007: 61, 184a) Pausanias aşk türlerini kalıcılık ve geçicilik, ölümsüzlük ve ölümlülük bakımından ayırır. Böylece herkesin bildiği bir şeyi hatırlatır: Aphrodite'nin varlığı Eros'un var olmasına bağlıdır. "Eros olmadan Aphrodite olmaz." (180d) İki ayrı Aphrodite vardır, buna göre onlara karşılık gelen iki tür Eros var olmalıdır. Biri Aphrodite Ourania, diğeri ise Aphrodite Pandemos. Bu iki Aphrodite'ye karşılık gelen Eros'lar ise Eros Pandemos ve Eros Ouranios'tur. Aphrodite Pandemos'u ve ona karşılık gelen Eros Pandemos'u izleyenler sevdiklerinin ruhlarından çok bedenlerine tutulurlar. Böyle bir kimsenin "tüm ilgilendiği şey cinsel ilişki olduğu için" o "en akılsız kimseler"le birlikte olabilir. (Plato, 1997: 12, 181b) Ruhtan çok bedene

² s. 15, 322b, c. *Protagoras* diyalogu. İçinde: Plato (2011) *Three Dialogues: Protagoras, Philebus, and Gorgias*. Tr. by Benjamin Jowett. New York: Cosimo.



tutulan bir kimse Pausanias'a göre 'adi' ya da 'bayağı'dır, ona "bayağı aşık" (183d) denir. Bayağı aşık bedene ya da "kalıcı olmayan bir şeye aşık olduğu için o da kalıcı olmaz." İçinde Eros Pandemos'un etkin olduğu kimse, sevgilisinin "beden çiçeği sararıp solduğunda, o da bütün söz ve vaatlerinden utanarak kanatlanıp gider." (Platon, 2007: 61, 183e) Bu nedenle bayağı birini "adi bir şekilde memnun etmek çirkindir, soylu birini soylu bir şekilde memnun etmekse güzel."(183d) Pausanias'a göre insanların "düşüncesizliğinden faydalanıp onu aldatmaya, onunla alay etmeye sonra da terk edip başka bir" sevgiliye gitmek ve sonuçta "aşıkları memnun etmenin çirkin bir şey olduğunu söylemek" kötü bir davranıştır. (Platon, 2007: 55, 182a) Doğru görünen Eros Ouranios'un peşinden gitmek gerektiği yasasını iyi kimseler kendilerine gönüllü olarak uygularlar, ancak bayağı aşıkları böyle bir şeye "zorlamalıyız". (181e) "İyi huylu" birine aşık olan bir kimse "kalıcı olanla kaynaştırıldığı için ömrü boyunca böyle kalır." (Platon, 2007: 61, 184a) İşte övülmesi gereken Eros budur: Eros Ouranios.

Pausanias aşk konusunda sorumlu ve cesur bireylerden oluşan ve bu bireyleri aşk uğruna cesaretlendiren yasalarla koruyan bir toplumu takdir ediyor. "Bir aşğın herkesçe yürekendirilmesi harika bir şeydir deniyor. Nitekim çirkin bir şey yapınca değil, sevgilisini elde edince güzel, elde edemeyince çirkin sayılıyor." Sevdiğini "elde etmeye çalışırken olağanüstü işlere kalkışan bir aşğın övülmesine izin" verilir. (Platon, 2007: 57, 182e) Aşk hakkındaki "en tuhaf" şey hem tanrıların hem insanların "bir aşğa her türlü serbestliği tanımış" olmalarıdır. (183c) Aşk bir kimseyi bu konuda bir mücadeleye davet ediyor. Pausanias buna "aşk oyunu" diyor. Bu oyunda, ilk başta kim aşık kim sevgili belli değildir. Bunlar yer değiştirebilir. Aşk oyunu "kimilerine kovalamayı kimilerine de kaçmayı emrediyor." Bunun amacı "kimlerin memnun edildiğini ve kimlerden sakınıldığını" ortaya çıkarmaktır. Bu oyun "hangi tarafın aşık hangi tarafın sevgili olduğu belli oluncaya dek" sürer. (Platon, 2007: 61, 184a)

Eros Ouranios'un niteliği 'kalıcılık' olduğuna göre, onun ölçütü 'zaman' olacaktır. (184a) Bu nedenle aşğın peşinde olduğu sevgiliye çabucak ulaşması "çirkin sayılmıştır." "Zaman çoğu şeyin sağlam bir ölçütü olduğu için belirli bir zamanın geçmesi gerektiği düşünülür." (Plato, 1997: 15, 184a) Pausanias'a göre aşk ancak dostluğa evrildiğinde kalıcı hale gelebiliyor. Bir sevgi ilişkisinin kalıcı ve sağlam olduğu ancak oradan "esaslı bir dostluk" (184b) meydana gelince anlaşılıyor. Sevgi bağı bir kimseyi diğerinin kölesi kılabilir. Kölelik gerçekte utanç verici bir durumdur, ancak sevgi bağıyla gerçekleşen kölelik 'gönüllü kölelik'tir. Pausanias Eros Pandemos kılavuzluğunda gerçekleşmiş bir aşk bağıyla köle olmayı çok utanç verici bulur. Böyle bir şey ancak erdem uğruna olduğunda hoş karşılanabilir. (184c-185a)

Pausanias'ın söyledikleri arasında göz kamaştırıcı bambaşka bir düşünce var: Pausanias politika ve aşk arasında bir bağlantı kuruyor. Ona göre "yönetilenler arasında yüksek düşüncelerin, sağlam dostluk ve birlikteliklerin doğması yöneticilerin işine gelmiyor." (Platon, 2007: 57, 182c) Yöneticilerin "iktidar arzusu" ve onların "yönettikleri kimselerin korkaklığı" arasındaki gizli anlaşma, bu anlaşmanın taraflarının ikisinin 'moral' zayıflıklarının bir sonucudur. (182d) Bu nedenle "yöneticilerin açgözlülüğü"ne karşı Pausanias yönetilenlerin korkak olmalarını öneriyor. Pausanias'a göre yurttaşlar yöneticilerin iktidar arzusu ve kendi korkaklıkları arasındaki bu gizli anlaşmaya "hayır!" demelidirler ve böylece sevgiyi özgürleştirmeliler, başka bir deyişle sevginin toplumsallaştırılmasını sağlamalıdır. Yurttaşlar sevgiyi özgür bırakmak için, baskıcı, zorba yönetimleri yıkmalıdırlar. Bu nedenle yurttaşlar kendi duygu ve tutkularını ciddiye almalılar, her şeyden önce "ruh aylıklığı" ya da "zihinsel tembellik"ten kaçınmalıdırlar. (Plato, 1997: 14, 182d)

1.3. Eryksimakhos'un Konuşması:

Pausanias'ın konuşmasından sonra Eryksimakhos konuşur. Eryksimakhos daha önceki konuşmaları insan merkezci ya da antropomorfik bulur ve bu tür yaklaşımlara karşı çıkar. Eryksimakhos'un aşkla ilgili düşünceleri onun şu sözünde toparlanabilir: Yalnızca "uzlaşmayan ve uyuşması da mümkün olmayan şey uyum sağlayabilir". (Platon, 2007: 71, 187b) Ona göre Eros sadece insanlar için değil "diğer birçok şey" için de söz konusudur. "Eros yalnızca insanların yüreğinde bulunmaz ve o yalnızca insana özgü bir güzellik tarafından uyandırılmaz." (Plato, 1997: 17, 186a) Dahası, Eryksimakhos aşkın



bedenin durumuna göre değişiklik gösterdiğini söyler: "sağlıklı bedende yer eden aşk başkadır, hastalıklı bedende yer eden başka." (Platon, 2007: 69, 186b)

Eryksimakhos daha önce Pausanias'ın düşündüğü aşğın nasıl ve hangi durumda memnun edilmesi gerektiği sorusundan hareketle hekimliğin ne olduğunu da sorgular ve yeni bir tanımını yapar. Buna göre hekimlik her bedenin iyi ve sağlıklı yanlarını memnun etmek, özetle "dolma ve boşalmayla ilgisi bakımından bedenin aşkla ilgili bilimidir" ve en marifetli hekim "aşkın güzelini çirkininden ayırt edebilendir". (Platon, 2007: 69, 186c)

Eryksimakhos'un tartışma konusuna büyük katkısı şu düşüncesidir: Aşk zıtlıkların yok edilmesi değil uyum içine sokulmasıdır. Bu nedenle Eryksimakhos Eros ile usta bir hekimin yaptığı şeyleri birbirine benzetir: Asklepios'a hekimlik tanrılığı niteliği yakıştırılmasının nedeni onun her türlü zıtlığa "aşk ve uyuma aşılamayı becerdiği içindir". (Platon, 2007: 71, 187a) Eryksimakhos hekimlikle ilgili bu belirlemesini, sonradan Diotima'nın daha anlaşılır kıldığı 'meydana getirme'yle ilgili tüm sanatları içerecek şekilde genişletir. Ona göre hekimliğin olduğu gibi, beden eğitimi, çiftçilik, müzik, astronomi, aşçılık hatta din bile aşkla ilgili çalışma alanlarıdır. Astronomi "yıldızların hareketleri ve yılların mevsimleriyle ilgisi bakımından aşkla ilgili bir bilimdir." (Platon, 2007: 75, 188b) Dinin üzerine kurulduğu ilahi ve kutsal sayılan şeyler de aşk ile ilgilidir: "bütün adaklar ve [...] kehanetler de [...] tanrılarla insanların karşılıklı söyleşisidir". Tüm bunlar "Aşk'ın korunması ve iyileştirilmesi"yle ilgilidir. (Platon, 2007: 75, 188c) Böylece Eryksimakhos'a göre "uyumun uzlaşmama olduğunu ya da hiç uzlaşmayan şeylerden doğduğunu ileri sürmek çok saçmadır." (Platon, 2007: 71, 187a) Eğer böyle olsaydı, örneğin müzik olanaksız olurdu. Ancak, "müzik de, uyum ve ritimle ilgisi bakımından aşkla ilgili bir bilimdir." (187c) İnsanlar arasındaki aşk ilişkisinde de, müzikte uyum içine sokulan zıt sesler gibi, "henüz düzgün olmayan insanlar [...] düzgün insanları memnun etmeli ve koruyup gözetmeli onların aşkını." (Platon, 2007: 73, 187d)

Eryksimakhos daha önce Pausanias'ın yaptığı gibi aşkı ikiye ayırır ve iki çeşit Eros öne sürer: Soylu Eros ve Bayağı Eros. Her şey bu iki Eros'un etkisi altındadır. Bunların hakimiyetindeki kimseler ölçülülük ilkesine bağlı kalmalıdır. Bir kimse aşkını "kimlere veriyorsa sakınarak vermeli ki, hiçbir ölçüsüzlüğe [Gr. akolasia] yol açmadan hazzının tadına varabilsin". (Platon, 2007: 73, 187e) Eryksimakhos iki zıt Eros'un her şeyde bulunmasının kaçınılmaz olduğunu ancak bunların ölçülü bir uyum ve birliğe kavuşturulmalarını önerir. Böylece Eryksimakhos Soylu Eros'u övme ve bunun karşıtı olan Bayağı Eros'u tasfiye etme tutumuna karşı çıkar. "Bütün işlerde her iki aşkı da olabildiğince koruyup gözetmeli insan, çünkü her ikisi de bunlarda mevcuttur." (Platon, 2007: 73-75, 187e, 188a) Bu uyum sağlandığında zıtlıklar "sağlık ve gönenç getirmeye başlarlar ve hiçbir zararları da dokunmaz." (Platon, 2007: 75, 188a)

Eryksimakhos'a göre ve birazdan göreceğimiz Aristophanes'e göre de 'aşk' bir 'ölçü' sorunudur. Ölçüsüz bir aşk egemen olduğunda ilgili olduğu şeyi ve kimseyi "büyük yıkımlara uğratar, büyük zararlar verir." (188b) Eryksimakhos aşkın söz konusu olduğu hiçbir durumu küçümsemememiz gerektiği konusunda uyarıyor bizi, çünkü "büyük güçlere sahiptir Aşk, kısacası her şeye gücü yeter." (188d) ve "bütün mutlulukları bize veren odur. Böylece birbirimizle konuşup anlaşabilir ve dost olabiliriz, hatta bizden çok daha üstün tanrılarla bile." (Platon, 2007: 77, 188d) Çevremizde dönen aşk ilişkilerine baktığımızda Eryksimakhos haksız sayılmaz: "benzemeyen şey de kendisine benzemeyenleri arzular ve onlara aşık olur." (Platon, 2007: 69, 186b) Diotima da bu fikre katılacaktır.

1.4 Aristophanes'in Konuşması:

Eryksimakhos'tan sonra Aristophanes konuşur. Aristophanes Eryksimakhos'un antropomorfik aşk anlayışı eleştirisini arkasına alarak 'insan'a daha güçlü bir şekilde döner. Aristophanes dikkatimizi insanüstü bir güç olarak anlaşılan Eros'un doğasından sonlu, ölümlü bir varolan olan 'insan doğası'na çeker. Ona göre Eros "tanrıların en insanlıdır [...] insanların koruyucusu hem de iyileştirildiğinde insan soyuna en büyük mutluluğu getirecek olan hastalıkların şifacısıdır." (Platon, 2007: 79, 189d)



Aristophanes'e göre aşk insan doğasının güçsüzlüğünden kaynaklanır. Aşk hakkındaki düşüncenin insan doğası anlayışımıza göre farklılık gösterdiğini düşünen Aristophanes bu nedenle "öncelikle insanın doğasını ve geçirdiği değişimleri" öğrenmemizi önerir. "Çünkü doğamız bir zamanlar çok farklıydı şimdikinden. Bir defa üç cinsiyeti vardı insanların. [...] hem erkek hem de dişi cinsiyetten pay alan [...] androgynos vardı". (Platon, 2007: 79-81, 189d, e) Androgynoslar "kuvvetliydi, yüksek düşüncelere sahiptiler ve kafa tuttular tanrılara." (190b) Ephialtes ve Otos gibi onlar da Zeus'un iktidarını yıkmak istediler.

Aristophanes için aşk insanları ölçsüzlükten vazgeçirebilen tek güçtür. Aristophanes'in anlattığı mitosa göre insanları ölçülü hale getirmek onları 'gücsüz' hale getirmekle mümkündür. Bunun için Zeus insanları kesip ikiye ayırır, böylece onları gücsüz kılar. Bu şekilde insanın iki cins halinde bölünmüş olmasını Aristophanes bir hastalık olarak betimler. İki cinsin bir araya gelmesi 'bütünleşme' (191b) ve böylece insan doğasının iyileştirilmesi olur. İnsan doğasını iyileştiren tek güç böylece aşktır. "Doğuştan gelen karşılıklı bir aşk vardır insanlarda, onları baştaki doğalarına kavuşturan ve iki şeyi bir yapmaya, insani doğayı iyileştirmeye çalışan. O halde her birimiz bir insanın karşılığıyız; [...] her bir yarı kendi karşılığını arıyor durmadan." (Platon, 2007: 87, 191d) Aristophanes'e göre aşkın karşılıklı olmasının nedeni budur. Ona göre her bir kimseye uygun bir sevgili mevcuttur. Aristophanes'e şunu sorabiliriz: Madem herkese bir sevgili var, peki benimki nerede? ve onu nasıl bulabilirim? Aristophanes'e göre Eros'la "barışır ve dost olursak kendi sevgililerimizi arayıp bulma şansına sahip olacağız." (193b) Peki "Eros ile dost olmak" ne demektir ve bu nasıl gerçekleştirilebilir? Üstelik, Aristophanes'e göre size karşılık gelen, uygun sevgiliyi bulsanız bile ondan ne istediğinizi asla bilemeyeceksiniz. Bir aşık sevgiliden ne elde etmek ister? sorusunun ya da Hephaistos'un "Ey insanlar, birbirinizden elde etmek istediğiniz nedir?" sorusunun cevabını Aristophanes'e göre ne aşık ne de sevgili bilir. (Platon, 2007: 89, 192d) Aristophanes bu sorulara cevap veremez, ancak onun aşk konusundaki düşünceye katkısı, dikkatimizi insan doğasına çekmiş olmasıdır. "Baştaki doğamız" bir bütündü, "işte bu bütünlüğü arzulamanın ve aramanın adıdır aşk." (192e) "Tanrılara karşı saygılı olmazsak tekrar iki parçaya ayrılacağız". (190a) Bu yüzden, tekrar bölüneceğiz diye "bir korku var içimizde." (Platon, 2007: 91, 193a) Sonuç olarak, Aristophanes'e göre aşk insanı onu bütünleyen kimseye ulaştırmanın ve böylece mutlu etmenin tek imkanıdır.

1.5. Agathon'un Konuşması:

Aristophanes'ten sonra konuşma sırası symposiona ev sahipliği yapan Agathon'a gelir. Agathon'a göre önceki konuşmacılar Eros'un ne tür bir varolan olduğu, onun "gerçekten neye benzediği" ve "onun doğası" hakkında değil 'insan' hakkında konuşmuşlardır. (Plato, 1997: 27, 195a) Agathon'la birlikte aşk hakkındaki konuşma felsefi bir boyut kazanmaya başlıyor, çünkü o aşka varlık bakımından yaklaşıyor. Şöyle diyor: "Ben önce hangi yöntemle konuşmam gerektiğini açıklamak, ondan sonra konuşmak istiyorum. Bana kalırsa önceki konuşmacıların hepsi de tanrıyı övmek yerine tanrının neden olduğu iyiliklerden dolayı insanları kutladı. Ama bunları başışlayanın ne tür bir varlık olduğundan kimse söz etmedi. Her övgünün her konuda tek doğru biçimi, konuşma kimin hakkında olursa olsun onun ne tür şeylere neden olduğu için ne tür bir varlık olduğunu dile getirmektir. Dolayısıyla bizim de önce Aşk'ın ne tür bir varlık olduğunu, ondan sonra başışladığı şeyleri övmemiz gerek." (Platon, 2007: 97-99, 194e, 195a)

Agathon'a göre Eros tanrılar arasındaki 'en mutlu' tanrıdır, çünkü o en genç olandır ve yaşlılıktan kaçır. (195a) Eros yaşlı bir tanrı değildir, çünkü tanrılar arasında gerçekleşmiş en eski olayların nedeni Eros değil, zorunluluk demek olan Ananke'ydi. "Çünkü Eros aralarında olsaydı eğer [...] pek çok eziyetler olmaz, tam tersine şimdi olduğu gibi Eros'un tanrılara hükmetmesinden bu yana dostluk ve barış olurdu." (Platon, 2007: 99-101, 195c) İşte bu nedenle uzun zamandır ve hala Eros tanrılarının kralıdır. Agathon'a göre bunun kanıtı şudur: Aşkın "başına bir şey gelirse zorla gelmez. Zor Aşk'ı eline geçiremez [...] herkes her konuda kendi isteğiyle hizmet eder Aşk'a." (196c) İyilik, güzellik ve huzur Eros'un varoluşuyla mümkün olur. Eros yoluyla yönelinen güzellik deneyiminin zorunluluktan kurtarıcı bir özelliği söz konusudur. Estetik ve etik arasındaki bağı Agathon gösteriyor. Agathon'a göre tanrılarının Ananke'nin ya da Zorunluluğun baskısından kurtuluşu Eros sayesinde oldu. Eros yoluyla tanrılar ve



insanlar arasında "güzel şeyleri sevmekten kaynaklanan bütün iyilikler" ortaya çıktı. (197b) Bu nedenle Eros "içimizdeki yabancılığı boşaltan, bizi içtenlikle doldurup taşırın" tanrıdır. (Platon, 2007: 107, 197d)

Agathon, bir varolan olarak Eros'u Eros yapan nitelikleri sıralar. Eros 'duyarlıdır' (195c), "varlıkların en yumuşak yerlerinde yürür ve yerleşir." (195e) Eros'un görünüşü 'zarif' ve 'esnek'tir: "Sert olsaydı eğer her şeyi sarıp sarmalayamaz, her şeyden önce de bütün ruhların içine girip çıkamazdı görülmeden." (Platon, 2007: 101-103, 194e, 196a) Eros adildir. "Eros'un [...] haksızlık etmemesi veya [...] haksızlığa uğratılmaması" onun önemli bir özelliğidir. (196b) Eros ölçülüdür. 'Ölçülülük' erdemi haz ve arzuya hükmetmektir. (196c) Ölçülülük ancak aşk tarafından sağlanabilir. Bu nedenle tüm hazlar en güçlü tutku olan "aşkın hükmü altına" sokulmalıdır. (196c) Eros cesurdur: "Ares bile karşı koyamaz Aşk'a. [...] tersine Aşk, Aphrodite'nin aşkı, ele geçirir Ares'i". (Platon, 2007: 103-105, 196d) Eros bilgedir. Bununla birlikte Eros'un felsefeyle bağına kuran ilk konuşmacı Agathon olur. Daha önceki konuşmacılardan Eryksimakhos Eros'a "en büyük usta" demişti, şimdi Agathon ona katılarak Eros'un bilge bir tanrı olduğunu söyler: "Tanrı sıradan bir kişiyi bile şair yapacak kadar bilge bir şairdir. O ana dek şiirden yana nasipsiz bile olsa Aşk'ın dokunduğu herkes şair olur bir anda." (Platon, 2007: 105, 196e) Eros'un felsefi bakımdan en önemli özelliği onun bir kimsenin varolmasını ve başkalarının onun varolduğunun farkına varmasını sağlayan tanrı olmasıdır. Eros'un eline geçiremediği kişi "silik" kalır. (197a) Agathon'a göre bir kimsenin meydana gelişi ve o kimse olması Eros tarafından sağlanır.

Eryksimakhos'tan sonra Agathon aşk konusunda bir adım geri atıyor görünür, çünkü Agathon "Benzer hep benzeri yanına çeker" atasözüne bağlı kalıyor. (195b) Oysa Eryksimakhos Eros'un iki birbirine "benzemeyen şey" arasında olduğunu söylemişti. (186b)

1.6. Sokrates'in Konuşması:

Agathon'dan sonra Sokrates konuşur. Sokrates 'aşk' hakkındaki görüşlerini açıklamadan önce yapacağı konuşma tarzının öncekilerden farklı olacağını bildirir. Daha önceki konuşmacılar kesintisiz ve düz bir şekilde, başkalarının sözlerine başvurmaksızın ve soru sormaksızın düşüncelerini açıklamışlardı. Ancak Sokrates tartışmayı monolog şeklinde yapılan bir açıklama olmaktan çıkarır ve diyalog sergiler. Sokrates, aşk ile ilgili olarak bizzat onun kendisine söylenen ve ona bu konuyu düşündürecek şekilde onun üstünde büyük etkisi olan bir kimsenin, Diotima'nın sözlerini hatırlar. Sokrates'in konuşmasının özeti onun Diotima'ya sorduğu şu sorunun cevabında bulunur: "kim bu felsefe yapanlar, ey Diotima?" (204a) Sokrates, Agathon'un Eros hakkındaki açıklamasını beğeniyle karşılar. Bunun nedeni Agathon'un konuşmasının 'başlangıcı'nı "öncelikle Aşk'ın ne tür bir varlık olduğu" konusundaki araştırmanın oluşturmasıdır. (199c) Sokrates aşkla ilgili bir tartışmada, daha önce Agathon'un yaptığı gibi "önce Aşk'ın ne olduğunu, ne tür bir varlık olduğunu, sonra da onun işlerini" ortaya koymak gerektiğini düşünür. (Platon, 2007: 123, 201e)

Diotima'ya göre "aşk şeylerin aşkıdır". Bu şeyler bir aşkın ya da Eros'un "kendisinde eksikliğini duyduğu şeylerdir". Aşkın konusu, aşık kimsenin arzuladığı şeyler, onun "sahip olmadığı, bizzat olmayan ve yoksun olduğu" şeylerdir. (200e) Böylece aşk güzellikten, dolayısıyla iyi şeylerden de 'yoksun'dur. (201b, c) Aşık kimsenin sahip olduğu şeylerle ilgili bir aşk meselesi yoktur çünkü onun şimdiden sahip olduğu şeyler bir arzu nesnesi değildir. Diotima'nın aşkla ilgili hayranlık uyandırıcı düşüncesi şudur: Diotima'ya göre Eros ya da aşk bir ara varlık, arada bir yerde duran bir şey olmalıdır. Aşkın 'eksiklik'ten dolayı iyi ya da kötü, güzel ya da çirkin olduğunu değil "bu ikisi arası bir şey olması gerektiğini" (202b) düşünmek daha uygun olacaktır, çünkü güzel olmayan bir şeyin çirkin olduğunu ya da bilge olmayan bir kimsenin cahil olduğunu söylemek haksızlıktır. Diotima'ya göre, aşkın bir yoksunluk olduğunu düşünen kimseler için Eros bir tanrı olamaz, çünkü Eros yoksunluk içindedir. Onun etkisi altındaki kimseler bu yoksun oldukları şeyleri arzular. O halde, bu durumdaki bir tanrı mutsuzdur. Mutsuz bir tanrıyı kim ne yapsın! Diotima Eryksimakhos'un düşüncesine katılır. Eros doğası gereği zıtlıkların bir arada olduğu bir varolandır. Bir duygu durumu, üstelik 'güzel' ve 'iyi' gibi kavramlarımızı ilişkilendiren bir bağ kurabilecek temel bir duygu durumu olan "aşkın ne iyi ne de güzel" ve ne çirkin



ne de kötü olduğunu kabul etmek gerek. Diotima Sokrates'e aşkın bu "ikisi arası bir şey olması gerektiğini" söyler. (202b) Diotima'ya göre Eros ya da Aşk bir Tanrı değil, ancak "ölümlü ile ölümsüz arası [...] Büyük bir tanrısal varlık"tır. [Gr. daimon megas] "Çünkü bütün tanrısal varlıklar tanrı ile ölümlü arasındadır." (Platon, 2007: 127, 202e) Diotima Eros'un bir daimon, ara varlık olduğunu Eros hakkında buna uygun bir mitos anlatarak da açıklar. Buna göre Eros dilenci Penia'nın ve zengin Poros'un çocuğudur. Eros öyle şaşırtıcıdır ki anne babasından gelen karşıt özellikleri birtakım zamanlarda, hatta "aynı gün yaşar." (203e)

Eros Diotima'ya göre yoksulluk ve zenginlik, 'yoksunluk' (203d) ve sahiplik, ölüm ve yaşam, "tanrısal bir kimse" (daimonios) ve "sıradan bir kimse" (banausos) (204d), "bilgelik ve cehaletin arasında bulunur." (203e) Daha önce Pausanias'ın dediği gibi Diotima'ya göre de bir kimsenin aşka ilişkin tutumu onun tanrısal bir kimse ya da sıradan bir kimse olmasını belirliyor. Sokrates sorar: Bir tanrısal varlık ya da daimon olarak Eros "Hangi güce sahiptir?" (202e) Eros hem ölebilen hem de öldürücü bir güç, hem yeniden dirilebilen, tekrar hayata döndürücü bir güçtür. (203e) İşte bu özellikleriyle Eros tanrıların insanlarla ilişkisini sağlayan aracı, başka bir deyişle, Daimon'dur. Aşk böylece "bütün evreni birbirine bağlar." (Platon, 2007: 129, 202e)

Diotima sevgiliden çok aşığa değer veren Phaidros'un bu düşüncesini destekler ve aşk hakkındaki yaygın yanlışlığın "aşkın seven değil sevilen bir şey" (204c) olarak düşünülüyor olmasından kaynaklandığını açıklar. Aşk böyle düşünülünce bize tümüyle güzel görünüyor. "Çünkü sevilen şey [eraston] gerçekte güzel [kalon], narin [abron], mükemmel [teleion] ve kutlu bir şeydir [makariston]. Oysa seven [eron], demin de anlattığım gibi böyle başka bir görünüme sahiptir." (Platon, 2007: 133, 2004c) Güzel şeyleri seven kimse bunların kendisinde olmasını seviyordur. Kendisinde iyi şeyler bulunan kişi ne olacaktır? Sokrates'e göre "mutlu olacaktır." (204e) Diotima "bütün insanlar için ortak" bir aşktan söz edilemeyeceğini söylüyor. (205a) Bütün meydana getirmelerin genel olarak 'şiiir' (Gr. poiesis) adı altında gösteriliyor olması gibi tüm elde etme çabaları da 'aşk' sözcüğüyle adlandırılır. Bu yanlışlığın sebebi Diotima'ya göre şudur: "aşkın bir türünü seçip ayırıyoruz ve bütünün adını ona vererek aşk diye adlandırıyoruz onu. Ama geri kalanlara yalan yanlış başka adlar takıyoruz." (Platon, 2007: 137, 205b)

Sokrates'in Aşk'ın "insanlığa yararı nedir?" (204c) sorusuyla birlikte Diotima aşk konusundaki vurguyu 'bütünlük'ten 'iyi' düşüncesine kaydırır. Bu soruya cevaben Diotima Aristophanes'i eleştirir, çünkü aşk ne yarımın ne de bütünün aşkıdır: "tabii kesinlikle iyi olma ihtimalleri yoksa. Çünkü insanlar yararsız olduğunu düşünürlerse eğer kendi ellerini, kendi ayaklarını bile kesip atmak isterler." (205e) Böylece Diotima aşkın tanımını 'iyi'ye ilişkin olarak yapar: "aşk, kişinin her zaman iyiye [Gr. agaton] sahip olmaya duyduğu aştır." (Platon, 2007: 141, 206a) Diotima "aşk çabası nedir?" (206b) sorusuyla, daha önce aşkın 'zaman'la ilişkisini kuran Pausanias'ın düşüncesini daha da derinleştirir. Buna göre aşk çabasının amacı "güzel sayesinde hem ruhen hem de bedenen doğurmaktır". (Platon, 2007: 141, 206b) Bedensel yönden olsun ruh yönünden olsun gebe bir kimse güzel kimselerden "hoşlanır". (209b) "Hem gebe olan hem de artık arzuyla kabaran bir kişide, sahip olduğu bu şiddetli doğum sancısından kurtulmak için güzelliğe karşı çok güçlü bir arzu uyanır." (206e) Böylece aşk "güzel için duyulan arzu" (206e) değil, "güzel sayesinde hem ruhen hem de bedenen doğurmaktır." (206b) Gebelik böylece yalnızca kadının "doğurulan şey"i taşıması değildir. (209c) Gebelik ölümsüzlüğe doğru yönelim içinde her bir kimsede söz konusudur. Ruh bakımından gebe olanlar için uygun olan nedir? "Sağduyu [Gr. phronesis] ve genel olarak erdem. [Gr. arete] Bütün yaratıcı şairler ve mucit oldukları söylenen bütün zanaatkarlar bunlardandır. Sağduyunun en önemli ve en güzel yanı ise, kentlerin ve meskenlerin düzeniyle ilgili olmasıdır. Bunun da adı ölçülülük [Gr. sophrosüne] ve adalettir [Gr. dikaiosüne]." (Platon, 2007: 151, 209a) Ruhsal ve bedensel yönden gebelik yoluyla soyunu devam ettirmek aynı zamanda 'ölümsüzlük' demektir. (207a) Bir kimsenin kendisini üretmediği ilişkide bu kimse kendi kendisine bir yük haline dönüşür, çünkü kendi tohumlarını taşıma zahmetine düşer. Diotima'ya göre aşk uğruna da olsa kendilerini kurban eden kimseler "ölümsüz bir cesaret hatırası" (208d) olacağını düşündükleri için, ölümsüzlükle baş kurma uğruna bunu yaparlar. "Çünkü onlar ölümsüz olanı severler." (208e) Diotima'ya göre aşk bir kimsenin yeni bir kimse olmasının, unutulmasının ve öğrenmesinin imkanınıdır. Aynı zamanda, aşk her ölümlü varolanın kendisini muhafaza etme yoludur.



Kişi zaman içinde aynıdır, yalnızca bedenen ve ruhen yenilenir. Zaman onu "yeni bir kimse" yapar. (207d) Buna benzer olarak bilgiler de yenilenir.

Diotima'nın, dolayısıyla Sokrates'in aşk ile ilgili düşüncelerini şu soruya bir cevap girişimi olarak toparlayabiliriz: Eros'a ilişkin olarak nihai hedef diye bir şey olabilir mi? Eğer böyle bir hedef belirlenebilir ise bu ne olabilir ve ona nasıl ulaşılabilir? Aşkın hedefi Diotima'ya göre güzelliği 'temaşa' ya da "güzelliğin bilgisini idrak" etmektir. (210d) Bu deneyim "insan için yaşamaya değer bir andır." (211d) Böylece Diotima'ya göre aşk "güzelin kendi bilgisi"ne (211c), "güzelin kendisini temaşa"ya (211d) ulaşma yoludur. Aşk bir kimseyi güzelin bilgisine sürükleyen ve bu sırada ona eşlik eden şeydir. "Tıpkı bir merdivenden çıkar gibi, bir tanesinden iki tanesine, iki tanesinden tüm güzel bedenlere ve güzel bedenlerden güzel alışkanlıklara, güzel alışkanlıklardan güzel bilgilere, güzel bilgilerden de güzelin kendi bilgisinden başka bir şey olmayan o bilgiye ermek, en sonunda güzelin ne olduğunu görüp öğreninceye dek." (Platon, 2007: 157-159, 211d) Kısaca söylemek gerekirse Diotima'ya göre aşk diyalektiktir. Diotima'ya "güzelliğin kendisi hakkındaki bilgi nedir?" diye soracak olursak, bu, saf güzelliştir. Saf güzellik ise insanın onun kendisine ait "değersiz ve çürüyen" yönlerinden arındırılmış halidir. (Plato, 1997: 46, 211e) Böylece güzelliğin saf hali ancak "insanın kendi özünde" anlaşılabilir. (211e) Bu saf güzelliği kavrayan kimse "hakiki bir erdem [Gr. areten alethe] doğurmakla ve onu besleyip büyütmeyle tanrıların dostluğunu kazanabilir ve eğer bir insana ölümsüz olma yolu açılırsa bu kişi ancak o olabilir". (Platon, 2007: 159, 212a)

Aşk'ın ne olduğunu anlama konusunda Diotima'nın söylediklerini hatırlayıp aktaran Sokrates kendi fikrini nihayet şöyle ifade eder: "Bu kazancı elde etme yolunda insan doğasına yardımcı olarak Aşk'tan daha iyisini kimse kolay kolay bulamaz". "Ben kendi adıma aşk işlerini onurlandırır, aşırı derecede yüceltir ve başkalarını da buna teşvik ederim." (Platon, 2007: 161, 212b) Diotima'nın, dolayısıyla Sokrates'in vardığı düşünce özetle şudur: Aşk deneyimi ideye başka bir deyişle 'düşünce'ye doğru itici güçtür. Güzel bir bedeni beğendiğimde, belki ilk başta bu fark edilmeyebilir ancak gerçekte güzellik idesine doğru bir devinim içine sürüklenirim. Sokrates'in Aşk'la ilgili söylediği şeyler sonuç olarak Diotima'ya aittir ya da onun düşüncelerinden esinlenir. Gerçekte Sokrates diyalog boyunca aşk hakkında kendisine ait bir şey söylememiştir, çünkü o bu konuyu daha çok eylem alanı olarak düşünür. Sokrates aşk karşısında, Admetos'un anne babasının oğulları Admetos'a yalnızca adla bağlı olmaları gibi kalmak istemez. Sokrates aşka bağlılığını bizzat kendi yaşamıyla gösterir. Bu nedenle aşka ilişkin tutumunda Sokrates bizim dikkatimizi kendisinin ne düşünüp söylediğinden çok onun ne yapıyor olduğuna çekmeye çalışır. İşte Sokrates'e ilişkin bu durumu anlatan kimse son konuşmacı Alkibiades'tir.

1.7. Alkibiades'in Konuşması:

Alkibiades'in aşk konusundaki 'deliliği' [Gr. mania] ve 'aşığına bağlılığı' Sokrates'i korkutacak derecede etkileyicidir. (213c, d) Alkibiades'in anlattıklarından görüyoruz ki aşk 'tuhaf'tır. Tuhaflık, bilindik bir yere yerleştirilemezlikten kaynaklanır. Eros bu nedenle yönetilemezdir. Hatta aşk öyle tuhaftır ki daha önce Pausanias'ın dediği gibi (184a) bir ilişkide aşık kim sevgili kim, buna bile karar verebilmek çok güçtür. Sokrates'in Eros'a benzer şekilde tuhafliklara sahip olduğunu düşünen Alkibiades Sokrates'in bu 'tuhaflikları'nın (215a) sıralanamayacak kadar çok olduğunu bildiği için onun yalnızca 'benzetmeler'le (215a) betimlenebileceğini söyler. Alkibiades Sokrates'i, "elinde kaval ya da aulos bulunan, ortadan ikiye ayrılınca içinden tanrı tasvirleri çıkan" Silenos heykellerine ve bir Satyr olan Marsyas'a benzetir. (Platon, 2007: 171, 215b) Sokrates Silenos heykellerine benzer çünkü "her şeyden habersizdir ve hiçbir şey bilmez. Bu da onun bir oyunudur" (216d) ve "aynı şeyleri hep aynı sözlerle anlatır görünür. Sonuçta görgüsüz, kafasız her insan gülüp eğlenebilir onun sözleriyle." (221e) Daha önce Pausanias'ın sözünü ettiği aşk oyunları Sokrates'in silenosca varoluşunda gözlemlenebilir. Sokrates aşk 'oyunları'nda (184a) bir ustadır, çünkü "kendisi aşık olacağına sevgili durumuna" (222b) geçen bir kimsedir. Sokrates'in bir insana değil daha çok Silenoslara ve Satyrlere benzetilebileceğini düşünen Alkibiades şöyle der: "Eskilerden ya da günümüzde yaşayan insanlardan hiçbirine benzememesi, işte bu, asıl şaşılacak olan." (Platon, 2007: 193, 221c) Sergilediği sevgi bakımından diğerlerinden en üstün



görülen mitolojik figür Akhilleus bile gerçek yaşamış insanlardan Brasidas ile karşılaştırılabilirken, Alkibiades Sokrates'i ne ölmüşler ne de yaşayanlar arasında benzetebilecek bir kimse bulabilir.

Marsyas'ın "ezgileri, [...] derin bir esrimeye neden olur" ancak Sokrates "çalgılar olmadan da yalın konuşmalarla aynı etkiyi yaratıyor". (215c) Aynı zamanda bir Marsyas olan Sokrates, bir kimseyi öyle hallere düşürür ki Alkibiades yaşadığı "hayatın hiç de yaşanması bir hayat olmadığını düşünür" hale gelir. (216a) Alkibiades Sokrates'te "olağanüstü bir güzellik" (218e) ve çeşitli erdemler bulur. Sokrates 'sağduyu' [intelligence, Gr. sophrosüne], 'dayanıklılık' (219d), 'cesaret' ve 'serinkanlılık' (Gr. emphron, 221a) bakımından Alkibiades'i şaşırtır. Pausanias'ın 'gönüllü kölelik' olarak adlandırdığı sevgilinin kendisini erdem uğruna aşığa bırakması fikrini Alkibiades doğru bulur: "Böyle bir adamın [Sokrates'in] gönlünü yapmadım diye akıllı kimselerden utanacağıma, gönlünü yaparım da akılsızlardan, kuru kalabalıktan utanırım daha iyi." (Platon, 2007: 183, 218d)

2. Bölüm: Felsefenin Başka Tanımları, Günümüzün Aşk Modası ve Alternatifleri

2.1. Aşk Düşüncesinden Doğan Felsefenin Başka Tanımları

Aşk konusunun, yukarıda gördüğümüz gibi, kuşkusuz cinsel bir boyutu var, sağlıklı ilgili tıbbi boyutu var, davranışlar için bir kural düşündüren moral boyutu ve davranışlara yön veren rasyonel ilkelerle ilgili etik bir boyutu var, yurttaşların kendilerine ve birbirlerine yaklaşımlarındaki hak ve haksızlıklara ilişkin suç ve cezayla ilgili hukuki bir yönü var, ayrıca konuyla ilgili toplumsal düzenlemeler düşünüldüğünde politik bir yönü de vardır. Ancak aşkın, tüm bunlardan daha ilginç olan felsefi bir yönü var. Eros bir kimseyi nasıl etkiler, onu ne yapar ve nereye götürür? sorusuyla *Symposion*'a yaklaştığımızda diyalogun konusu birden değişir, 'felsefe' olur. Gerçekten de, *Symposion* diyalogu aşk üzerine olduğu kadar, belki ondan daha fazla, felsefenin ne olduğu ve nasıl yapılabileceğiyle ilgili çeşitli tanımlar bulabileceğimiz bir tartışmadır, felsefe yapmaya bir 'çağrı'dır. Düşünmeye, filozofla buluşmaya bir çağrı. Platon *Symposion*'un konusu olan Eros'un ne demek olduğunu anlamak isteyen bir okuyucudan Sokrates'e ulaşıp onunla birlikte olma çabasını gözden kaçırmamasını önerir, çünkü Eros'un en net tanımı Diotima'nın söylediği gibi Eros'un bir filozof olmasıdır. (204b)

Apollodoros ancak son üç yıldan beridir felsefe yapmaya başladığında symposion olayı onun için bir varlık ve anlam kazandı. Apollodoros'a göre felsefe yapmak bir filozofun, başka bir deyişle Sokrates'in "her gün ne söyleyip ne yaptığını bilme derdine" düşmüş olmaktır. (Platon, 2007: 23, 172c) *Symposion* kitabını, Apollodoros'un kitabın başından sonuna kadar Dost ve yanındakilere felsefe yapmanın ne demek olduğunu anlatma çabası oluşturur. (173c, d) Apollodoros felsefeyle ilgilenmeye başladıktan sonra, onun bu yeni halini gözlemleyen Dost adlı arkadaşı onun tuhaflaştığını farkeder. Bu, kalabalıklar arasında var olan filozofun durumudur. Sokrates'e göre felsefenin ve Eros'un aynı şey olduğunu kalabalıklar arasında daha iyi anlarız, çünkü aşk ve felsefe kalabalıklar arasından bir çıkış yoludur. Sokrates şöyle diyor: Felsefe yapmadan önce, Aşk'ın bilgisini edinmeden önce "bir parçasıydık kalabalığın." (Platon, 2007: 97, 194c) Sokrates'i anlamaya ve ona benzemeye başlayan Apollodoros bu durumuyla felsefenin iki ayrı tanımını daha ortaya çıkarıyor: Felsefe "Sokrates hariç, herkesin zavallı olduğunu düşünmek"tir. İkincisi, felsefe bir kimsenin "hem kendi hem de başkaları hakkında düşünürken vahşi bir hayvan gibi köpürüp durması"dır. (Platon, 2007: 27, 173d)

Felsefe yapmanın başka bir tanımını Eryksimakhos yapar. Ona göre felsefe yapmak bir kimseyle, onun bizim yakamızı bırakacağı şekilde düşünüp konuşmaktır. Eryksimakhos Aristophanes'e şöyle der: "Dikkatli ol ve arkasında durabileceğin şekilde konuş. Ancak söylediklerin aklıma yatarsa bırakırım belki yakarı." (Platon, 2007: 79, 189b, c) Filozoflarla konuşurken çok sıradan ve bildik olduğunu düşündüğümüz konunun bambaşka yerlere sürüklendiğine tanık oluruz. Bu tuhaf davranışı Phaidros gözler ve konudan bu tür sapmaları mümkün olduğunca engellemeye çalışır. Phaidros filozoftan düşünmesini, üstelik belirli sınırlar içinde bunu yapmasını talep eder, çünkü ona göre filozof konuşma sırasında konuyu başka yerlere saptıran kimsedir. (194d)



Felsefe, adı üzerinde, Grekçe *philosophia*, bilgelik sevgisidir. Bilgeliğe dönük bir arzu, eğilim, yönelim söz konusudur. Felsefe yapan kimseye *harmonia'yı* ya da uyumu amaçlayan, kendisini bir tür uyuma ayarlamaya çalışan bir *oreksis*, peşinde olma ya da arzu ruh durumu egemendir. Diotima'nın dediği gibi: Eros "bütün yaşamı boyunca felsefe yapan" bir kimsedir. (203d) Diotima'ya göre aşk güzelliğin, 'güzel şeyler'in ve 'iyi şeyler'in aşkı olduğu için filozof olmak zorundadır. (204b-e) Diotima Eros'u filozof olarak görmekle filozofun bir başka tanımını yapmış olur. Buna göre filozof ya da Eros "bilgelik ve cehaletin arasında" (203e) bulunan kimsedir. İşte Sokrates'in konuyu Aşk'ın ne olduğundan felsefenin ne olduğuna kaydıran dikkat çekici sorusu: "Bilgeler ya da cahiller değilse, o zaman kim bu felsefe yapanlar, ey Diotima?" (Platon, 2007: 133, 204a) Diotima'nın Aşk yolcusu bir kimseye sunduğu varış noktası felsefedir. Ona göre sevgiyi rahat bıraktığınızda, o sizi felsefe yapmaya vardiye olacaktır. Diotima'nın yaptığı felsefe tanımını özetle söyleyecek olursak: Felsefe gebeliğimizi güzellikle buluşturacak şeydir. (206e)

Filozofun bir tanımını da Alkibiades yapar: Hiç olmadığını düşündüğünüz yerde ansızın ortaya çıkan kimsedir filozof. Alkibiades çığılı basar: "Ey Herakles! Bu da neydi! Sokrates bu! Yine pusu kurup uzanmışsın buraya. Hiç olmadığını düşündüğüm yerde ansızın ortaya çıkmayı huy edinmişsin." (213b, c) *Symposion* diyalogunda ortaya çıktığı gözlenebilen felsefe tanımlarının sonuncusu Alkibiades'e aittir. Buna göre, felsefe yapmak söylenenleri ve yapılanları anlayışla karşılamaktır. Alkibiades: "Felsefenin deliliği, hatta coşkusu sarmış hepinizi. [...] yapılanları da şimdi söylenenleri de anlayışla karşılayacaksınız." (Platon, 2007: 183, 218b)

2.2. Günümüzün Aşk Modası ve Alternatifleri

Gördüğümüz gibi aşkın felsefeyle buluşturulduğu onbir ayrı tanımla karşılaştık, ancak aşkı anlamak ve ifade etmek isteyen bir kimsenin aklına ilk başta bir filozofa danışmak ya da bir felsefe kitabı okumak gelmez. Aşkı düşünen kimselerin, işlerini ciddiye almışlarsa, öncelikle yaygın olarak sanatçılara ve bunlardan da özellikle şairlere başvurduklarını görebiliyoruz. Psikik yaşantıların betimlemelerini en uygun şekilde, ustalıklı yapan kimseler elbette şairlerdir. Bu nedenle psikik yaşantının en güçlü konusu olan 'sevgi'yi ele alan bir tartışmadan oluşan *Symposiona* şair Agathon'un ev sahipliği yapması şaşırtıcı değildir. Çoğunluk Aşk hakkında en azından şairlere başvurabileceğini bilir. Bunu arada bir yapar, ancak Aşk hakkında bundan daha çok yapılan şey 'beklemek'tir. Aşk anı, ya da güzellik bir şekilde onlarla temas ettiğinde, bu an, bu kimseler için mucizevi bir olay kabul edilir. Peki, bu çoğunluk, Aşk'ı, güzelliği nasıl, ne yaparak bekliyor? Göbek büyüterek, küfrederek, daha da çirkinleşerek, satın alma gücünü artırarak, daha çok tüketerek, kendini daha güvenli ve daha konforlu bir yere kapatarak Aşk'ı bekliyorlar. İşte bu kimseler, o mucizevi anı, bu şekilde karşılamaya hazırlanıyorlar. Gerçekten de bu kimselerin beklediği gibi de oluyor. Ölmeden önce bir gün, mutlaka bir tür güzellikle karşılaşıyorlar: "Öldürücü bir güzellik." Bu tür kimselerin mutasyona uğratarak uçamaz hale getirdikleri Aşk'a son sözleri: "Öldür beni!"

Tek düşebileceği yer yatağının ya da tabağının kenar yüksekliği olacak kadar güvenli ve konforlu yaşayan kimseler kendilerinin hak ettiklerini düşündükleri sayısız şeyin içine Aşk'ı da katarlar. Böyle birinin kendi eliyle boşa çıkardığı büyük beklentileri onu daha kızgın biri haline getirir. Bu kimse zavallı biridir, çünkü güç arttıkça öfke, güvenlik arttıkça tehlike artar, sonunda olan kendisine olur. Aşk hakkında konuşunca, düşüncelerin çok keskinleştiğini, acımasızlaştığını görüyoruz, çünkü hiç kimse neyi sevip sevmediği hakkında kararsız kalmak istemez. Bu utanç verici bulunur. Gerçekte Aşk hakkında hiçbir düşüncesi olmayan kimseler bu durumlarını çoğunlukla örnek bir aşktan söz ederek ya da aşk bakımından çok zavallı bir duruma düşmüş kimseleri ileri sürerek örtbas ederler.

Aşkların çoğunun karşılıksız aşk olduğunu unutmuş durumdayız, çünkü çağımız, karşılıklılık, başka bir deyişle, çıkar çağı. Üstelik bu çıkar, kendisini 'güvenlik' ve 'konfor' derdiyle insansızlaştırmış durumda: "O bir adım atarsa ben de bir adım atarım!" Oysa aşk bir tür ticari kavram olan 'karşılık bulma' meselesi değildir. Çağımızda aşk olayının, kendisini ifade edebilecek araçlar olan düşünce ve sanattan koparılmış olmasının nedeni sanırım bu. Felsefe biraz daha zor, ancak Aşk'ın sanat ile bir ilişkisi vardı,



değil mi? Platon'un *Symposion* kitabındaki argümanları, günümüz dünyası açısından en güncel şekilde 2009 yılında yazdığı *Aşka Övgü* adlı kitabında değerlendiren Alain Badiou bize sanatın Aşk'la bu ilişkisini hatırlatarak şöyle der: "Sanat çok sık olarak aşkın asosyal [toplumdışı ya da toplumsallaştırılamamış] yönünü ortaya koyar." Yaygın bir şekilde söylenen "aşıklar bu dünyada yalnız başlarındadır" sözü bunu anlatır. (Badiou, 2012: 79) Pausanias'ın yaptığı gibi aşk olayını bir oyuna benzetecek olursak bu bir şans oyunundan farklıdır, çünkü Aşk'ın daha çok şansı vardır, başka bir deyişle, aşk daha çok oyunculuk gerektirir. Ancak bugün egemen olan slogan "şans olmaksızın aşk kazanın!" ya da "aşk derdine düşmeden aşka kavuşun!" ya da "acısız, mükemmel aşk!", "on adımda aşk!", "sıfır acı sınırsız seks!" en sonunda bu şekilde şişire şişire varılan slogan: "Her türlü şişme bebek!" Aşkta daha önce tahmin edemediğimiz, birden hayatımızın tüm anlamını karşıladığını söyleyen, çılgınca bulunan bir duruma sürüklenilir. Ansızın yaşanan ve hayatı temelden dönüştüren bu yönüyle Aşk hiç de güvenli bir şey değildir. Aşk bir kez gerçekleştikten sonra artık şansımız kalmaz. Şair Mallarmé'nin dediği gibi "Şans nihayet dizginlenmiş olur." Bu nedenle "şiir", Mallarmé'nin dediği gibi, "kelime kelime bozguna uğratılmış şanstır." (Badiou, 2012: 42)

Bugün aşk anlayışımızı ve bu konudaki davranışımızı hatta seçimlerimizi kültür endüstrisi ve onun bizi kendi tüketicisi haline getiren bağımlılaştırıcı sloganları belirliyor. Sokrates'in dediklerine bakılırsa, bir konuda, üstelik 'aşk' gibi hassas bir konuda yürek kararmasına ya da gönül tutulmasına uğramanın en büyük nedeninin o konuda 'genel bir fikre' sahip olmak, böylece konunun deneyimle bağıni koparmak olduğu görülür. Diotima bunu şöyle ifade eder: İnsanların 'aşk' dediği şey "genel anlamda iyi şeylere ve mutlu olmaya duyulan her türlü arzudur". Böylece aşk "en büyük ve her işte düzenbaz olan" bir şey haline getirilmiş olur. (205d) Bu nedenle "ister para kazanma, ister beden eğitimine düşkünlük isterse felsefe bakımından olsun başka şekillerde ona yönelenlerin ne aşık olmalarına 'aşık olmak' denir, ne de kendilerine 'aşık.'" (205d) Diotima'nın Sokrates'e dediklerini hatırlayalım: "Aşkın bir türünü seçip ayırıyoruz ve bütünün adını ona vererek aşk diye adlandırıyoruz. Ama geri kalanlara yalan yanlış başka adlar takıyoruz." (Platon, 2007: 137, 205d) Bunun sonucunda, aşkı bir kimsenin kendisinden çok başkasının memnuniyeti olarak yaşayan, dahası sevgi yaşamı konusunda danışacak kılavuzlar arayan bir kimse için 'aşk'ın bir deneyim haline gelebilmesi neredeyse imkansız hale gelir. Başkalarının aşkından söz etmenin bize faydası nedir? Eryksimakhos doğru söylüyor. Başkasının ne durumda olduğunu bırakın, aşk hakkında konuşmak bile bir avantudur. Dikkat ederseniz Sokrates'in kendisi aşk konusunda ne düşünüyor bilmiyoruz, o aşkı yalnızca yaşayarak gösteriyor, onu konuşmuyor, çünkü Sokrates aşkın tek bir görünümü olmadığını, birçok şekilde görünebilir olduğunu biliyor. Eğer aşkın tek bir görünümü olsaydı onun bir görünüşünden, bir deneyiminden söz edemezdik, çünkü böyle olsaydı görünüş gerçek, şey ise nesne olurdu. Söz konusu aşk olsa bile, bu şekilde ideal nesne haline getirilmiş bir şey ölü bir nesne olacaktır. Böylece kişi aynı zamanda duygusal hayatından sorumsuzlaştırılmış olacaktır. Örneğin, bir davada hüküm veren bir kimsenin suç saptama ve ona karşılık ceza hükmüne varmasının ve vardığı karar sonucunda duyumsadığı iç rahatlığının nedeni o kimsenin 'deneyim'i değil, artık deneyime bakmaya ihtiyaç duymayacağına inandığı 'ideal'i göz önünde tutmuş olduğuna kani olmasıdır. Görünüş gerçeği sağlayabilseydi, örneğin nihai doyurucu bir yemek ya da hakiki bir sevgi alabilseydik gerçek yemek yemiş ve gerçek sevgi tatmış olacaktık. Diğer taraftan, aşk konusunu anlayabilmek için onun deneyiminden ya da görünüşlerinden başka bir imkânımız var mı? Aşk'ın bir alışverişe indirgenmesinin, onun bir ayartma değil bir ricaya, dileğe, bir değiş tokuş konusu olan pazarlık nesnesine, hesap işine indirgenmiş olmasının nedeni sanırım budur. Düşüncelerin hatta düşünürlerin yapıtlarının kültür endüstrisi yoluyla metalaştırılması onları şimdiden ve herkes için bildik, tanıdık kılıyor. İnsanların 'sevgi' gibi en özgül yönlerini metalaştıran endüstriyel bir ürün halinde paketlenmiş ilişkilerle kuşatılmış durumdayız. Kimin kime uygun olduğu, kimin nasıl bir kimseyi sevebileceği bugün örneğin çöpçatanlık siteleri tarafından hesaplanarak kararlaştırılıyor. 'Aşk'ın pazarı ve aşkın bulunup alınabileceği belirli bir yer olabilir mi? Çöpçatanlık sitelerinin aşka yaklaşımı, savaştan asker arayan ABD ordusunun propaganda sloganı olan "güzel bombalar, sıfır ölü!" sözüne benzetilebilir. (Badiou, 2012: 7)

Elimizde oldukça tehlikenin, riskin olmadığı bir seçeneği tercih ediyoruz. Bugünün aşk modasının sloganı: "Önce güvenlik sonra aşk!" 'Önce-güvenlik' anlayışı vicdani sorumluluk yükünü duygusal hayattan alarak gerçekten tam güvenli bir alan oluşturur. Buna göre 'sevgili' dediğimiz kimse bize



uygun olmadıysa onu terk etmek zor değildir, çünkü önce kendi güvenliğimiz gelir. Acı çeken sevgilinizin problemi onun problemidir, bu sizi ilgilendirmez, çünkü önemli olan sizin rahatınızdır. Böylece Aşk "düzenlenmiş hazlar tarafından sınırlandırılmış konforlu bir alan" içine sıkıştırılmış olur. (Badiou, 2012: 10) Bununla bağlantılı olarak, Aşk'ın karşılaştığı güçlüklerden biri, onun önemli bir şey olarak görülmemesidir. Buna göre aşk birçok haz ve eğlence çeşidinden yalnızca biridir. Bu düşünce bir kimsenin güvenliğini tehdit eden her şeyden yalıtılmış aşk metası fikriyle uyumludur. Aşk hakkında güvenlik arayışının nedeni ölçsüzlük'tür. Samuel Beckett'in *Mutlu Günler* oyununda sahnede giderek yerin dibine batan kadın Winnie, yerin dibine batma sürecinde şöyle der: "Ne mutlu günlerdi onlar!" (Beckett, 1961: 53) Böyle der, çünkü bu felakete uğramış varoluşunu inşa eden şey onun Aşk hakkında yaşadığı şeylerdi. Eryksimakhos'un dediği gibi ölçülü bir şekilde yaşanmadığında aşk yıkıcı bir felaketi hazırlayan güçtür. Bunu anlamak için aşkın diyonizyak yönüne dikkat edilmelidir. Bugün yaygın bir şekilde aşk onun cinsel bileşeninden ya da düşünsel yönünden dışlanıyor. Sanki aşk ya sadece bir kasabın vitrinindeki et parçaları arasında ya da sadece kütüphanedeki kitaplar arasında yaşanıyor gibi bir saplantı söz konusu. Böyle bir tutum aşkı mekanik bir devinime indirgeyen ölçsüz bir yaklaşımın sonucudur. Eros'un diyonizyak yönünü dışlayan, inkar eden bir kimse, Euripides'in *Bakkhalar* tragedyasındaki Thebai kralı Pentheus'a baksın, orada kendisini bulacaktır. Eros'un diyonizyak yönünü kabul etmiş olmasına rağmen bu konuda ölçülü olmayan bir kimse ise Pentheus'un annesi Kraliçe Agave'dir. Sokrates'in Satyr ve Silenos heykellerine benzetilmesi, Alkibiades'in Sokrates'e yaklaşımlarının Eros'un diyonizyak yönünü dikkate almamız gerektiğini gösteriyor. Hatta bir bütün olarak, ev sahibi Agathon tarafından, konuşmaların hakeminin Dionysos seçilmesi bir tesadüf değildir. (175e) Dikkat ederseniz *Symposion* diyalogundaki tüm konuşmacılar Eros'un hem bedenle hemde düşünceyle ilgisini göz önüne aldılar. Yedi konuşmacıdan hiçbiri bunlardan birini tutup diğerini tasfiye etmeye çalışmadı. Düşünceyi tutup cinselliği ya da cinselliği tutup düşünceyi dışlayan tutumdaki yanılığın kaynağı onun aşk ve politika ilişkisini çarpık şekilde kurmuş olmasıdır. Aşk elbette bir mücadele alanıdır, bir tasfiye alanı olamaz. Aşk düşmanlar arasında yürütülen bir diplomasi değil, bir ayartma oyunudur. Bu nedenle aşkın politikayla ilgisi kurulurken dikkatli olunmalıdır. Aşk'ı ilk defa politikayla ilişkilendiren Pausanias'ın düşüncesini dikkatimizden kaçırmayalım. Örneğin bir sevgiliden ayrılınca artık birbirini olumsuz etkilemenin taraflar için hiçbir faydası yoktur. Bunu herkes bilir, ancak bitmiş bir aşkın gerçekte iki kimse arasında ulaşılmış bir tür ebedi barış olduğunu çok az kimse bilir. Ayrılığa rağmen hala devam eden bir rahatsızlık var ise bu politik değil sağlıkla ilgili bir sorundur. Politik yaklaşım çoğunlukla şimdiden mevcut olan ya da sonradan ortaya çıkması mümkün bir düşman belirlemesi üzerinden yürütülür, ancak aşk 'düşman' yaratarak, silahlanıp pusuda bekleyerek, kısacası tasfiye programı üzerinden yürütülemez. Bunun aksine, Pausanias'ın ve Aristophanes'in dedikleri gibi, bir kimseyi toplumsallaştırma gücüyle aşk hayatın önemli bir parçasıdır. Aşk konusunda gerçekleşen haksızlıkların hesabını kimseye sormayız diye herkese düşmanlık besleyemeyiz. Aşk içinde olmayan bir kimsenin, herkesle düşman olması imkansız olduğuna göre, gerçekte bu kimsenin sosyal hayatı bitmiş sayılmaz, tam aksine, bu kimse yalnızca mevcut toplumların siyasal devlet düzenlerinin olduğu gibi bir 'geçiş aşaması' içinde olduğunu ve bu geçişin kendiliğinden olmayacağını unutmamalıdır.

Aşk konusunda bir kimsenin kendisini bayağlaştırmasının en ölümcül yolu, bu kimsenin sevgiye ilişkin olarak herkesi tanıdık ve bildik kabul eden prokrüstiyan bir yatak kurmak dışında hiçbir çaba harcamamasıdır. Bu kimseye aşk konusunda egemen düşünce sürekli özdeşliği talep etmek ve farklı olanı sürekli göz ardı etme ve tasfiye çabası, kısacası narsistik bir tutumdur. Peki, narsistik kişiler asla 'aşk' yaşayamazlar mı? Elbette yaşayabilirler. Dikkatli bakacak olursak aşkın en bayağı ve en yaygın biçimi budur zaten. Şöyle ki narsistik bir kimse başka bir narsistik bulur ve onunla arasında yaptığı sözleşmeye 'aşk' adını verebilir. "Önce güvenlik sonra aşk!" sloganıyla hareket eden, narsistik ve egoist aşk anlayışına karşı alternatifler geliştirilebilir. Öncelikle şu unutulmamalıdır: Aşk farklıdır. Uniformel, tekbiçimli aşka karşı "aşk farklıdır!" demeye cesaret gösterilebilir. Her aşk kendisine özgüdür. Aşk konusunda *status quocu* olunmamalıdır. Şair Arthur Rimbaud'nun dediği gibi "aşk yeniden icat etmeyi gerektirir."³ Aşk'a ilişkin olarak tüketim kültürünün salgıladığı korkunun kaynağı

³ Arthur Rimbaud'nun *A Season in Hell, Hallucinations 1.* başlıklı şiirinden bu cümleyi Badiou *Aşka Övgü* adlı kitabının başında epigram olarak aktarır. Bkz. Badiou, 2012.



"güvenlik ve konfora karşı risk ve macera yeniden icat edilmelidir." (Badiou, 2012: 11) Aşk uğruna bu çabaya değer, çünkü "aşk yaşamda kalmanın farklı bir yolunu icat eder." (Badiou, 2012: 33)

Günümüzün aşk modasına karşı en çarpıcı alternatifi yapısalcı psikanalist Jacques Lacan (1901-1981) önerir. Herkesin aşk adına 'cinsel ilişki'den söz ettiği bir zamanda Lacan 'cinsel ilişki' diye bir şeyin olmadığını söyler. "Eğer cinsellikte cinsel ilişki yoksa, aşk cinsel ilişkinin mevcut olmayışını dolduran şeydir." (Badiou, 2012: 18) Lacan'a göre "haz her zaman senin hazzındır. Cinsellik birleştirmez, ayırır. Çıplak olmanız olgusu ve başkasına yüklediğiniz şey bir imge, hayali bir tasarımlamadır. Gerçek olan şey hazzın sizi başkasından uzaklara, çok uzaklara, alıp götürüyor olmasıdır. Gerçek olan şey narsistik olandır, bağlayıcı olan şey hayali olandır. Böylece cinsel ilişki diye bir şey yoktur." (Badiou, 2012: 18) Bugün cinsellik hakkındaki şeylerin çoğunun 'ilişki'den çok pornografi olmasının nedeni budur. Aşkın 'bütünlük'ten değil 'eksiklik'ten kaynaklandığını biraz önce Sokrates de söylemişti. Narsistik kimse kendi imgesini seven kimsedir, böyle bir kimse için 'ilişki' yoktur. İlişki yalnızca sürekli bir yaklaşım çabasında var olabilir, çünkü "aşkta birey kendisinin, narsistik olanın ötesine geçer." (Badiou, 2012: 19) Aşk etikle ilişkilendirilecek ise bu ancak 'ötekinin deneyimi' üzerinden yapılmalıdır. "Aşk, farklılıkla nasıl ilgilenileceğini bilen ve bu etkinliği yaratıcı hale getiren iki kişi hakkındadır." (Badiou, 2012: 54) Aşk bir kimsenin kendisini dönüştürdüğü ve değişimi en hızlı şekilde gerçekleştirdiği imkandır, çünkü aşık bir kimse bencillikten çıkar, bu kimse önceki kendisiyle değil aşkı yaşadığı kimse ya da şeyle birlikteliğe çaba harcar.

Aşk dönüştürücü bir güçtür, işte bu nedenle Phaidros her bir kimsenin içinde bir tanrının, Eros'un var olduğunu söylüyordu. (180b) Aşık bunu bilir. Her zaman aşık ve sevgili arasında bir ayırım vardır. Ne aşığın sevgiliyi kendisi gibi görmesi ne de sevgilinin aşığa istediği karşılığı vermesi mümkündür. Pausanias'ın dediği gibi aşk bunun farkına varana kadar devam eden bir oyundur. Öyle olmasaydı aşk yalnızca bir tane olurdu, geride kalmazdı, dahası hiç bitmezdi. Durumun böyle olmadığını bitmiş bir aşka, aşk adını bile yakıştıramadığımızdan biliyoruz.

Alternatif aşk modelimizi daha iyi anlayabilmek için birbirine zıt, ancak Badiou'nun günün aşk modasında birleşmiş gördüğü iki aşk anlayışına bakalım: Bir tarafta Schopenhauer diğer tarafta ise Kierkegaard. Schopenhauer aşk karşıtı bir felsefenin baş temsilcisidir. "Schopenhauer, aşk için bir tutku besledikleri ve böylece aslında değersiz olan insan soyunu ebedileştirmeyi olanaklı kıldıkları için kadınları asla affetmeyecektir." (Badiou, 2012: 13) Schopenhauer'in baş temsilcisi olduğu aşk karşıtı bir felsefe anlayışının tam karşı kutbunda "aşkı öznel deneyimin en yüksek seviyelerine dönüştüren" (Badiou, 2012: 13) Kierkegaard bulunur. Kierkegaard'a göre varoluşun seviyeleri vardır. "Estetik seviyede aşk boş/beyhude baştan çıkarma ve yineleme deneyimidir." (Badiou, 2012: 13) Bu estetik aşamadaki kimseyi sürükleyen şey yalnızca haz bencilligidir. Bir üst aşama olan "etik seviyede, aşk samimidir ve kendi ciddiyetini göstererek kanıtlar." (Badiou, 2012: 14) Bu, Kierkegaard'ın Tanrı dediği mutlak olana doğru dönmüş ebedi bağlılıktır. Kierkegaard evlilik yoluyla ebedi bağlılığın mutlak değerini insana ciro eder, ancak bu mutlak değer Tanrı'ya dayandırıldığı için aşk asla tahsil edilemeyen karşılıksız bir senete dönüştürülür. Böyle bir ortamda aşk hayali ticaret bataklığında sahtekarlaşır, yalnızca şiddetle tahsil edilebilir hale gelir. Oysa aşk ne bir tanrıyı garantör kabul edebilir ne de tanrılardan bir beklenti içinde mümkün olabilir. Kierkegaard'ın Tanrı'ya dayandırarak insana ciro ettiği böyle bir aşka tanrılar bile güler. Böylece Kierkegaard'ın aşkı estetik seviyede başlayıp insan-dışı bir seviyede sonlanır. Kierkegaard aşk hakkında bunları düşündü ve sevgilisi Régina'yla olan aşkında bu seviyelerin hepsini sırayla yaşadı. Biliyoruz ki insanın kendisine acımasının sonucu dindir. Filozoftan çok dinci bir yazar olan Kierkegaard kendi aşkını bile Tanrı'ya dayandırarak sevgilisine ve kendisine acıya acıya tüketti yaşamını. Yazık Kierkegaard'a. Yazık Kierkegaard'a çünkü Tanrı aşk hakkında ne diyebilir ki? Eğer iyi bir Tanrı'ysa, en fazla "birbirinizi sevin!" diyebilir. "Birbirinizi sevin!" sözü bir emirdir. Bir emir kipiyle aşk hakkında konuşmanın bir yararı yoktur. Öyle olsaydı aşk yalnızca komutanlarla askerleri arasında gerçekleşirdi. Üstelik emire dayandırılan eylemler 'iyi' olsaydı, böyle bir aşkın hep mutlulukla sonuçlanması gerekirdi ve böylece, örneğin kralın aziz dostu Thomas More öldüğünde kafası omuzlarının üzerinde yer almış olurdu, ancak öyle olmadı.



Bir kimse ne zaman, olmak istediği bir kimse olur? Sevdiği ve sevgisini gösterebildiği, sevgisini yaşayabildiği sürece. Eros bir kimseye "İşte ben böyle olmalıyım!" dedirten bir güç. Ancak, bir kimsenin nasıl bir kimse olması gerektiği, başka kimselere bir öneri olarak söylenebilir mi? *Symposion*'un başında Agathon'un hizmetçilere emir şeklinde yaptığı bir öneri epey gülünçtür. Agathon şöyle diyor: "Haydi uşaklar, [...] beni ve şu diğer konukları yemeğe kendiniz davet etmiş gibi hizmet edin de övelim sizi." (Platon, 2007: 33, 175b) Pausanias'ın dediği gibi aşk övgüye değer bir 'gönüllü kölelik'tir (184c), çünkü o yüreğine yerleştiği bir kimseyi sevdiğine, kendi evinde onu ağırlayan bir ev sahibi gibi hizmet ettirir. Ancak bunu söylerken Agathon'un aşkın aynı zamanda zora gelmez bir güç olduğu sözü unutulmamalıdır. Bu sözü ancak Diotima anlaşılır hale getirmişti, çünkü ona göre aşk sevgiliyle değil aşık olan kimseyle ilgili bir şeydir. Hiç kimseyi sevmeye zorlayamayız. Böyle bir şey aşk değil 'tecavüz' olur. Bir kimsenin içindeki sevgi zora tabi olamaz. Eros'u zorlayamayız, Agathon'un dediği gibi o özgürdür. Bugün Aşk'la ilgili *best seller* kitapların çoğunluğu onun nasıl yönetilmesi, sevginin nasıl elde edileceği hakkındadır. Oysa bu konuda bir tatbikat mümkün değildir. Aşk konusunda bir eğitim arayışı, örneğin Tarkovsky'e "yönetmen olmak için hangi kursa gittin?" sorusunu yöneltmek kadar aptalca olacaktır. Sokrates'in düşündürdüğü gibi Eros'un yalnızca deneyimi olabilir. Bir Aşk deneyiminin diğerine öğreteceği bir şey de yoktur.

Günümüzün narsistik aşk modasının "önce güvenlik sonra aşk!" sloganına bir alternatif de aşkta 'karşılaşma'nın önemidir. Karşılaşma ve başlangıç aşkta aynı şey olur. Aşk'ı bir gözünüzün önüne getirin, onun başlangıç noktasında durduğunu göreceksiniz. Üstelik aşkın başlangıcı onun bitişinde daha çok düşünülmez mi? İşte aşk ve felsefenin buluştuğu yer burasıdır, çünkü felsefe yapmak ve aşk bir başlangıç meselesidir. Aşk ve felsefe bir başlangıç arayışı, o başlangıçta durabilme ve orada derinleşme meselesidir. Bu olay karşılaşmayla başlar. Platon'un yazılarının ortak özelliklerinden birinin, bir kimsenin bir diğer kimseyle karşılaşması ve onu durdurmasıyla başlaması rastgele bir kurgu değildir. Felsefe ve aşk 'karşılaşma'da bir başlangıç yaratır, böylece Sokrates'e göre Aşk'ı bir başlangıç noktası almayan bir kimse felsefenin ne olduğunu asla anlamayacaktır. *Symposion*'u anlamak isteyen biri de orada geçen olayların başına gitmelidir. Apollodoros Dost'a ve yanındakilere, Aristodemos'un Apollodoros'a anlattığı ve Sokrates'in onayladığı gibi "başından itibaren anlatmaya çalışayım" der. İşte felsefe yapmak ya da felsefe yapanların ne yapıyor olduğunu anlatmak, konunun başına gitmek ve "başından itibaren anlatmaya çalışma"ktır. (Platon, 2007: 27, 174a) Aşktan söz eden böyle bir yazıda konuyu saptırıp yine felsefeye getirdiği için okuyucu yazara kızmakta haklıdır, ancak bu sapmanın sorumlusu Sokrates'tir. *Symposion*'dan sonra *Devlet* kitabında Sokrates konuyu bunun tam tersi bir yönde saptırır. Badiou'nun farkına vararak dikkatimizi çekmeye değer gördüğü gibi *Devlet*'in V. kitabında Sokrates gerçek filozofun tanımını vermeye başlar sonra aniden konuyu değiştirir, şöyle der: "Bir aşk nesnesinden söz ettiğimizde, bir aşkın o nesneyi kendi bütünlüğü içinde sevdiğini varsayarız. Onun aşkı için nesnenin sadece bir parçasını seçip diğerini reddetmeye izin vermeyiz." Sokrates'in bu cümlesine şaşırarak bakan genç şöyle der: "Sevgili Sokrates, konuyu aşk hakkındaki bu saptırışınla filozofun tanımı arasındaki bağlantı nedir?" Sokrates cevaplar: "Başlangıç noktası olarak aşkı almayan bir kimse felsefenin ne olduğunu asla keşfedemeyecektir." (Aktarılan yer: Badiou, 2012: 93) Sokrates'in felsefeyi aşk olarak tanımlamasının özeti Portekizli şair Fernando Pessoa'nın (1888-1935) "aşk bir düşüncedir" sözüdür. (Badiou, 2012: 87) Bu söz dünyevi, duyuşal olandan uzaklaştırıcı değil, aksine yaşama bağlayıcı bir düşüncedir.

Yukarda gösterildiği gibi, bir başlangıç yaratma gücüyle felsefe ve aşk kural tanımazlar, sınırları bozarlar. Bunlar hiç beklenmedik bir anda olup biter. Hatta, bu karşılaşma düşman taraflar arasında olduğunda aşk daha dramatik, daha ilgi çekici hale gelir. Örneğin Homeros'un *İlyada*'sındaki tüm olayların nedeni Paris ve Helen arasındaki aşk, Sophokles'in *Antigone* tragedyasındaki Antigone ve Haimon arasındaki aşk ya da Shakespeare'in *En Mükemmel ve En Acıklı Tragedya* üst başlığı altında Romeo ve Juliet arasındaki aşk. Bu farklı aşkların tümü düşman tarafların karşılaşmasından doğar. Bu nedenle aşkın devrimci rolü küçümsenmemelidir. Aşk güvenli değil, aksine şiddetli varoluşsal bunalımın, krizin önemli bir kaynağıdır.

Aşk, bir kimsenin kendisine onun var olduğunu hissettiren ve onun daha fazla var olmasını sağlayan şeydir. Aşkı çoğalttıkça, farklılaştırdıkça yaşıyoruz. Ancak kendimizi aşka bıraktığımızda,



yönetimimizden memnun oluyoruz. Aşk iradedir. Bir şeyle, bir kimseyle uyumunuzu sağlar, sahiplenir ve sahiplenilirsiniz, her şeyinizi ansızın elinizden alabilir ve birçok şeyi de ansızın sizin yapabilir. Aşk bir kimsenin yaşamını dönüştürmede çok güçlü bir etkidir, çünkü bunu yanlış buluyor olsak bile aşk için ölenleri ve cinayet işleyenleri çok sık duyuyoruz. Eğer kendinizi ya da başka birini öldürmek istemiyorsanız güven ve konfor içinde bekleyen biri olmaktan çok isyankar, devrimci bir kimse olunmalıdır. Aşk kendisini şelalelerin altında ya da çiçek bahçesinde kurmaz, onun çelişkilerle ve dönüşümlerle dolu kendi gündemi vardır.

Aşka polisiye bir dedektiflikle yaklaşacak olursak aşkın iki olay mahali, iki sahnesi vardır. Hayatımızdaki aşk oyunu kendisini aynı anda, "iki sahne"de (two scene) sergiler. (Badiou, 2012: 29) Aşk oyunu bir kere başlayınca, bu, hayatta kalma ya da hayatını tümüyle değiştirme meselesi olur. O nedenle, bu oyunun araçları olan sözcükler, görünüş ve zaman tehlikeli hale gelir. Neyi nasıl söyleyeceğimiz, nasıl görüneceğimiz ve tüm bu eylemleri ne zaman, hangi sırayla yapacağımız başımıza bela olur. Aşk ifadesinin yükü ağırdır, çünkü onun bedeli sonsuzluktur. "Seni seviyorum" sözünün anlamı "seni her zaman seveceğim"dir. Bu sözün içinde yüreğinizle birlikte zamanınızı da verirsiniz. Gerçekte hiçbir şey alıp vermiş olmazsınız, yalnızca mutlu olursunuz. Bu mutluluk verir, çünkü nihayet ebediliği barındırabilen bir zaman türü icat etmiş olursunuz. Aşk sahnelerinde, içinde olduğunuz ve etrafınızda duran ancak daha önce olmayan şeyler var olur. Kirpik hareketleriniz aşk oyunu sahnelerinin açılıp kapanan ağır perdelerine dönüşür. Daha önce haberinizin bile olmadığı bu şeyler biçimlendirilmeye, saklanmaya ve korunmaya değer hale gelir. Aşk, işte bu şekilde, nesnelere kendi avatarına dönüştürür. Şeylerin öncekinden daha anlamlı ve canlı hale gelmesinin nedeni, onları kendisi uğruna devinime sokan bir gücün hayatımızda cisimleşmiş olmasıdır. Hayatımızdaki şeyler ilk defa gerçekten bizim için örgütlenir. Artık örgütlü yaşarız, çünkü aşk örgütlenektir. Avatar aşk modeli adını vereceğim bu alternatif aşk anlayışı aşkın etik boyutunu anlaşılır hale getirir, güzelliğin iyinin bir sembolüne dönüştürülmesi kabul edilir hale gelir.

Sonuç

Aşk hakkında felsefe yaparken çoğu zaman kendimizi varoluşumuzun derinlerinden, dipten, dibe batmaktan, derine inmekten söz ederken buluyoruz. Varoluşumuzun derinleri ya da dip denilen yer varoluşumuz için bir dönüşümün ve yeni bir şeyin, başka bir şeyin bize katıldığı alandır. Orada deli gibi bir şey inşa etme eylemi içindeyiz. Bir kimsenin dünyası, en derinde duran üzerine dikilidir. Ancak o kimse çoğu zaman orada değildir, iş başında bizzat kendisi bulunmaz. Peki, derinlerde çalışanlar kimlerdir? Orada bildik kural ve yasalarla düzenlenemeyen varlığımızı etkileyenler kimlerdir? Sokrates'in aktardığı Diotima'nın düşüncelerine göre yokluktan varlığa geçmenin nedeni olan "meydana getirme, oluşturma" denilen şey meydana getirci, oluşturmaya olan "sanatlar"a (Gr. technai) dayanarak 'ustalar' (Gr. demiourgoi), 'sanatçılar' tarafından gerçekleştirilir. (Platon, 2007: 136, 205c) Tek tek farklı adlarla birbirlerinden ayrılan meydana getirmelerin, oluşturmaların, başka bir deyişle, sanatların bütünü'nün adı 'şii'r'dir (Gr. poiesis). Meydana getirmenin "bu türüne sahip olan kimseler şairlerdir [Gr. poietai]." (Platon, 2007: 137, 205c) Sevginin kendisinin olduğu gibi genel olarak sevginin ve özel olarak seviyor olmanın ifadesi de çok çeşitlidir. Bunun alışıldık bir ifadesi vardır: Seven sevdiğine neler yapmaz ki! Eryksimakhos bir kimseye sağlık konusunda nasıl olması ve ne yapması gerektiğini söylediğinde bu gayet olumlu karşılıyor ve buna yetkili olduğu kabul ediliyor. Ancak konu aşk olunca, Eryksimakhos böyle bir konuşmanın ikna edici, öğretici değil yalnızca 'avutucu' olabileceğini, üzerinde hiç durmaksızın söyleyip geçiyor: "Birbirimizi avutalım bugün. Eğer isterseniz öneriyim size ne tür konuşmalarla avunacağımızı." (Platon, 2007: 39, 176e) Eryksimakhos'un aksine Sokrates 'aşk' konusunda nihai olarak avutucu bir tutum içinde kalmak istemez. Sokrates aşk konusunun deneyim dünyasıyla, pratik yaşamla doğrudan ilgisini gösteriyor. Sokrates'ten sonra yaşayan kimseler olarak, aşk konusunda kendimize ve birbirimize her şeye rağmen şunu diyebiliriz: En azından Sokrates gibi yapabilirsin!

Tamam aşkı seviyoruz, başkalarının bizi sevmesini de seviyoruz, ancak unutmayalım, bunların hepsi kendi durumumuzla ilgili. Sokrates'in düşüncelerinin amacı cesaret kırmak değil, tam aksine aşka cesaretlendirmektir. Tam da bu nedenle, aşkı görmezden gelmek, küçümsemek, zorlamak ya da kendi



haline bırakmak bir kimseyi daha iyi yapmayacaktır. Sokrates'in sözü bu konuda düşünenleri cesaretlendirebilir: "Hakkında bir şey bildiğimi her zaman söylediğim tek şey aşktır." (Plato, 1997: 8, 177e) Aşk, hakkında "bildiğim tek şeydir" diyen bir Sokrates'e realist denilebilir mi? Bunu tekrar düşünmemiz gerektiği kanısındayım. Görüyoruz ki aşk didaktik değildir. Bu konuda realist olamayız, çünkü duygu bir örnek, ideal ya da referans kabul etmiyor. Aristodemos'a yaptığı gibi (174a) Sokrates, Aşk'a, başka bir deyişle, haberdar edilmeye gerek olmayan bir davete gitmemiz için bizi cesaretlendiriyor. Bunun tersi doğru olsaydı, peşinden gidilecek bir örneği olsaydı aşkın, son şiir yazılmış, son sanat yapıtı yaratılmış olurdu. Bu nedenle aşkın takip edilecek bir modası olamaz. Aşk konusundaki güvenlikçi, konformist, narsisistik ve realist tutuma karşı şunu deme cesareti göstermeliyiz: Bizim aşkımız hepsinden daha iyi olabilir.

KAYNAKÇA:

- Badiou, Alain & Truong, Nicolas (2012) *In Praise of Love*. Tr. by Peter Bush. Glasgow: Bell & Bain Ltd.
Beckett, Samuel (1961) *Happy Days*. New York: Grove Press Inc.
Heidegger, Martin (1990) *Nedir Bu Felsefe?* Çev. Dürrin Tunç. İstanbul: Logos Yay.
Plato (1997) *Symposium and the death of Socrates*. Tr. by Tom Griffith, intr. by Jane O'Grady. Hertfordshire: Wordsworth Editions Limited.
Platon (2007) *Symposion*. Çev. Eyüp Çoraklı. İstanbul: Kabalcı Yay.
Plato (2011) *Three Dialogues: Protagoras, Philebus, and Gorgias*. Tr. by Benjamin Jowett. New York: Cosimo.



Ricoeur'ün Zaman Felsefesi Bağlamında Yaşama Sanatı Olarak Anlatı ve Bir Örnek: Mrs. Dalloway

*Narrative as the Art of Life in the Context of Ricoeur's
Philosophy of Time and a Sample: Mrs. Dalloway*

Zeynep İrem ÖZATAY

ANKARA ÜNİVERSİTESİ, DİL VE TARİH COĞRAFYA FAKÜLTESİ, FELSEFE BÖLÜMÜ SİHHiYE/ANKARA
iremozatay@gmail.com

Öz

Paul Ricoeur'ün zamanın anlatsal işlevi ile insan deneyimi arasındaki ilişkiye dayanan zaman yorumu, onun felsefesinde özel bir vurgu ile "anlatsal zaman" olarak kavramsallaştırılmıştır. Augustinus'un ve Aristoteles'in zaman yorumlarına geri dönen ve Augustinusçu ruhun zamanı ile Aristotelesçi Saat zamanını birlikte ele alan Ricoeur, bu birliktelikte açığa çıkan, ahenksizliğin-uyumu (concordance discordante) olarak adlandırmaktadır. Zira geçmişin, geleceğin ve şimdinin sürekli olarak birbirlerinin alanına nüfuz ettiği ruhun zamanı, Augustinus felsefesinde düzensiz bir işleyişle bir uyumsuzluk/ahensizlik olarak karşımıza çıkmaktadır. Saat zamanı ise bu uyumsuz deneyimin karşısında uyumun, ahengin zamanı olarak vardır. Zamanın bu ikili yönünün birlikte görülebilmesine olanak veren, onlara aracı olan zaman ise Ricoeur felsefesinde üçüncü bir zamana, yani "anlatsal zaman"a işaret etmektedir. Ona göre ancak bu zamansal dolayım aracılığıyla deneyim; anlaşılabilmekte, açıklanabilmekte ve anlatsallaşabilmektedir. Ahenksizliğin uyumlu birliğin kavranması yoluyla yaşam deneyimi, anlatsal zaman ile kendini anlamlı bir bütünlükte var edebilmektedir. Ricoeur'ün Zaman ve Anlatı adlı yapıtında ortaya koymuş olduğu anlatı kuramına ışık tutabilmek adına bu çalışma iki amaca dayanmaktadır. İlk olarak, Ricoeur'ün anlamıyla, anlatıya konu olan deneyimin özel yapısını açığa çıkarmak ve bu yolla Ricoeur'ün temsil düşüncesine dayandığı anlatı'nın, bir 'yaşama sanatı' olarak yorumlanabileceğini göstermektir. İkinci olarak ise, bu düşünceyi Ricoeur'ün kendi zaman kuramı bağlamında tartışmaya açtığı Virginia Woolf'un Mrs. Dalloway romanı ile ilişkilendirerek çözümlenmektedir.

Anahtar Sözcükler: Paul Ricoeur, anlatı kuramı, anlatsal zaman, Mrs. Dalloway.

Abstract

Paul Ricoeur's notion of time, which is based on the relation between narrative function of time and human experiences, is conceptualized as narrative time with a specific emphasis in his philosophy. Ricoeur, who comes back to Augustine and Aristotle's notion of time and handles Augustine's flux of time and Aristotle's chronological time together, calls what follows from in this togetherness as concordance discordante. For the soul time where past, future and present penetrate each other appears as discordance in Augustine's philosophy with an aperiodic process. As for chronological time, it is as time of concordance and harmony against this discordance of time. Time which allows us to be able to see the twofold of time together and mediate them refers to the third time in Ricoeur's philosophy, that is, "narrative time". Human experience can be understood, explained and narrated only via this time mediation for him. By comprehension of the concordant unity of discordance, human experience can bring itself into being in narrative time in a meaningful integrity. With the aim of shedding light on the theory of narrative put forward by Ricoeur in Time and Narrative, this article aims to disclose two points: first is to reveal the specific form of experience as a subject to the narrative and by this way assert that the narrative which Ricoeur bases on mimesis can be interpreted as 'the art of life'. While doing this, I also opt for analysing the theory of narrative with Virginia Woolf's novel entitled Mrs. Dalloway, which Ricoeur relates to his own time notion in Time and Narrative.

Key Words: Paul Ricoeur, narrative theory, narrative time, Mrs. Dalloway.

Giriş

Ricoeur'ün *Zaman ve Anlatı* adlı yapıtında ortaya koymuş olduğu anlatı kuramının temelinde, zamanın anlatsal niteliği ve insan deneyimi arasındaki kökensel ilişki yer almaktadır. Zira Ricoeur felsefesinde anlatı, bir olayın/bir deneyimin basitçe söze ya da yazıya dökülmesi anlamına gelmemektedir. Yani bir anlatı ortaya koymak demek, eylemleri oluş düzenine göre yan yana getirmek demek değildir. Aksine, bu yan yana gelişlerin nedenlerini görebilmek; çıplak algıya konu olmayan dinamikleri tanımak; bir eylemi, onun ereksel yapısını, sonuçlarını çözümlenerek anlamak, açıklamak ve aktarmak demektir. Bu

Makale Bilgisi

Gönderildiği Tarih: 02.02.2017

Kabul Edildiği Tarih: 15.06.2017

Yayınlandığı Tarih: 30.06.2017

Article Info

Date submitted: 2nd February 2017

Date accepted: 15th June 2017

Date published: 30th June 2017



noktada Ricoeur'un anlatı kuramı, bu çalışmada gösterilmesi amaçlandığı üzere adeta bir yaşama sanatı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunun bir sanat olması ise, bu dinamiğin tanınır ve paylaşılabılır oluşuyla ilgilidir. Zira İngilizcedeki sanat (art) kelimesinin kökeni olarak görebileceğimiz Latince'deki 'ars', Antik Yunancada 'bilmek' ile ilgili olan *techne* sözcüğünden gelmektedir. Bu anlamıyla sanat, bugün bizim belirli nesnelere grubunu nitelendirmek üzere kullandığımız adlandırmadan çok farklı bir anlama sahiptir. Aristoteles'in *Nikomakos'a Etik*'in 6. kitabında ortaya koymuş olduğu gibi, *episteme* olarak bilmeden farklı olarak *techne*, doğrudan gösterilebilir olmayı kendisine nesne edinen bilgelikle ilgilidir (Aristoteles, 2007: 120).

Ricoeur'un *Zaman ve Anlatı* adlı üç ciltlik yapıtının *Anlatı ve Zamansallık Döngüsü* başlığını taşıyan birinci cildi, zamanın arı görüngübilimsel sorgulamasına ayrılmıştır¹. Bu öncelik, Ricoeur'un zamana ilişkin düşüncelerinin, onun anlatı kuramının temelinde bulunmasından ileri gelir. Yapıtın ikinci cildi ise *Tarih ve Anlatı* başlığını taşır. Gerçekten yaşanmış, olmuş olanın nasıl ve ne şekilde anlatıya döküldüğünün tartışıldığı bu bölümü *Kurgusal Anlatıda Zamanın Düzenlenişi* başlığı takip eder. Kurgusal anlatı ve tarih yazımı, Ricoeur'un kuramında anlatsal söylemin (narrative discourse) iki boyutunu oluşturur. Ancak Ricoeur, tarih yazımına ve kurgusal anlatıya ilişkin düşüncelerinde, onların birbirlerinden ayrıldıkları noktadan öte, birbirleriyle birleştikleri noktaya kilitlenir. Buna göre bütünüyle kurguya, yani "olası olan"a dayalı edebi çalışmaların yansıttığı, tıpkı "olmuş olan"ı konu alan tarih yazımında olduğu gibi, "gerçeklik"ten başka bir şey değildir. Ricoeur bu düşüncesini şu sözlerle ifade etmektedir: "Edebi çalışmalar, gerçekliğin yalnızca zayıf imgelerini üretmekten öte gerçekliği; (...) sadeleştirme, özümseme ve yüksek noktaya erdirmeye dayalı anlamlarla geliştirerek ve son derece çarpıcı bir biçimde hikâyelendirmeye resmedilmiş olarak gösterir" (Ricoeur, 1984: 80). Zira ona göre hem tarihin hem de kurgusal bir metnin konusu aynı yere, insan deneyimine dayanmaktadır ve insan deneyimi söz konusu olduğunda anlatı, nedensel yapının çözümlemesinden başka bir şey değildir.

Ricoeur'un anlatı kuramının temeliyse onun zamana yönelik çözümlemesine dayanır. Ricoeur, yapıtında öncelikle zamana ve anlatıya ilişkin kendisinden önce ortaya konulmuş olan yaklaşımları ele alarak tartışır. Düşüncelerine zemin hazırlayan bu yaklaşımlar, Ricoeur'e göre anlatı ve zaman arasındaki kökensel ilişkiyi göz ardı etmişlerdir. Ancak ona göre zaman ve anlatı organik bir bütünlüğe sahiptir.

Zaman ve Anlatı'da Ricoeur, zamana, tarih yazımına ve kurgusal anlatıya dair mevcut yaklaşımların, kendilerini birtakım temel karşıtlıklar üzerine inşa etmiş olduklarını gösterir: Saat zamanı ve insan zamanı, epistemolojik tarih anlayışı ve anlatsal tarih, tarihsel olan ve kurgusal olan. Ancak Ricoeur, söz konusu ayrımların bir karşıtlıktan öte diyalektik içerdiği görüşündedir. Onun *Zaman ve Anlatı*'da anlamaya ve açıklamaya çalıştığı şey, insan varoluşunda yaşam bulan, ancak zaman ve anlatı aracılığıyla açıklanabilen, işte bu diyalektik işleyiştir: Ricoeur'un ifadeleriyle, "ahensizliğin-uyumu"dur (*concordance discordante*).

Ricoeur'un bu çalışmada ele alınacak olan zaman kavrayışının kaynağında Augustinus ve Aristoteles'in düşünceleri yer almaktadır. Bunun nedeni, Augustinus ve Aristoteles'in metinlerinde zamanın kökenine ilişkin gerçekleştirilmiş ilk sorgulamaların bulunması ve bunun yanı sıra bu iki düşünürün zamana ilişkin söz konusu karşıt yaklaşımlara (görüngübilimsel ve rasyonalist yaklaşımlara) kaynaklık etmiş olmasıdır. Ricoeur'e göre Husserl'in "iç zaman bilinci" ve Heidegger'in "ekstatik zaman" anlayışı, Augustinus'un zamana ilişkin görüngübilimsel yaklaşımının izlerini taşımaktadır. Bütünüyle iç-zamana yani "insan zamanı"na dayanmakta olan bu yaklaşım, 'şimdi', 'geçmiş' ve 'geleceğin' ruhtaki çözümlenemez sınırlarına işaret etmekte, yani zamanınaporetik* boyutuna kilitlenmektedir. Ancak söz konusu bu

¹ Ricoeur'den önce zamana ilişkin ortaya konulmuş görüngübilimsel yaklaşımlar mevcuttur. Ne var ki Ricoeur, daha önce bu sorgulamanın arı bir formda gerçekleştirilmemiş olduğunu söylemektedir (Ricoeur, 1984: 6). Dolayısıyla onun arı görüngübilimsel yorumu, yeni bir yaklaşım olma iddiasını taşımaktadır.

* Türkçe'de tek bir kavramla karşılanması güç olan *aporia* (*ἀπορία*) kavramı, Antik Yunanca'da 'üstesinden gelinmesi güç olan', 'engel yaratan bir karşıtlık' anlamlarına gelmektedir. Ancak bu karşıtlık, bir *aporia* (*ἀπορία*) yani çözümlenemez bir açmaz, çıkmaz demek değildir.



yaklaşım, her ne kadar zamana dair oldukça derin bir sorgulamayı içerse de Ricoeur'e göre insan deneyiminin zamansal niteliğini açığa çıkaramamaktadır². Zira deneyim, onların yani saat zamanının kör bir akışına bağlı değilse de ve bu noktada deneyimi anlatacak olan kavramlar, hiçbir koşulda nesnel bir ölçüte bağlanamazsa da zaman, ancak bir anlatıda kendi bütünlüğünde açığa çıkabilmekte, ortak bir kavrayışa aracılık edebilmektir. Ricoeur'ün anlatı kuramıyla açıklamak istediği ise, "solus ipse" (yalnız kendi) olarak insanın iç-yaşantısının/zamansallığının bir çözümlemesini yapmak değil, onun yaşamla kurduğu ilişkinin en kökensel boyutlarını sorgulamaktır. Çünkü Ricoeur, zaman üzerine düşünmenin, öncelikli olarak şu soruya cevap aramak olduğunu söylemektedir: "Dasein'i bir bütün yapan şey nedir?" (Ricoeur, 1984: 61).

Ricoeur'ün Augustinus'tan sonra zaman deneyiminin anlatsal yapısını ortaya koyabilmek adına başvurmuş olduğu yaklaşımsa Aristoteles'e aittir. Aristoteles'in *Fizik* adlı yapıtında ortaya koymuş olduğu zaman anlayışı, Augustinus'tan farklı olarak, zamanın ölçümünü merkeze almaktadır. Bu, ruhtaki ahenksiz akışın uyum ve birliğini bir bütün halinde anlayabilmenin, anlatabilmenin, yani o deneyimi 'anlaşılabilir' kılabilmenin de tek yolu olarak görülmektedir.

Ricoeur'e göre, Augustinus'un çözümlemesi, bütünüyle "insan zamanı"nı, Aristoteles'in yaklaşımı ise "dünya zamanı"nı anlatmaktadır. Bu iki zamanın birliği ise ancak poetik bir anlatımın eşlik ettiği bir senaryolaştırma'da (muthos) yani 'yazın'da yatmaktadır. Çünkü Ricoeur'e göre yazın, öncelikli olarak anlamamanın bir aracıdır. Burada bahsedilen anlama ise, basitçe 'bilgisini edinme'ye indirgenemez bir doğaya sahiptir. Zira Ricoeur'ün sözünü etmiş olduğu anlatının (anlatmanın ve yazının) eşlik ettiği anlama, hermetik bir anlamadır; ayrı duranların birliğini kavramak, yaşamın dinamiğini anlamaktır. Bu noktada Ricoeur'e göre "daha çok *açıklamak*, daha iyi *anlamak*" [italik bana ait] demektir (Ricoeur, 1984: x). Ricoeur'ün açıklamak ve anlamak arasında gördüğü bu ilişki, onun anlatıya yönelik düşüncelerini ele almak noktasında bu çalışma için oldukça önemli bir yere sahiptir. Zira bu çalışmada takip edilmesi amaçlanan şu soruyu doğurmaktadır: Fizik deneyimlere karşı(t) bir biçimde zorunluluklardan öte olasılıklara dayanan insan deneyimini kendi bütünlüğü içerisinde *anlamak*, *anlatmak* ve *açıklamak* nasıl mümkündür? Zira fizik deneyimlerin açıklanması, yinelenebilir, sınanabilir kesinliklere dayanmaktadır. Ancak sıra insan deneyimine geldiğinde yargı, yine onu içkin olduğu bütün mümkün durumlarından yalıtılarak sadece birine hapsedmek anlamına mı gelmektedir? Fizik biliminin ve insan bilimlerinin yargılarına dair bu derin ayırım, önemli bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışmayla gösterilmek istenirse, Ricoeur'ün bu noktadaki yaklaşımının, insan deneyiminin 'açıklanabilir' bir doğaya sahip olmakla birlikte, bu açıklamanın anlama ile birlikte yürütülerek gerçekleştirilmesi gerektiği yönündedir. Ricoeur'ün bu derinliğe işaret ettiği nokta, deneyimin zamansal boyutuna ilişkin çözümlemesinde yer almaktadır.

Augustinusçu İnsan Zamanı Ve Aristotelesçi Dünya Zamanı

Ricoeur'ün anlatı kuramının temelinde zamanın diyalektik kavranışı bulunmaktadır. Zamanın diyalektiği ise, onun "insan zamanı" ve "dünya zamanı" olarak kavramsallaştırmış olduğu, birbirine indirgenemez iki zamansallığın bütünlüğüne açılmaktadır.

Ricoeur'ün, "insan zamanı" olarak kavramsallaştırmış olduğu zaman anlayışı, çağdaş felsefede Husserl ve Heidegger'in düşüncelerine uzanmakta, kaynağını ise Augustinus'un *İtirafı*'nın *On birinci Kitapı*nda ortaya koymuş olduğu zaman çözümlemelerinde bulmaktadır. Augustinus burada, kozmik zaman ile insan zamanı yani ruhun zamanı ve zaman'ın yaratıcısı olan Tanrı'nın zamanı yani sonsuzluk arasındaki ayrımları ele almakta ve zamanın aporetik bir doğaya sahip olduğunu göstermektedir³. Ricoeur ise *Zaman ve Anlatı*'da insan deneyiminin zamansal niteliğini kavrayabilmek adına Augustinus'un

² Ricoeur, söz konusu sorgulamasında kendi amacının, "insan deneyiminin zamansal karakteri"ni ortaya koymak olduğunu söylemektedir (Ricoeur, 1984: 3).

³ Ricoeur, Augustinus'un ortaya koymuş olduğu zamana ilişkin aporiaları dört başlık altında inceler. Ricoeur'ün söz konusu incelemesi bu kısa çalışmada çözümlenemeyecek denli kökensel tartışmalara dayanmaktadır. Ancak burada Augustinus'un 'ruhun yayılımı' olarak ortaya koymuş olduğu düşüncesini açıklayabilmek adına Ricoeur'ün tartışmaya açtığı bu aporialardan kısaca bahsedilecektir.



uzlaşmazlıklar olarak ortaya koymuş olduğu "dünya zamanı" ve "ruhun zamanı" karşıtlığına kilitlenmektedir.

Augustinus'un sorgulaması ilkin geçmiş, şimdi ve gelecek olarak dile getirilmekte olan zamansal aralıkların ontolojik mevcudiyetlerine kilitlenmiştir; onların var olup olmadığı, eğer varsa nerede var olduğu sorgulanmaktadır⁴. Zira her ne kadar varlıklarından kuşku duymayacağımız bir kesinlikte geçmişten, gelecekte ve şimdiden söz etmekte isek de Antik Yunan düşünürlerinden kalan şu soruya yanıt vermek, söz konusu alışkanlığın gerçekliğini sorgulanır kılmaktadır: "Eğer geçmiş artık yoksa, eğer gelecek henüz var değilse ve eğer şimdi her zaman mevcut değilse, bu durumda zaman nasıl var olabilir?" (Ricoeur, 1984: 7). Augustinus'un zamana ilişkin bu kökensel soruya karşı getirmiş olduğu -çözümü içermekle birlikte başka bir çözümsüzlüğe açılan- diğer bir aporia ise⁵, bir yandan duyumsanan ancak diğer bir yandan da dilin eşlik ettiği ve desteklediği bir soruna açılır. Buna göre, geçmiş, gelecek ve şimdi vardır, zira onlar hep deneyimin de eşlik etmekte olduğu belirli bir uzunlukta var olmaktadır. Onların bir uzunluğa sahip olmalarından dolayıdır ki uzun ya da kısa zamanlardan söz edilebilmektedir. Bu kez karşımıza çıkan soru ise, ölçülebilir bu zamanın nerede yer almakta olduğudur. Zira bir şeyi ölçmek, hep bir alanı gereksinmektedir. Peki, zamanın alanı/mekânı neresidir? Augustinus, zamanı göksel hareketlerle olan ilişkisi bağlamında ele alan kozmik kavrayışa şiddetle karşı çıkmaktadır. Çünkü Augustinus'a göre zaman, ne mekâna bağlıdır ne de devinime⁶; mekân ya da devinim, zamana göre ikincil yaratılardır. Her ne kadar devinimin ya da mekânın öncesinden söz etmek mümkünse de zamanın öncesinden söz etmek mümkün değildir. Augustinus'un zamanın nerede bulunduğu sorusuna vermiş olduğu yanıt ise, geçmişin, şimdinin ve geleceğin 'ruhta' yer almakta olduğudur (Augustinus, 2010: 771). Dolayısıyla ruhtan (yani insandan) bağımsız olarak ne geçmiş zamandan ne gelecek zamandan ne de şimdiden söz etmek olanaklıdır. Augustinus'a göre bu üç zaman, ruhun şimdisinde açıklanan zamanın üç görünümüne işaret etmektedir: 'geçmiştekilere ilişkin şimdiki zaman', 'şimdikiilere ilişkin şimdiki zaman' ve 'gelecektekilere ilişkin şimdiki zaman' (Augustinus, 2010: 749). Augustinus'un bu düşüncesinden yola çıkarak Ricoeur, ruhta yer almakta olan bu üçlü şimdi'yi şöyle yorumlamaktadır: "Geçmiş şeylerin şimdisi bellektir, mevcut şeylerin şimdisi doğrudan görüştür (...) gelecek şeylerin şimdisi ise beklenti" (Ricoeur, 1984: 11).

Augustinus'un üçlü şimdi olarak ortaya koymuş olduğu zamana ilişkin bu yaklaşımı, Ricoeur'ün 'anlatsal zaman' kavrayışında, zamanın iç-deneyimle olan bağına köktenci bir biçimde ele almış olması bakımından derin bir etkiye sahiptir. Ancak Ricoeur'e göre yine de Augustinus'un zamana ilişkin kavrayışı, zamanı yeteri ve hakiki ölçüde ele almamaktadır. Zira ona göre Augustinus, insan zamanının dünya zamanı ile olan kökensel bağına gösterememektedir. Ricoeur'ün anlatının zamanına; yani anlatanın, metnin ve dinleyicinin "ortak zaman"ına yayılan "anlatsal zaman"ı açıklayabilmek adına başvurduğu ikinci yaklaşım ise Aristoteles'e aittir.

Aristoteles'in *Fizik*'te ortaya koymuş olduğu ve sonraları on sekizinci yüzyılda Kant tarafından geliştirilen zaman yorumu, "dünya zamanı"na kilitlenmiştir. Doğadaki düzenliliği dilsel düzende anlatmaya olanak veren, olaylar arasındaki uygunluğu gösteren bu yaklaşım, saat zamanını esas almaktadır. Aristoteles'in *Fizik*'te zaman kavramına yönelmesi, daha çok devinimi anlamaya yöneliktir. Ricoeur'ün düşüncesinde Aristoteles'e merkezi bir yer vermesi ise, saat zamanı, *Poietika*'da deneyimin anlatı aracılığı ile düzenli bir birlik halinde yazıya/söze dökülmesinin olanağı olarak ele almasından ileri gelmektedir.

⁴ Augustinus'un söz konusu sorgulaması, Antik Yunan'ın 'var olan, her zaman *bir yerde* var olur' düşüncesine dayanmaktadır. Eğer zamanın varlığından söz ediyorsak, o halde zaman 'nerede' var olmaktadır?

⁵ Ricoeur'ün de Augustinus'un zaman anlayışını çözümlerken işaret etmiş olduğu gibi Augustinus, zamana dair ortaya koymuş olduğu aporiaları, başka aporialarla karşılamaktadır. Zira Augustinus'un temel amacı bu aporiaları çözümlenmek, onlara bir yanıt vermek olmadığı gibi, zamanın çözümlenebilir bir doğaya sahip olduğunu da düşünmemektedir. Ricoeur'ün 'insan zamanı'na kilitlenmiş olan fenomenolojik yaklaşımın olumsuz bir yapıya sahip olduğunu söylemesinin nedeni de buna dayanmaktadır. Bu konuya çalışmanın ilerleyen kısımlarında açıklık getirilecektir.

⁶ Augustinus bunu Yesu'nun güneşi durdurması ile örnekendirir: Güneş dursa dahi zaman, akmaya devam edecektir (Augustinus, 2010: 759)



Ricoeur, Aristoteles'in *On Memory and Reminiscence*'ta (Hafıza ve Anımsayış) ortaya koymuş olduğu düşüncelerinden yola çıkarak her ne kadar zaman içinde (en khronoi) var olmakta iseler de zamana dair algılayışın (aisthēsis), her şeyden evvel 'önce' ve 'sonra' ayrımını içerdiğine işaret etmektedir (Ricoeur, 2012: 35). Yani başka bir ifade ile bizim zamana yönelik algılayışımız hep bir ardışıklık düşüncesi çerçevesinde gerçekleşmektedir. Elbette zaman, öncelik ve sonralığa indirgenemez mahiyettedir ancak insansal algılayışı ve dolayısıyla zamanın ifadesini olanaklı kılan, ancak 'önce'lik ve 'sonra'lık ile nitelendirilebilmektedir. Ricoeur bu noktada Aristoteles'in zaman çözümlemesini, onun hafıza çözümlemesi ile örtüştürmeye girişir. Bunun için Aristoteles'in şu sorusunu yineleyerek işe başlar: Bir şey ortada olmadığı halde duygu mevcut olduğunda, namevcut bir şeyi nasıl anımsayabiliyoruz? Aristoteles'in bu soruya verdiği yanıt, bunun bir tür resim (zographema) olan hafıza aracılığı ile gerçekleştiğidir. Bu resim, 'ruhta onu yönlendiren bölümde' bir 'duygulanım' olarak açığa çıkmaktadır (Ricoeur, 2012: 35; Aristotle, 1995a: 717). Bu noktada anımsayış ise iki türlü kendini göstermektedir: *mnēmē* (akla geliş/basit anı) olarak ve *anamnēsis* (hatırlama) olarak⁷. Basit anı olan *mnēmē*, bir duygulanım gibi gelivermekte, hatırlama (recollection) olan *anamnēsis* ise etkin bir arayışa karşılık düşmektedir (Ricoeur, 2012: 37; Aristotle, 1984: 720).

Ricoeur'ün Augustinus ve Aristoteles'in düşüncelerine dayalı çözümlemesi bize şunu göstermektedir: Zamanın sadece 'insan zamanı' olarak ele alınışı, her ne kadar deneyimin iç dinamiğini anlatmakta ise de negatif bir anlam taşımaktadır. Zira söz konusu yaklaşım insanı tıpkı bir *yalnız kendi* (solus ipse) gibi görmektedir. Yani daha açık bir ifade ile, onun dünya ile ve başkaları ile kurduğu kökensel ilişkiyi ifade edememektedir. Birlikte deneyimin 'anlatımı'na kapılarını kapatmaktadır. Ancak Ricoeur'e göre birlikteliğin ruhu, kozmik zamanın eşlik ettiği bir zamanda, 'ortak zaman'da, başka bir ifade ile "anlatısal zaman"da varlık bulmaktadır.

"Anlatısal Zaman" ve Üçlü Mimesis

Ricoeur'ün düşüncesinde arı görüngübilimsel zaman, Aristoteles'in ve Augustinus'un zamana ilişkin düşüncelerinin bir birlikteliği, başka bir ifade ile diyalektiği olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu diyalektiğin çözümlendiği yer ise Ricoeur'e göre anlatının kendisidir. Anlatı, bu iki zamanın birlikteliğinden üçüncü bir zamanın varlığına açılmaktadır. Ricoeur, *Zaman ve Anlatı*'da açığa çıkan bu üçüncü zamanın, anlatısal zamanın, bütünüyle mimetik etkinliğe bağlı olduğunu söylemektedir (Ricoeur, 1988: 245). Ona göre ancak anlatısal zaman aracılığıyla ruhtaki uyumsuzluk, gerçek bir uyumla açığa çıkmaktadır. Bu yolla bellek de beklenti de, doğrudan görüş de berraklaşmakta ve zaman, anlatısal zamana dönüşmektedir. Ricoeur'ün anlatısal zaman düşüncesini kavrayabilmek ise öncelikle anlatı'nın zemini olan 'temsil' ve temsil düşüncesinde içerilmekte olan 'senaryolaştırma'nın çözümlenmesi ile olanaklıdır.

Ricoeur'ün temsile ve senaryolaştırmaya ilişkin düşünceleri, Aristoteles'in *Poietika* adlı yapıtında ortaya koymuş olduğu 'mimesis' (temsil) ve 'muthos' (senaryolaştırma) kavramlarına dayanmaktadır. Her ne kadar Ricoeur, söz konusu bu iki kavramı Aristoteles'ten devralmışsa da kendi felsefesi bağlamında özgün bir yorumlaştırmaya tabi tutmuştur. Öyle ki Ricoeur felsefesinde mimesis, üçlü bir şekilde (mimesis 1 [ön-düzenleme], mimesis 2 [düzenleme], mimesis 3[yeniden-düzenleme] olarak) ele alınmaktadır.

Aristoteles'in mimesis kavramı, yazın sanatı söz konusu olduğunda 'temsil' anlamına gelmektedir⁸; yani basitçe benzer olanı ortaya koymayı amaçlamak, kopya etmek, taklit etmek demek değildir. Daha

⁷Bu çalışma içerisinde Aristoteles'in *mnēmē* ve *anamnēsis*'e yönelik düşüncelerine ayrıntılı olarak yer verilmeyecek olsa da Aristoteles'in anımsayış ve hatırlama arasında bir ayrım görmüş olduğunu vurgulamak önemlidir. Bu önem, bir sonraki başlıkta Aristoteles'in 'üçlü mimesis' kavrayışında anlamını bulacaktır.

⁸ Ricoeur *Zaman ve Anlatı*'da mimesis'ten söz ederken onu tek bir kavram yerine hemen her yerde "kopya ya da temsil" (l'imitation ou la représentation) ifadesi ile karşılamaktadır. Bu çalışmada ise mimesis kavramı, taklit değil, temsil olarak kavramsallaştırılacaktır. Bunun nedeni, Ricoeur'ün Aristoteles'in yazın sanatındaki mimesis'i tartışırken ortaya koymuş olduğu şu vurguya dayanmaktadır: Ona göre burada mimesis, var olanın bir yinelemesi olarak Platoncu taklit kavramından uzak bir biçimde "yaratıcı bir taklit" anlamına gelmektedir, 'temsil' ise, tam da kurgusala alan açan aralığı ifade etmektedir. (bkz. Ricoeur, 1984: 45). Bu nedenle yazındaki yaratı söz konusu olduğunda temsil, mimesis kavramını taklit kavramından daha doğru karşılar görmektedir.



ziyade, kurguya dayalı bir taklit olarak temsil etmek, "olayların düzenini oluşturmak" anlamına gelmektedir (Aristoteles, 2005: 25, 27). Aristoteles düzenlemeyi *Poietika*'da daha çok biçimsel olarak ele almaktadır. Ancak bizim için önemli olan, Ricoeur felsefesinde söz konusu 'düzenleme'nin nasıl olduğu, kurulduğu ve anlaşıldığıdır. Zira Ricoeur düşüncesinde söz konusu bu kavram, biçimsel bir 'düzenleme' anlamına gelmemektedir. Daha ziyade 'anlatının zamanı', 'anlatanın zamanı' ve anlamlı bir birlik olarak 'metnin zamanı'nı birbirine bağlayan bir rol üstlenmekte; Ricoeur'ün 'anlatısal zaman' düşüncesine bir zemin oluşturmaktadır. Dolayısıyla mimesis, biçimsel bir düzenlemeden öte; 'anlama', 'açıklama' ve 'anlatma' düzeylerine karşılık düşmektedir. Anlatısal zamanın mümkünatı ise, bu üçlü mimesis'in bir bütün olarak açığa çıkması ile olanaklıdır.

Anlatı'da her birinin bir diğerine kökensel olarak bağlı olduğu düzenlemelerden ilki olan ön-düzenleme (prefiguration), Ricoeur'e göre bir tanıma yetisidir. Yani eylemi ya da yaşanan bir deneyimi, 'genel olarak' yapı özellikleriyle saptayabilme yeteneğidir. Bir eylemin amaç ve nedenler bütünlüğünün görülebilmesidir. 'Ne', 'neden', 'kim', 'nasıl', 'kimle' ve 'kime karşı' sorularına verilebilecek olası yanıtların anlatısal bir kavrayışı'dır (Ricoeur, 1984: 55). Başka bir ifade ile ön-düzenleme, bir 'anlama' düzeyidir. Zamansal bir eylemin anlamı ise, onun kendi içindeki nedenselliğinin çözümü ile olanaklıdır. Ancak konu, fiziksel bir yasaya bağlanabilecek bir nedensellikten ziyade insan deneyiminin nedenselliği olduğunda, bu kolaylıkla anlaşılabilir, açıklanabilir olmayacaktır. Zira her ne kadar, örneğin bir eylemin faili ya da yönelmiş olduğu nesne ya da kimse kolaylıkla ve herkes tarafından algılanabilir gözükse de her eylem, kendi içinde birden çok dinamiği barındırmaktadır. Ya da aynı şekilde kişi kendi deneyiminin anlamından dahi uzağa düşebilmekte, nedenleri ve nihayi sonuçları kavrayamamaktadır. Örneğin politik bir durumun faili iken kendini o durumun nesnesi olarak değerlendirebilmekte ya da yanı başında yaşanan bir trajediyi basitçe 'hüzün yaratan bir olay' olarak değerlendirebilmektedir. Dowling, anlatının, eylemin ve deneyimin nedenselliği ile ilişkisini *Ricoeur on Time and Narrative*'de şöyle ifade etmektedir:

Ricoeur'ün bize göstermek istediği, nedenselliğin bu özel türünün temeli –bize, Aristoteles'in de söylediği gibi; bir hikâyede bir şey, bir diğeri 'yüzünden' meydana gelir'i söyleten olaylar arasındaki içsel ilişki- 'eylemin düzeninde içselliği anlamaktan ve (...) kaynağını gerçek eylemden alan anlatı öncesi yapılar'dan başka bir şey değildir (Dowling, 2011: 53).

Ancak 'ön-düzenleme', yaşanan her türlü şeyi belirli neden-sonuç bağlantıları eşliğinde biçimlendirerek -Heideggerci bir kavramsallaştırma ile çerçeveleyerek (enframing)- kavramaktan da ayırt edilmelidir. *Ön-biçimlendirme*, daha ziyade bir eylemin ardında yatan nedenler ve etkiler çokluğunun tanınmasına, olayların birbirleri ile bağintısı içinde her türlü olanağın koşulunun görülebilmesine karşılık düşmektedir.

materyal nedenselliğin kendi otoritesini nomolojik genellemelerden alması gibi, dürtü'nün ve eylemin bu alternatif nedenselliğinin de otoritesini -kökleri gerçek eylemin anlatı öncesi yapısına dayalı olan- anlatıdan aldığı söylenebilir. Bu, eylemin; başkalarını, onların dürtü'lerini, niyetlerini ve inançlarını dikkate alarak anlamayı içeren anlambilimsel alanıdır (Dowling, 2011: 54).

Ricoeur'ün 'düzenleme' (configuration) olarak ele almış olduğu mimesis 2 ise, mimes 1'in bir tamamlayıcısı olarak, senaryolaştırma anlamına gelmektedir. 'ön-düzenleme' olan anlatısal kavranışın söze dökülmesi, temsil edilmesi yani bu anlamıyla *açıklanması* demektir. Ricoeur'e göre *anlamak*, insan bilimlerinin özgünlüğü ve indirgenemezliğine olan ısrarı bildirirken, *açıklamak*, doğa bilimleri kadar insan bilimleri arasındaki epistemolojik devamlılığın da iddiasını taşımaktadır (Ricoeur, 2007: 125). Senaryolaştırmanın, Augustinus'un zaman paradoksunu yansıttığını ve hem kurgusal düzlemde hem de şiirsel düzlemde bu paradoksu çözdüğünü iddia eden Ricoeur, *Zaman ve Anlatı*'da şöyle söyler:

senaryolaştırma, biri kronolojik olan, diğeri olmayan iki zamansal boyutu çeşitli uygunluklarla bir araya getirir. Bunlardan ilki, anlatının olaylara dayanan boyutunu oluşturur. Hikâyeyi, olaylardan oluştuğu kadar nitelendirir. İkincisiyse, aslında sayesinde olay örgüsünün olayları bir hikaye haline getirdiği düzenleyici olandır. Bu düzenleyici edim, çok boyutlu eylemlerin ya da hikayenin tesadüfleri olarak adlandırdığım şeyleri "birlikte anlama"lardan oluşur. Bu, olayların çeşitliliğinden zamansal bir bütünlük elde eder (Ricoeur, 1984: 66).



Böylece senaryolaştırmanın kurduğu bu özgül olay-örgüsü modeli, Ricoeur'e göre zaman içindeki kalıcılığı, karşıtı olan değişkenliği ve çeşitliliği birbiriyle bütünleştirmeye olanak tanımaktadır (Ricoeur, 1990: 189). Ortak zamanın, 'anlatsal zaman' olarak açığa çıkması ise, 'yeniden-düzenlemenin' alanında yani mimesis 3'te söz konusu olmaktadır.

Ricoeur'ün 'yeniden-düzenleme' (refiguration) adını vermiş olduğu mimesis 3, metnin dünyası ile okurun dünyasının ya da seyircinin dünyasının kesişim noktasına karşılık gelmektedir (Ricoeur, 1984: 71). Yani başka bir ifade ile, anlamanın anlatıya doğru genişlediği alanı ifade etmektedir. Zira metnin anlamı, kendi ardında yatan bir şey değildir, bundan ziyade o, kendinden önce var olan bizi de içine alan ve bizim ilişkimizi kuran şeydir (Jervolino, 1996: 74). Bu noktada metin ve eylem arasındaki ilişki, kesinlikle çok merkezlidir; çünkü söylem olarak metin, Ricoeur'e göre eylem sayılmaktadır (kendisinin bu söylemi de bir çeşit eylemdir) ve insan sözü gibi çoklu ve çokbiçimli olan eylem, bir metin olarak ele alınabilmektedir (Jervolino, 1996: 74). Bu açıdan Ricoeur, yaşam ve anlatı arasında doğrudan bir paralellik gören Sokratik bir tavra sahiptir (Simms, 2003: 108). Ricoeur'ün mimesin üçlü yapısı düşüncesi ile ortaya koymuş olduğu gibi anlatma edimi, kökensel bir anlamayı ve açıklamayı gereksinmektedir. Ricoeur bu düşüncesini, *Zaman ve Anlatı*'nın ikinci cildinde *Zamanın Kurgusal Deneyimi* başlığı altında yirminci yüzyılın önemli edebi metinleri aracılığıyla tartışmaya açmaktadır. Bu metinler zaman üzerine derin tartışmalar içeren *Büyülü Dağ* (Thomas Mann), *Kayıp Zamanın İzinde* (Marcel Proust) ve bu çalışmada Ricoeur'ün zaman kuramı ile birlikte çözümlenmeye çalışılacak olan *Mrs. Dalloway* (Virginia Woolf).

Bir Örnek: Mrs. Dalloway

Yirminci yüzyılın kuşkusuz en önemli edebiyat yazarlarından biri olan Virginia Woolf edebi yazılarında zamana ilişkin sorgulamalara en çok yer vermiş, konuyu edebi olarak tartışmış yazarlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Önceleri "Saatler" ismini vermeyi düşündüğü ancak sonrasında hikâyenin başkarakterlerinden biri olan Mrs. Dalloway'in adını verdiği romanı ise, doğrudan zamanı ele alan çağdaş edebiyatın en önemli yapıtlardan sayılmaktadır. *Mrs. Dalloway*'in bu çalışma için önemi ise, hikâyenin anlatım tekniğinden (bilinç-akışı tekniğinden) yazarın metindeki konumuna; anlatılmakta olan hikâyeden anlatımın diline kadar her şeyiyle Ricoeur'ün "anlatsal zaman" (*le temps raconté*) adını vermiş olduğu zaman yorumu için eşsiz bir örnek olmasından ileri gelmektedir. Öyle ki *Mrs. Dalloway*, Ricoeur'ün zamana ilişkin düşüncelerinin adeta bir iz-düşümü gibidir. Ricoeur felsefesinde 'yaşam zamanı' olan 'anlatsal zaman', Woolf'un romanında adeta 'yaşama sanatının anlatsallaşması' olarak kendini göstermektedir.

Roman, başından sonuna kadar bir günün on iki saatinde geçmektedir. Sanki okumaya yarısından başladığımız ya da hikâyenin ancak bir kesitine tanıklık ettiğimiz düşüncesini uyandırırçasına roman, "Mrs. Dalloway, çiçekleri kendi alacaktı" cümlesi ile açılmaktadır. Elli yaşlarında, oldukça zarif ve iyi bir ev sahibi olan Clarissa Dalloway o akşam, evinde mensubu olduğu üst sınıftan insanların; dostlarının, devlet eşrafından önemli kimselerin katılacağı bir parti verecektir. Clarissa o gün, uzun yıllardır Hindistan'da yaşamakta, onun hem eski dostu hem de bir zamanlar evlenmeyi düşündüğü adam olan Peter Walsh'ın Paris'e geldiği haberini alır. Peter'in Paris'e olan ziyareti Clarissa'nın gün boyunca Paris sokaklarında karşılaştığı yer ve durumlarda geçmişe dönük hatırlayışlarına zemin oluşturur. Clarissa bir yandan akşam vereceği parti için telaşla hazırlıklarını sürdürürken bir yandan da anıların zenginliğinde gezinmektedir. Peter'la ve aynı dönemlerde Clarissa'nın arkadaşı ve belki de ömrü boyunca tek âşık olduğu kişi olan Sally'le öyküsü hikâyenin şimdisine sürekli eşlik etmektedir. Bu noktada geçmiş ve şu an'ın birlikteliğindeki şimdiki zaman adeta Augustinus'un insan zamanının ruhun bir yayılımı olduğu düşüncesinin temsili gibidir. Yani başka bir ifade ile şimdinin nasıl hep geçmiş, şu an'ı ve geleceği birlikte kuşatan bir şimdi'ye açıldığını göstermektedir. Bu birliktelik bir yandan zamana ilişkin bu önemli vurguyu taşıırken bir yandan da Clarissa'nın yaşamına ilişkin izleri gözler önüne sermekte, okuyucunun onu tanımasına olanak vermektedir. Clarissa ile birlikte Woolf'un bir tesadüf ile yazgılarındaki bağı açığa serdiği ve romanı adeta birbirleri ile kesişen iki hat olarak okumamızın yolunu açtığı diğer karakter ise Septimus Warren Smith'tir.



Septimus, Clarissa'nın tersine alt sınıfa mensuptur ve yaşı oldukça gençtir. Clarissa ve Septimus arasındaki fiziksel ve niteliksel karşıtlıklar oldukça fazladır. Örneğin Clarissa, eşrafı ile ilgili, çevresini bütünüyle sezgilerine dayalı olarak anlamaya çalışan, pek bilgili sayılamayacak yaşlı bir kadın iken,⁹ Septimus; Dante ve Aiskhylos okuyan, gençliğinin daha başında kendisi için Shakespeare demek olan, âşık olduğu kadın demek olan İngiltere'yi kurtarmak için Birinci Dünya Savaşı'na katılmış, Fransa'da çarpışmış bir delikanlıdır. Yakın arkadaşlarını savaşta yitirmiştir. Savaşın izleri giderek kendini göstermeye başladığında, gündüz düşleri görmeye; geride bıraktığı an(ı)larsa, mutsuz bir şimdi'ye dönüşmeye başlamıştır. Duygularını yitirdiğini düşünmeye başladığında ise âşık olmamasına karşın ona içinde yaşadığı sıkıntıları unutturan, ellerinin değdiği her şeyi adeta canlandıran Lucrezia ile evlenmeye karar vermiştir. Ancak bu evlilik ne Septimus'un dünyaya karşı içinde büyüttüğü tiksintinin ne gündüz düşlerinin/halüsinasyonlarının ne de giderek delirmesinin önüne geçebilmiştir. Septimus çoğu zaman kendi kendine yüksek sesle konuşmakta, savaşta yitirmiş olduğu silah arkadaşlarına seslenmekte, onu çağırır sesler işitmektedir. Doktorlar, Septimus'un sağlıklı ve de (ironik bir biçimde prensip olarak deli ifadesini kullanmamaktadırlar) durumunun basitçe 'ölçme yetisinin yokluğu' olduğunu söylemektedirler. Ancak bu kayıp, zamanla kendi başına iyileşebilir bir kayıp değildir. Septimus'un eşinden ayrılarak - kibar bir ifade ile- bakımevinde istirahat etmesi ya da daha açık bir ifade ile 'kapatılması' gerekmektedir. Woolf, katı bilimsel yargının verdiği bu hükmü şu sözlerle ifade etmektedir:

Ölçü, kutsal ölçme yetisi (...) İngiltere'yi de rahata kavuşturuyordu; ülkenin delilerini kapatıyor, doğumu yasaklıyor, umutsuzluğu cezalandırıyor, hastaların kendi kişisel görüşlerini sürdürmelerine olanak vermiyordu (Woolf, 2016: 101).

Septimus'un ısrarlı karşı çıkışlarına rağmen kapatılmaktan kurtulması ise olanaksızdır. Doktorları Holmes ve Bradshaw yüce(!) bir yargıda bulunmuşlar, derhal toplumun ve hastanın refahı için yargının uygulamaya konulmasını istemişlerdir. Holmes ve Bradshaw'ın ruhsal bir hastalık karşısında aldıkları bu katı tavır, deneyimin çok boyutluluğunu çözümlenerek anlamının eşlik ettiği açıklama yerine, algısal durumun basit bir kategorizasyonuna dayalı yanlış yaklaşımı göstermektedir. Hermeneutik bir anlamının eşlik ettiği açıklama yerine doğa bilimlerindekine benzer açıklamada bulunmaktadır. Katı bilimsel tavrın bu yanlış yargısı Septimus'u intihara kadar sürükleyecektir. Holmes'in ve Bradshaw'un bu hükmü, Ricoeur tarafından ruhun zamanın karşısında değişmez yargıların zamanı olarak, *anıtsal zaman* olarak kavramsallaştırılmaktadır. Anıtsal zaman, ruhun zamanın kuşatıcılığının, akıcılığının yanında/karşısında, saat zamanına dayalıdır ve değişmez, hep aynı kalanın zamanını ifade etmektedir. Ricoeur'e göre saat zamanı, anıtsal zamanın yalnızca işitilebilir bir ifadesidir (Ricoeur, 1985: 106). Canlı ve geçmişi, geleceği, şu an'ı sürekli bir birlik olarak, bir yayılım halinde kuşatan ruhun zamanının karşısında anıtsal zaman, adeta cansız ve 'sonsuz bir şimdi' gibi iş görmektedir. Romandaki iki doktorun yargısı bu cansız ve sonsuz şimdi'nin bir göstergesi gibidir:

Harley Sokağı'nın saatleri, parçalayarak, ayırarak, bölerek, ufalayarak haziran sabahını kemiriyor, boyun eğmeyi öğütüyor, yetke'yi yüceltıyor, bir ağızdan ölçme yetisi'nin tartışılmaz üstünlüğünü haykırıyorlardı (Woolf, 2016: 104).

Her ne kadar Ricoeur, *Zaman ve Anlatı*'daki çözümlemesinde, anıtsal zamanın karşılığı olarak değerlendirmemiş olsa da, romandaki anıtsal zaman, aynı zamanda Hristiyanlığın söyleminde de karşılığını bulur bir biçimde işlenmektedir. Tutucu bir bilimsel yargının nihayetinde ölüme sürüklediği Septimus'un yaşamı, bir benzerini Clarissa'nın kızına öğretmenlik yapmakta olan Miss Kilman'ın Hristiyanlık'la, onun yargıları ile kurduğu ilişkide kendini göstermektedir. Ancak Kilman, Septimus'un aksine anıtsal zamanda hüküm süren 'kutsal'ın yargılarına direnmemekte, ona boyun eğmektedir. Onun zehrine adeta bir iyileştirici gözü ile bakmakta, görüsünü nasıl teslim aldığını, içinde yaşadığı aşağılık hissini nasıl da kine ve öfkeye dönüştürdüğünü görememektedir. Kimsesizliğini, sevgisizliğini görmezden gelerek bakışlarını kendisine değil başkalarına çevirmekte, adeta ruhsal boşluğunun intikamını almak istemektedir. Yaşamı ile söyleminin ne denli çelişkili olduğunu görememektedir: "İnsan mutlu olunca kendi kendine yeter, demişti Elizabeth'e, oysa Miss Kilman lastiktiksiz bir

⁹ Clarissa, açık sözlülüğü ve ahmaklığı birbirine karıştıracak denli saf, yaşamın ona sunduğu cömertlikleri büyük bir kıymet bililikle kabul eden ancak yaşamı yorumlama konusunda alık bir kadın olarak resmedilmiştir.



tekerleğe benziyordu” (Woolf, 2016: 130). Woolf, kendi sözünün hakikati dışında her türlü olanağı yadsayan kutsal dinin yaklaşımı ile katı bilimsel yaklaşımın benzerliğini şu sözlerle ifade etmektedir:

Ölçü'nün biraz daha az gülec, daha ürkünç bir ablası vardır (...) şu anda bile tapınakları yıkmaya, putları parçalamaya, hepsinin yerine kendi asık suratını yerleştirmeye çabalayan bir Tanrıça. Bu Tanrıça'nın adı, Yola-Getirme'dir. Dine-Döndürme-dir ve zavallıların istemiyle beslenir; gözboyamaya, zor kullanmaya bayılır, kendi çizgilerinin halkın yüzünde yansımalarına bakmaya doyamaz. Bakarsınız Hyde Park'ta bir kürsüye çıkmış söylev veriyor; beyazlara bürünmüş, başı önünde, kardeşlik sevgisi kılığında geçiyor fabrikalardan ve millet meclislerinden, yardım eli uzatıyor ama aslında baskı peşinde; yoluna çıkan dik kafalıları, hoşnutsuzlukları kabaca iter bir yana; ışıklarını kendisinin gözlerinden alan uysal kişileri bol bol kutsar (Woolf, 2016: 101, 102)

Bu iki yaklaşımın aynı zamansal niteliğe sahip oluşunun nedeni ise, kuşkusuz kendisi dışındaki her türlü var oluş olanağına kapılarını kapatmalarından; yaşamın, içinde akmakta olduğu sonsuz olanakları tek bir varoluş koşuluna indirgeyerek anlatının zengin doğasının dışında yer almalarından kaynaklanmaktadır. Çünkü her şeyden önce anıtsal-zaman, 'geçerlilik'e ve 'kalıcılık'a dair derin bir vurgu taşımaktadır. Ricoeur bu vurgunun romanda otorite ve iktidar figürlerinin zamanı olarak karşımıza çıktığını söylemektedir (Ricoeur, 1985: 106). Bu niteliği ile anıtsal zaman, Clarissa ve Septimus'un ayrı ayrı yaşadıkları canlı zamanın karşı kutbunu oluşturmaktadır. Anıtsal zaman, otoriter yargıları ile her şeyi *aynı*laştırmakta ve dolayısıyla yaşamın o esrarengiz akışına gözlerini kapatmaktadır. İçinde barındırdığı çelişkiler gün gibi ortada iken, her ikisi de yaşamla kurulan ilişkiden ziyade kurallar ile; olanaklardan öte zorunluluklar ile ilgilenmektedir. Bu durum, Woolf tarafından Miss Kilman'ın yaşantısı ile yargıları arasındaki derin ironik bağda şöyle örneklendirilmektedir:

Miss Kilman, Ruslar için kendini ateşe atmaya, Avusturyalılar için uğruna açlıktan ölmeye hazırdı, gelgelelim başbaşa kalındığında nasıl azap verirdi insana, yeşil yağmurluğunun içinde nasıl duygusuzdu (Woolf, 2016: 17, 18)

Bu çalışma için önemli olan ve bu nedenle dikkatle üzerinde durulması gereken bir diğer nokta ise Woolf'un anlatıcılığıdır. Yani başka bir ifade ile anlatıcı olarak yazarın, okuyucusu ile nereden konuşmakta olduğudur. Zira roman boyunca anlatıcı, ne her şeyi üst bir göz olarak tüm nedensellikleri içerisinde okuyucuya ileten muktedir bir yorumcudur ne de hikâyede yer almakta olan ve belirli bir perspektiften konuşmakta olan bir anlatıcıdır. Bu nedenle, 'anlatıcı hikâyede 'nerede' konumlanmaktadır?' gibi bir soru, Mrs. Dalloway söz konusu olduğunda, yanıtız kalmaktadır. Zira anlatıcı bu romanda hem 'her yerde' hem de 'hiçbir yerde'dir. Bennett, bunu Woolf'un "sanatını gizleme sanatı" olarak adlandırmaktadır (Bennett, 1984: 114).

Çünkü Westminster'da oturunca -kaç yıl oldu? Yirmi küsur- insan trafiğinin ortasında bile, ya da geceyarısı uyanınca Clarissa kalıbını basardı, garip bir sessizlik, daha doğrusu gizemli bir şeyler duyar, açıklanamaz bir kesinti (ama belki de kalbi hasta olduğu için öyle geliyordu, denilenlere bakılırsa), Big Ben vurmada önce" (Woolf, 2016: 10).

Ancak Ricoeur'ün üçlü mimesis düşüncesi izleğinde ele alındığında, bu çok daha derin bir yoruma işaret etmektedir. Zira anlatıcının konumu ve yorumu, onun yaşama dair derin kavrayışının izlerini taşımaktadır. Perspektifin bu denli dağıldığı, merkezin bu denli yerle bir edildiği bir roman, bir teknikten (bilinç-akışı tekniğinden) çok daha fazlasına işaret etmektedir. Yazarın dili, onun romandaki sözü ve varlığı olmaktadır. Yazar bilinçlere ses olmakta, ancak görü olmamakta; okuyucuya sadece karakterlerin zihinlerinden geçeni aktarmakla birlikte, söz konusu anlatıya derin bir yorum kazandırmaktadır.

Romanda zamana yönelik temel vurguyu taşıyan göstergelerden biri ise Londra'nın ünlü saat kulesi olan Big Ben'in vuruşlarının roman boyunca pek çok kez anlatının arasına girerek tekrarlanmasıdır. Big Ben'in her bir vuruşu, zamanın bir yandan birleştirici bir yandansa ayırıcı unsuru olarak karşımıza çıkmaktadır. Saat zamanı, zamanın birleştirici unsurudur. O, romanda tüm karakterleri, zamanın aynı niteliğinde; bu ilerleyişe mahkum oluşlarında birleştirmektedir. Bu noktada Big Ben'in vuruşu ile saat zamanı, adeta ilerledikçe geri alınamaz bir biçimde eteğine biriktirdikleri ile hızla uzaklaşan, yitirilen bir zamanı temsil etmektedir. Geçmiş, romanın şimdisine sürekli eşlik etmesi ile her ne kadar dinamik bir



yapıya sahipse de yaşananlar, tüm ağırlıkları ile yaşantıyı biçimlendirmektedir. Ne savaşların ne karşılaşmaların ne de yargıların bir geri dönüşü vardır. Zamanın dinamik yüzü üzerine kazınmış hiçbir izi bütünüyle silmeye, yok etmeye muktedir değildir : "İşte! Yine vuruyor! Önce ahenkli bir uyarı, sonra zamanın geri alınamazlığı. Kurşundan halkalar havada eridi"¹⁰. Buradan yola çıkan Ricoeur, *Zaman ve Anlatı*'da romanda saatin yalnızca acımasız zamanın geçerken çıkardığı gürültüyü ifade etmediğini vurgulamaktadır (Ricoeur, 1985:108).

Romanda saat zamanı ve ruhun zamanının adeta iç içe karıştığı yer ise Clarissa Dalloway'in vermiş olduğu partide bir tesadüf eseri Septimus'un ölüm haberini alması ile gerçekleşmektedir. Roman boyunca iki ayrı hikâyeye olarak okumakta olduğumuz Clarrisa ve Septimus'un öyküsü adeta birleşmektedir. Clarissa o an içinde bulunduğu cansız zamanı ruhun zamanına taşımakta ve bu sıradışı zaman, romanda adeta bir anagnorisis (farkına varma) olarak açığa çıkmaktadır (Dowling, 2011: 89, 90).

Ölüm bir direnme idi. Ölüm, iletişim kurma çabasıydı (...) yakınlık uzaklaşıyordu, tat yok oluyordu. (...) Perdeyi kapattı. Saat çalmaya başlamıştı. Genç adam kendini öldürmüştü ama Clarissa acıyı ona; saat biri, ikiyi, üçü vururken, bu patırtı sürüp giderken neden acısını? (...) Nedense o gençle özdeşleştiriyordu kendini, kendini öldüren gençle. Onlar yaşamlarını sürdürürken, onun hayatını fırlatıp atmasına seviniyordu. Saat çalıyordu işte. Kurşun halkalar havada eridi (Woolf, 2016: 184, 185)

Woolf'un incelikle kaleme aldığı roman, zamanın ölüm ile olan ilişkisini konu almakta, ölümün yalnızca nihai bir 'son' olmadığına işaret etmektedir. Yani başka bir ifade ile ölüm, sadece bu dünyadan yitip gitmek demek değildir. Bir an'ın gerisinde kalmak, hiçbir an'a tutunamamaktır. Zira zaman akıp gitmekte, yani "saat biri, ikiyi, üçü" vurmakta iken zaman, yitimsizliğe yani ölümlülüğe işaret etmektedir. Anıtsal zamanın sonsuz şimdinin aksine ölümlü zaman (mortal time), dönüşümün/değişimin yazgısallığı ile hep başka var olma olanaklarına vurgu yapmaktadır. Ricoeur, anıtsal zaman ile ruhun ölümlü zamanı arasındaki bu ayrımı, aşılması olanaksız bir yarıklık (faille) olarak nitelendirir (Ricoeur, 1985: 110). Bu oyuğun 'tanınması' ise ancak 'ortak zaman'ın kökensel anlamının kavranılması ile olanaklıdır. İnsanları ölümlü varoluşun anlam zemininde buluşturan ortak zaman, anlatı aracılığı ile 'anlatıma gelen', okurun ya da dinleyicinin eşliğine açılan bir anlam zeminine seslenmektedir. Zira ancak böylesi bir anlatı, insan varoluşunun yitimsizlikle anlam kazanan zamanını, yani birlikte varoluşun zamanını ifade edebilmektedir. Woolf bu düşünceyi şu sözlerle ifade etmektedir: "Kutsal gizem apaçık ortadaydı işte: burada bir oda vardı, karşıda başka bir oda" (Woolf, 2016: 128). Yani 'ayrı' imiş gibi gözükken kendilikler, benlikler aslında aynı zamanın ortak zeminine aittirler. Woolf ayrı duranların 'aynılığını' gösterdiği, onların kökensel birliğini açığa çıkardığı bu anlatımı bir "tünel kazma süreci" olarak nitelendirmektedir (Woolf, 1995: 86).

Buraya kadar Mrs. Dalloway adlı romanın çözümlemesi aracılığıyla açığa çıkartılmaya çalışılmış olduğu üzere Woolf'un yazın sanatı ile ortaya koymuş olduğu ortak zaman vurgusu, Ricoeur'ün yaşamın diyalektiğini kavramaya dönük 'anlatısal zaman' anlayışı ile büyük bir uygunluk içerisindedir. Ricoeur'ün *Zaman ve Anlatı*'da yer vermiş olduğu çözümlemesinde açıkça göstermiş olduğu üzere kurgu, ortak zamanın anlatısal boyutunu kavramak adına önemli bir yere sahiptir. Öyle ki Ricoeur'e göre kurgu, yaşamı, kelimenin 'yaşantısal' anlamı ile bir 'insan yaşamı'na çevirmeye katkıda bulunmaktadır (Ricoeur, 1991a:20). Zira ancak bu yolla geçmiş, şimdi ve geleceğin kökensel birliği kavranabilmekte, 'anlama'nın geleceğe yönelik dönüştürücü etkisi açığa çıkabilmektedir. Çünkü "kendi benine dönüş" otantik gelecekle, geleceğe doğru olmakla ilgilidir (Turan, 2003: 202). Anlatı ise Ricoeur felsefesinde bunu ifade edebilecek en yetkin araç olarak karşımıza çıkmaktadır. Anlatısal söylemin bir boyutu olan kurgusal anlatı, Brooks'un da ifade etmiş olduğu gibi 'hayatın anlamı'nı açığa vurmaktadır:

¹⁰ Söz konusu alıntı, romanın Tomris Uyar tarafından yapılan çevirisinde "İşte! Yine vuruyor! Önce tatlı bir uyarı, sonra asıl kaçınılmaz ses. Kuşundan halkalar havada eridi" olarak çevrilmiştir. Çevirinin orijinali ise şöyledir: "First a warning, musical; then the hour, irrevocable. The leaden circles dissolved in the air". Çalışmada kullanılmakta olan romanın İngilizce çevirisinde alıntıdaki zaman vurgusu yeterince ve doğru bir biçimde verilmediği için burada alıntı orijinalinden çevrilmiştir.



Bütün gerçek romanların merkezinde "hayatın anlamı" vardır. Bir hayatın anlamı ancak ölüm anında ortaya çıktığı için de, kişi, bir romanı ölümü öğrenmek üzere okur; kendi yaşamımızdan yola çıkarak asla bilemeyeceğimiz, kurgusal bir hayatın tasvirlerine başvurarak işlenmesiyle bir anlam oluşmasını sağlayabilecek bir imgeyi bize sunan o ölümü öğrenmek için okuruz (Brooks, 1994: 97)

Son olarak belki şu soru sorulabilir: bu hikâye ne için Septimus'un değil de Mrs. Dalloway'in hikâyesidir? Peter'in sözleri ile yanıt verecek olursak: Yaşlılıktır, "tutkular eskisi kadar yoğun olduğu halde kişinin eninde sonunda yaşayışına nasıl eşsiz bir tat katan gücü elde edebilmesidir, deneyi yakalayıp ışıkta yavaşça döndürerek gözden geçirme yeteneği kazanması" (Woolf, 2016: 81). Bu yeti, elbette basitçe yaş ile, yaşlılık ile elde edilebilir değildir. Ancak Ricoeur'ün üçlü mimesis anlayışını hatırlayacak olursak, "yeniden-düzenleme", ancak kökensel bir anlamın eşlik edebileceği, deneyime dayalı bir süreçle açığa çıkmaktadır. Bu ise yaşama görüşünden, diğer bir ifade ile yaşama sanatından başka bir şey değildir.

Sonuç

Bu çalışmada, Virginia Woolf'un *Mrs. Dalloway* romanı üzerinden çözümlemesinin yapıldığı Ricoeur'ün anlatı kuramı, insan deneyiminin anlaşılmasına ve açıklanmasına yönelik oldukça etkili bir kuram olarak karşımıza çıkmaktadır. Zira bu çalışmada tartışılmış olduğu üzere insan deneyimi söz konusu olduğunda bir yargı ortaya koymak, fizik bir deneyimin karşısında yargı ortaya koymaktan büyük farklılık arz etmektedir. Deneyimin içsel ve dışsal bağıntılarının çıplak algı ile yakalanabilir bir somutluk içerisinde ortada olduğunu söyleyerek deneyimi, bir fizik deneyimine benzer biçimde çözümlemek ve yargılamak, onu kendi zenginliğinden yalıtarak basitleştirmek, indirgemek anlamında gelmektedir. Ancak bu, deneyimin dışsal bağıntılarına işaret ederek onun yargılanamaz ya da açıklanamaz bir doğaya sahip olduğu anlamına gelmemektedir. Bu noktada şu soru açığa çıkmaktadır: O halde, bir insan deneyiminin yargılanabilirliği nasıl olanaklıdır? Bu çalışmada Ricoeur'ün anlatı kuramı aracılığıyla cevap verilmeye çalışılmış olan bu sorun, Ricoeur'e göre ancak deneyimin zamanla olan kökensel ilişkisinin ortaya konulması yolu ile anlaşılabilir. Buna göre iç-deneyim, Augustinus'un "ruhun zamanı"na yönelik yorumunda ortaya koymuş olduğu gibi statik bir belirlenimden öte ahenksizlik içerisinde bir yayılım olarak; eylem, şimdi ile birlikte sürekli geçmiş ve gelecek beklentisi olarak açığa çıkmaktadır. Eylemin yargılanabilirliği ise insanlar arasındaki zamanın ortaklığıyla, yani saat zamanı ile ilişkilidir. İşte bu iki zamansallığın diyalektiğinden açığa çıkan üçüncü zaman, yani "anlatısal zaman" bir yandan iç deneyimi uyuma kavuşturmakta diğer bir yandan ise Aristoteles'in bilgelikle ilişkilendirdiği, sanatın biçim veren mimetik doğası ile deneyimi aktarılır kılmaktadır. Bu noktada Mrs. Dalloway Ricoeur'ü "anlatısal zaman"ı kavramak adına yetkin bir örnek olarak karşımıza çıkmaktadır. İnsan deneyimi söz konusu olduğunda geçmişin ve geleceğin, şimdi ile sürekli bir ilişki içerisinde; şimdide kurulmakta olduğunu bilinç-akışı tekniğini kullanarak göstermekte; bunu anlatıya dökerken romanı bir yandan kesintiye uğratan saat zamanı ile deneyimin bir başkasının deneyimi ile olan ilişkisini/ortaklığını ortaya koymaktadır. Anlatısal zaman, işte bu iki zamanın birlikteliğinde açığa çıkmaktadır. Romanda yaşlılığa olan vurgu ise, anlatıyı bilgelik ile birleşmektedir. Zira Mrs. Dalloway, yaşamdaki ayrı duranların birliğini kavrayabilen, yaşamın diyalektik akışını kavrayabilen tek kişi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kaynakça

- Aristoteles (1987). *Poietika*. Çeviren: İsmail Tunalı. İstanbul: Remzi Kitabevi
- Aristoteles (1995a). *On Memory*. In *The Complete Works of Aristotle*. Volume 1. Edited by Jonathan Barnes. USA: Princeton University Press
- Aristoteles (1995b). *Nicomachean Ethics*. In *The Complete Works of Aristotle*. Volume 2. Edited by Jonathan Barnes. USA: Princeton University Press
- Augustinus (2010). *İtirafatlar*. Çeviren: Çiğdem Dürüşken. İstanbul: Kabcacı Yayınevi
- Bennett, J. (1984). *Virginia Woolf Romancı Olarak Sanatı*. Çeviren: Feyza Kantur ve Haldun Onuk. İstanbul: Alaz Yayıncılık
- Brooks, P. (2016). *Psikanaliz ve Hikaye Anlatıcılığı*. Çeviren: Hivren Demir Atay ve Hakan Atay. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları
- Dowling, W. C. (2011). *Ricoeur on the Time and Narrative*. Indiana: University of Notre Dame Press.
- Jervolino, D. (1996). Gadamer and Ricoeur on the Hermeneutics of Praxis. In *Paul Ricoeur, The Hermeneutics of Action*. Edited by Richard Kearney. London: SAGE Publishing



- Ricoeur, P. (1984). *Time and Narrative. Vol. 1.* Translated by Kathleen McLaughlin & David Pellauer. The University of Chicago Press
- Ricoeur, P. (1985). *Time and Narrative. Vol. 2.* Translated by Kathleen McLaughlin & David Pellauer. The University of Chicago Press
- Ricoeur, P. (1988). *Time and Narrative. Vol. 3.* Translated by Kathleen Blamey & David Pellauer. The University of Chicago Press
- Ricoeur, P. (1990). *Başkası Olarak Kendisi.* Çeviren: Hakkı Hünler. İstanbul: Doğu Batı Yayınları
- Ricoeur, P. (1991a). Life in Quest of Narrative. in *On Paul Ricoeur Narrative and Interpretation.* Edited by David Wood. London: Routledge.
- Ricoeur, P. (1991c). The Human Experience of Time and Narrative. in *A Ricoeur Reader: Reflection and Imagination.* Edited by M.J. Valdés. New York and London: Harvester Wheatsheaf.
- Ricoeur, P. (2007). *From Text to Action.* Translated by Kathleen Blamey and John B. Thompson. USA: Northwestern University Press.
- Ricoeur, P. (2012). *Hafıza, Tarih, Unutuş.* Çeviren: M. Emin Özcan. İstanbul: Metis Yayınları
- Simms, K. (2003). *Paul Ricoeur.* London: Routledge
- Turan, E. (2013). Kolektif Şizofreni: Zamanın İki Yüzü, *Doğu Batı Dergisi.* 22: 197-207
- Woolf, V. (2015). *Bir Yazarın Günceci.* Çeviren: Fatih Özgüven. İstanbul: İletişim Yayınları
- Woolf, V. (2016). *Mrs. Dalloway.* Çeviren: Tomris Uyar. İstanbul: İletişim Yayınları



Parfüm Reklamlarının Psikanalitik Çözümlemesi: Freudyen Bakış Açısı ve Hermeneutik Yaklaşım*

The Psychoanalytical Analysis Of Perfum Advertisements: The Freudien Perspective And Hermeneutic Approach

Makale Bilgisi

Gönderildiği Tarih: 15.05.2017
Kabul Edildiği Tarih: 23.06.2017
Yayınlandığı Tarih: 30.06.2017

Article Info

Date submitted: 15th May 2017
Date accepted: 23th June 2017
Date published: 30th June 2017

Meltem GÜLER

Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü
meltemcetin99@hotmail.com

Öz

Günümüzde tüketim anlayışı haz almayı yaşamın bir amacı olarak görmektedir. Arzuların bu kadar önem kazandığı günümüzde arzulara dayalı bir tüketim anlayışı yaşamın her alanına yayılmıştır. Hazza dayalı tüketimin varlığı kapitalist sistemin sürekliliği için şarttır. Hazcı tüketim eğiliminde birey, ürün veya hizmetin işlevsel özelliklerinden çok onun yaratmış olduğu düş ve fantezi güçlerine yoğunlaşır. Ürünlerden ziyade göstergelerin ve sembollerin tüketiminin söz konusu olduğu tüketim kültürü postmodern dönemin kültürüdür. Tüketim kültürünün oluşmasında reklamların önemli bir rolü bulunmaktadır. Önceleri sadece ürünün fiziksel özelliklerine değinen reklamlar zamanla kişilerin yaşam tarzlarına, beğenilerine, sosyal değerlerine ve bilinçdışı arzularına seslenmeye başlamıştır. Bu dönemle birlikte artık ihtiyaç kültüründen arzu kültürüne geçiş olmuştur. Parfüm reklam afişlerinin incelendiği bu çalışmada tüketim kültüründe arzuyu yaratan reklamların cinsellik, yaşam-ölüm dürtüleri, aşk gibi kavramları içeren simgelerden, psikolojik kavramlar ve mitolojik öğelerden yararlandıklarını göstermek için Sigmund Freud'un psikanalitik kuramı ve Roland Barthes'in göstergebilimsel yöntemi kullanılmıştır. Bu bilgiler ışığında reklam söylemindeki mitsel ve simgesel unsurların niteliği hermeneutik bir yaklaşımla anlatılmıştır. Böylece bir düş metni gibi analiz edilen reklam afişinin hangi bilinçdışı arzulara seslendiği ve bunları nasıl doyurmayı önerdiği, sürekli bir arzu arayışına neden olarak bireyi nasıl arzusunun öznesi olarak tüketici özneye dönüştürdüğü, kısacası arzu kavramının tüketim kültüründe ve reklamlardaki önemi açıklanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Tüketim, Arzu, Reklam, Freud, Psikanaliz, Hermeneutik, Göstergebilim, Parfüm Reklamları.

Absract

Nowadays, the understanding of consumption sees having pleasure as the aim of life. Today as desires are gaining much importance, desired consumption has been spread to all our lives. The existence of the desired consumption is a must for the continuation of the capitalism system. In the context of desired consumption, the consumer concentrates on his/her creation of dream and fantasy powers rather than the functional features of the product or service. In this consumption, people tend to seek a psychological or symbolic satisfaction rather than a material satisfaction. The culture of consumption is a culture of postmodern period. Advertisements play an important role in the formation of this consumptional culture. Advertisements that only physical properties of the product have begun to sound over time with their lifestyles, likes, social values and unconscious desires. With this period, there has been a transition from need culture to desire culture. The advertisements are calling out the people's unconscious desires by using symbols and indicators, and constructs them as the suitable objects of consumption ideology. Sigmund Freud's psychoanalytic theory and Roland Barthes's semiotic method is used in this study in which perfume advertisements posters have been chosen as samples. Here aim is to determine that the advertisements which are creating the desire consumption culture, uses the symbols which are including sexuality, life and death impulses, love etc., psychological concepts and mythological factors. Under the enlightenment of this information, mithic and symbolic factors of advertisements are clarified by hermeneutic approach. Here, it is revealed that the advertising poster which is analyzed as a dream text suggests which unconscious desires are spoken and how they are to fed. The research also explains how the advertising tries to make the individual, the subject of supply, and transforms it into consumer self-reason, in search of a constant desire, in short, the concept of desire is explained in the context of consumer culture and advertising.

Keywords: Consumption, Desire, Advertisement, Freud, Psychoanalysis, Hermeneutic, Semiology, Perfume Advertisements.

*Bu çalışmanın ilk hali, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı yüksek lisans programı öğrencisi Meltem Güler'in Doç. Dr. Figen Ebrin'in danışmanlığında hazırladığı 'Parfüm Reklamlarının Freudyen Bakış Açısıyla Psikanalitik Çözümlemesi' başlıklı yüksek lisans tez çalışmasının kısa bir bölümüdür.



Giriş

"Düşler anlam taşır. Düşlerin 'düşünceleri' vardır ve bu düşünceler uyanıkkenkilere temel bir farklılık göstermez. Düşleri ruhsal yaşamın geriye kalan bölümüyle aynı akış içine alan her şey onu kültürel örneksemelerde aktarmaya elverişli kılar. Freud Düşlerin Yorumu'nda mitosların yorumuna başvuruyorsa bundan amaç serbest çağrışım yöntemine karşı duran isyancı simgelerin yorumunda imdada yetişmektir. Burada, bireysel ruhsallık düzeyindeki şifre çözme yönteminin yerini kültür tarihi düzeyindeki bir oluşumsal yöntemin alması gerekmektedir. Hatta birincil süreç/ikincil süreç ayrımı yapıldığından bu yana göndermede bulunulan oluşumsal bakış açısının gelip yerbetimsel-iktisadi bakış açısına eklenişi de kültür yorumu içinde görülebilmektedir."

Paul Ricoeur (Yoruma Dair, Freud ve Felsefe'den).¹

Günümüzde tüketim, artık ihtiyaçları tatmin etmekten çok psikolojik veya simgesel bir tatmini ifade etmektedir. Tüketiciler kullandıkları ürünlerle kendilerini tanımlar hale gelmişlerdir. Lüks markaların ürünleri insanların kişiliklerini tamamlayan bir unsur olarak algılanmaya başlanmıştır. İnsanlar bu ürünleri kullanırken dile getiremedikleri arzularını dile getirmeye, düşlerini gerçekleştirmeye, kim olmak istediklerine ilişkin mesajlar vermeye ve diğerlerinden farklı olduklarını göstermeye çalışmaktadırlar.

Arzuların bu kadar önem kazandığı günümüzde, püriten üretim etiğinden tüketim estetiğine geçilmiş, arzulara dayalı bir tüketim anlayışı yaşamın her alanına yayılmıştır. Hazza dayalı tüketimin varlığı kapitalist sistemin sürekliliği için şarttır. Hazcı tüketim eğiliminde birey ürün veya hizmetin işlevsel özelliklerinden çok onun yaratmış olduğu düş ve fantezi güçlerine yoğunlaşır. Bu tüketim anlayışına göre, kişi sahip olduğu nesnelere yetinemez ve devamlı bir arayış içindedir. Hazzın doyurulamaz hoşnutsuzluğun giderilemez olmasından dolayı, her tatmin yeni bir arayışın başlangıcına sebep olmakta, sürekli bir arzu arayışı ortaya çıkmaktadır.

Tüketim kültürünün oluşmasında reklamların önemli bir rolü bulunmaktadır. Jean Baudrillard'a göre (2008: 160), reklam bu sürecin stratejik noktalarından biridir. Reklamlar önceleri ürünün kullanım değerine ve fiziksel özelliklerine değinirken zamanla kişilerin yaşam tarzlarına, beğenilerine, sosyal değerlerine, bilinçdışı arzularına seslenmeye başlamıştır. Ürünlerden ziyade gösterge ve sembollerin tüketiminin söz konusu olduğu tüketim kültürü postmodern dönemin bir kültürüdür. Bu dönemle birlikte artık bireysel 'özel' düzeyin (ihtiyaçlar, duygular, özelemler, itkiler) sistemle genelleştirilmiş bütünleşmesine; sanayi sisteminin kurulmasını düzenleyen bastırma, yüceltme, yoğunlaştırma, sistematikleştirme ve rasyonelleştirme şemalarının yine aynı düzeyde genelleşmiş bir yayılması eşlik etmiştir (Baudrillard, 2008: 88). Böylece ihtiyaç kültüründen arzu kültürüne geçişle birlikte "arzu" kavramı, reklamlar için geçmişten günümüze kadar önemli bir kavram olmuştur.

Baudrillard'a göre (2008: 89), ihtiyaçlar ve tatminler hakkındaki rasyonalist söylen isterik ya da psikomatik semptomlar karşısındaki geleneksel tıp kadar nahif ve eli kolu bağlıdır. Yerinin doldurulamaz olduğu nesnel işlev alanının dışında, kendi anlam alanının dışında nesne, gösterge değerini kazandığı yan anlamlar alanında neredeyse sınırsız biçimde başka nesnelere yer değiştirebilir hale gelir. Simgelerin mantığında olduğu gibi göstergelerin mantığında da nesnelere artık hiç de bir işleve ya da tanımlı bir ihtiyaca bağlı değildir. Bu tam olarak nesnelere başka bir şeye cevap vermesindedir. İster toplumsalın mantığı ister arzunun mantığı olsun, bu başka şeye nesnelere hareketli ve bilinçdışı anlamlandırma alanı olarak hizmet eder. Reklamlar insanların düşlerini gerçekleştirmeyi vaat ederek onların bilinçdışı arzularına seslenmektedirler.

¹ Ricoeur, P. (2007). Yoruma Dair, Freud ve Felsefe. Necmiye Alpay (Çev.). Metis Yayınları, İstanbul.



Psikolojik eleştiride, bilinçdışı süreci göstermek için en önemli şey sanatsal araçtır. Bilinçdışı ve yasaklanmış arzu düşü başlatır. İzleyicisi ile düş gören arasında bir ilişki vardır. Günümüzde reklam teriminin tanımlanmasına ilişkin reklamın hem bir sanat, hem de bir bilim olduğuna dair yaklaşımlar bulunmaktadır. Raymond Williams'a göre (1993: 410), tüketim kültüründe arzuyu yaratma işlevini yapan reklamlar ürünleri göstergelere dönüştüren modern kapitalizmin resmi sanatıdır. Reklam bir sanat olarak değerlendirildiğinde, düşlerin yorumladığı gibi yorumlanabilir. Sigmund Freud (1974: 39), klinik bir metot olarak geliştirilen psikanalitik araştırmaların bir yan kazanç sağladığını, böylece sanat yapınının da düşlerin yorumlandığı gibi yorumlanabileceğini söylemiştir. Paul Ricoeur'un da belirttiği gibi (2007: 19), düşler uykudaki kişiye ait özel mitolojidir, mitoslar ise halkların uyanırken gördüğü düşlerdir. Bu durum onları kültürel örneksemelerde aktarmaya elverişli kılar. Resimli temsil yeni yapısal örneksemelerin yolunu açar. Reklam afişi, bir resimli temsildir. Göstergibilim bir "temsil" teorisidir ve ana teması anlamlardır. Reklam görsellerindeki bilinçdışı arzuyu deşifre etmek, bireylerin bilinçdışı arzusunun söylemine farkında bile olmadan eklenerek tüketici özneye nasıl dönüştüklerini açıklamak için Freud'un dürtü ve haz teorilerini dikkate almak gerekmektedir. "Reklam hedef kitleye ne tür hazlar sunar? Bunlar ne tür ihtiyaçlardan doğmuştur? Tatmin edilmeye çalışılan nedir? Hangi psikolojik mekanizmalar devreye girmektedir?" sorularına bu araştırma kapsamında yanıt aranmaya çalışılmıştır.

Parfüm reklam afişlerinin incelendiği bu çalışmada tüketim kültüründe arzuyu yaratan reklamların cinsellik, yaşam-ölüm dürtüleri, aşk gibi kavramları içeren simgelerden, psikolojik kavramlar ve mitolojik öğelerden yararlandıklarını göstermek için Freud'un psikanalitik kuramı ve Barthes'in göstergibilimsel yöntemi kullanılmıştır. Çalışmada yapılan analizler için Kasım 2016 yılında Global Industry Analysts, Inc. tarafından yapılmış küresel parfüm markalarının marka değerlerini içeren araştırmada yer alan altı parfüm markasına ait parfüm reklam afişleri seçilmiş; seçilen parfüm reklam afişleri psikanalitik bakış açısıyla ve göstergibilimsel yöntemle hermeneutik bir yaklaşımla çözümlenmiştir. Örnek olarak seçilen reklam afişlerinin yorumlanması sonucu, kılık değiştirmiş bir kipte hangi "düşünce", hangi "fikir", hangi "arzu"nun "karşılandığı" sorularına yanıt bulunabilmektedir. Reklamlar psikanalitik bakış açısıyla incelendiğinde reklam metni içindeki mesajların "hangi bilinçdışı arzulara seslendiği, hangi arzuların karşılandığı, hangi düş düşüncesinin görünür içeriğe aktarılmasını ya da çarpıtılmasını sağlayan mekanizmaların kullanıldığı" görülebilmektedir.

1. Tüketim Kültürü ve Arzu Kavramı

Baudrillard'a göre; tüketim çağının, sermaye biçiminde hızlandırılmış tüm üretkenlik sürecinin tarihsel sonucu olduğu, aynı zamanda radikal yabancılaşmanın da çağı olduğu ileri sürülebilir. Metanın mantığı günümüzde sadece emek süreçlerini ve maddi ürünleri değil, cinselliği, tüm insani ilişkileri, bireysel fantazilere ve itkilere kadar, denetimi altına alarak genelleşmiştir. Sadece tüm işlevlerin, tüm ihtiyaçların kâr terimleriyle nesnelleştirilmesi anlamında değil, aynı zamanda her şeyin gösteriselleşmesi, yani her şeyin imgeler, göstergeler, tüketilebilir maddeler olarak çağrıştırılması, düzenlenmesi gibi daha derin bir anlamda her şey bu mantık tarafından ele geçirilmiştir (2008: 251).

Tüketim, modernizm sonu kapitalizmin ya da 'post-modern' kapitalizmin tipik özelliklerini sergileyen bir süreç haline gelmiştir. Artık çoğu insanın kimlik duygusu bu insanların iş rollerinden çok, izledikleri tüketim kalıplarıyla ilgili olduğuna göre, yeni bir kapitalizm döneminin ortaya çıktığı söylenebilir. Daha önceki dönemlerden ayırt edebilmek için bu yeni dönemi 'post-modern' olarak adlandırabiliriz... Postmodern tüketimcilikte arzu duyulan şey, tüketilen 'gerçek' çikolata, 'gerçek' otomobil, ev veya mobilya değildir. Aslında bu 'gerçek' nesnelere, arzuların yerine konan şeylerdir; doyurulması istenen arzular, sembolik arzular olup, kültürel sembolizm tarafından dolaylanmadan biyolojik olarak sahip olunan arzular değildir (Bocock, 1997: 113-118).

Bugün yaşanan, algılanan ve gözlemlenen temel ihtiyaçların karşılanmasına yönelik kısır bir tüketim olgusu söz konusu değildir. Tüketim edimi sistemini anında harekete geçiren arzuların doyumsuz olması ve tatmin edilip doyuma ulaştırılan bir arzusunun akabinde bir yenisinin ortaya çıkması, bu döngünün çerçeve olarak güçlenmesine yol açmıştır. Satın alınanlar, ihtiyacı karşılamak için gerekli basit nesnelere değil, bir anlam taşıyan, tüketicinin kim olduğunu ifade etmesini sergileyen nesnelere. Belirli bir imajı ve kimliği oluşturup sürdürmeye çalışan insanların, arzu ettikleri gibi bir insan olabilmek



için o imaja özgü giysileri, parfümleri, otomobilleri, yiyecek ve içecekleri tüketmesi gereklidir (Bocock, 1997: 74).

"Bu süreçte insanlar rasyonel güdülerle hareket etmeyebilir, ürünle birlikte gelen ve kimliği besleyecek olan anlamların peşinden gidebilir. Ve böylece anlamlar, ürünlerin hayatımızdaki işlevlerinden öteye gider" (Solomon vd., 2006: 15). Anlamlarla birlikte oluşan imajların, arzuların, stillerin, sembollerin tüketimi, bireye haz verdiği gibi sosyal ilişkilerinde de göreceli bir güven sağlar. Hazza dayalı tüketimin varlığı kapitalist sistemin sürekliliği için şarttır. Batı kapitalizmini benimsemiş toplumlarda üretilen mallar; semboller ve göstergeler kullanılarak tüketicilere satılır ve böylelikle tüketim ile arzular arasında bir ilişki kurulmuş olur. Satın alınan her türlü eşya ile belli bir kişiliğe bürünme isteği durgunluk dönemlerinde bile ortadan kalkmaz (Bocock, 1997: 13).

Akbulut ve Balkaş 'ın *Adım Adım Reklam Üretimi* (2006) başlıklı çalışmalarında da vurguladıkları gibi, tüketim kültürü açısından hedonik (hazcı) tüketim, faydacı tüketimin tam karşısında yer almaktadır (2006: 19). Faydacı tüketim davranışı gösteren bireyler tüketim ve satın alma süreçlerinde ürün ve hizmetlerin işlevsel somut özelliklerine yoğunlaşırken, hazcı tüketim eğiliminde ise birey ürün ve hizmetin işlevsel özelliklerinden çok, yaratmış olduğu düş ve fantezi güçlerine yoğunlaşmaktadır. Hedonik tüketim; tüketicilerin, çoklu algılamaya dönük görüntüler, fanteziler ve duygusal uyarılma gibi etkilerle ürünleri kullanması anlamına gelir (Hirschman ve Holbrook, 1982: 93). Her ürüne yüklenmiş ve toplumun tamamına yakını tarafından aynı şekilde yorumlanan ve anlamlandırılan semboller oluşmuştur. Yani her ürünün bir sembolik anlamından bahsedilebilir (Sirgy, 1982: 287-300). Ürün ve hizmetler sembolizm sayesinde bireylerin bilinçdışına etki ederek onların düşünme ve davranış şekillerini etkileyebilmektedir. (Başfıncı, 2011: 183-210). Bu noktada, tüketici davranışını açıklamak için Freud'un psikanalitik kuramına başvurmak, kişinin nasıl tüketici özneye dönüştüğünü açıklamak gerekmektedir. Görünürdeki tatmini tatminsizliğinin boşluğunu daha da genişletmekten başka bir şey yapmayan bir arzunun bu kısır döngüsü, tam da histeriyi tanımlayan şeydir. Kapitalizm ile Freudcu "üstben" kavramı arasında bir tür yapısal eşbiçimlilik vardır. Psikanalitik kuramda üstben'in temel paradoksu da belli bir yapısal dengesizlikle ilgilidir: Üstben'in buyruğuna ne kadar çok itaat edilirse, suçluluk duygusu o kadar artar, öyle ki feragat sadece daha fazla feragat talebini, pişmanlık daha fazla suçluluk hissini beraberinde getirir. Bu durum tıpkı kapitalizmde de eksiği doldurmak için yapılan üretim artışının eksiği büyütmesi gibidir.

Ricoeur'a göre, arzunun özneler arası yapısı Freudcu libido kuramının derin hakikatidir. Arzu insanlar arası durumda yer alması, bastırma, sansür, arzunun fantazma kipinde yerine getirilmesi var olmazdı. Başkasının ve başkalarının önce yasak taşıyıcısı olduklarını söylemek de, arzu bir başka arzuyla - reddedilen arzu kılığında bile olsa - karşılaşır anlamına gelmektedir. İkinci yerbetim içindeki bütün roller diyalektiği, insan arzusunun bir bileşeni olan çatışma (*affrontement*) ilişkisinin içselleştirilmesini dile getirmektedir. Oidipus karmaşası temelde insan arzusunun bir tarih olduğu, bu tarihin reddedilme ve horlanmadan geçtiği, arzu eğitiminin gerçeklik yoluyla, kendi kendisini yoksun bırakan bir başka arzunun dayattığı hoşnutsuzluk yoluyla gerçekleştiği anlamına gelmektedir. "Hegel'deki efendi-köle savaşı ile Freudcu Oidipus arasındaki benzerlik çok açıktır" (Ricoeur, 2007: 337).

2. Sigmund Freud'un Psikanalitik Kuramı, Düşlerin Yorumu ve Hermeneutik Yaklaşım

Psikanalitik kuram, psikoloji biliminin bilince olan yaklaşımını bilinçdışı süreçlere doğru genişletir. Freud'un ortaya koyduğu bu kuram bireyi kişilik yönünden inceleyen, tutum ve davranışlarını zihinsel süreçler çerçevesinde açıklamayı hedefleyen bir kuramdır (Özsu, 2015: 6).

Tüketim kültürü kuramlarıyla psikanalitik kuram arasındaki ilişkinin benzer olması her ikisinin de yaşamı anlamlar olarak görmesinde yatmaktadır (Smith, 2008: 274). Bu noktada her ikisi de yorumlama gerekliliğini vurgular. Geniş dil alanı içinde psikanalizin yeri yorumbilgisinin alanıdır (Ricoeur, 2007: 21). Bunun anlamı, belirli bir eleştirel/analitik yorumun bağlı olduğu kurullarla ilgili olarak simgelerin ve çeşitli yorum tarzlarının karşı karşıya geldiği özel bir alan olmasıdır. Sigmund Freud'un görüşleri daha çok insanın isteme ve arzularının kaynağına ve bunun insan davranışlarındaki



yansımalarına odaklanmaktadır. Psikanalizin konusu davranıştır. Ricoeur'e göre (2007: 18); psikanaliz, düşlerden sanata, ahlâka, dine kadar kültürle ilgili tüm ruhsal üretimlerin yeniden yorumlanması hedefidir. Freud'da yorum, düşler üzerinedir. Psikanalitik kuram yorum çalışmasını arzunun bölgesine yerleştirmiştir. Yorum arzunun kaynaklarının yerine anlamı koyar. Düşler bastırılmış bir arzunun kılık değiştirmiş olarak yerine getirilmesidir. Reklamlardaki "bilinçdışı arzu"yu deşifre etmek ve bu "arzu"nun nasıl hedef kitlenin arzularına dönüştüğünü görebilmek için araştırma kapsamında örnek olarak seçilen parfüm reklam afişleri Freudcu psikanalitik bakış açısıyla, göstergebilimsel yöntemle ve hermeneutik bir yaklaşımla açıklanmıştır.

Ricoeur'e göre (2007: 148), düşlerin yorumu, her tür yorum için paradigma işlevi görebiliyorsa, bunun nedeni düşlerin arzuya ilintili her tür hile için paradigma oluşturmasıdır. Arzular düşlerin içine saklanır. Düşler, arzunun dilini, yani tipik ve evrensel özellikleriyle simgesel işlevin mimarisini geliştirmemize olanak sağlar. Cinsellik, bu simgeleri besleyen temel kaynaktır. Tam anlamıyla simgeleştirilebilir niteliktedir. "Temsile elverişlilik" cinsellikte en yüksek doruk noktasına ulaşır.

Ricoeur'e göre (2007: 20), düşler ve benzerleri, karmaşık anlamların yeri olarak beliren bir dil bölgesinde yer alır. Bu bölgede dolaysız anlamın içinde bir başka anlam daha kendini hem açığa vurmakta hem de gizlemektedir. Bu çift anlamlı bölgeye simge denir. Yorum ise, simgelerin şifresini çözmeyi hedefleyen bir anlama çalışmasıdır. Psikanalizin merkez aldığı arzunun kendisi değil, dilidir. Düş, mitos, sanat yapıtı gibi tüm ruhsal üretimler anlam alanına aittir. Ve yolları hep aynı soruya çıkar: "Arzu nasıl dile getirilir?". Ricoeur'a göre (2007: 19), dille ilgili tartışmada psikanalizi hak sahibi kılan işte bu yeni açılmıştır. Göstergebilimin amacı, bu anlamı kavramak ve yorumlamak için bir çözümleme ve yeniden yapılandırma modeli sunmaktır. Göstergebilim bir "temsil teorisi"dir. Psikanaliz ve Marksizm çözümlemeler için önemli kavramlar sunar. Freud'un bilinçdışında bulunduğu ve dürtünün sunumu dediği gösteren fantazma aşamasında imge kapsamındadır. Reklamlar, üst-gerçeklik imgeleridirler. Özellikle parfüm reklamları kelimelerden çok görsellerin kullanıldığı imgeye dayalı reklamlardır.

Freud (1996b: 335), düşlerin bilinçdışı düşüncede önceden hazır bulunan simgelerden yararlandığını söylemiştir. Düş gören bu simgeleri kullanırken bilinçdışının çizdiği yolu izlemekten başka bir şey yapamamaktadır. Bir düş anlatısının yerine başka bir anlatı konabilir. Bu iki anlatı, iki metin gibi karşılaştırılabilir. Düş düşüncelerini bulmak demek, bilinçdışına, yani en eski arzulara açılan yolu izlemek demektir. Yorumlamak demek, anlamın kökenini başka bir bölgeye taşımak demektir. Yorum, arzunun yerine anlamın ışığını koyar. Analiz yapanın işi özgün metinle çeviriyi kıyaslayarak bu anlatımın gramerini bulmaktır. Freud'a göre (*akt.* Ricoeur, 2007: 36), yoruma elveren sadece yazı değildir. Şifresi çözülecek bir metin sayılabilecek her tür göstergeler bütünü, düş, nevrotik semptom, ayın geleneği, mitos, sanat yapıtı ya da inanç yorumlanabilir. Reklam metni bir göstergeler bütünü olarak şifresi çözülecek bir metin olarak kabul edilebilir, düşlerin yorumlandığı gibi yorumlanabilir. Böylece reklamların hangi bilinçdışı arzulara hangi simgeleri kullanarak seslendiği görülebilmektedir.

Ricoeur'un belirttiği gibi (2007: 27), Freud simge kavramını mitolojinin yinediği düşsel izleklerle sınırlı tutar. Mitik olanla düşsel olan örtüşmedikleri zaman bile bu çiftanlamlı yapı açısından ortaklık göstermektedirler. Mitoslar "şimdi" denilen zaman dilimini bir bellekle ve bir beklentiyle doldururlar. Böylece simgeler insanın kendisiyle ilgili anlayışına evrensellik, zamansallık ve varlıkbilimsel içerik kazandırır. Önceden var olan simgelerle yola çıkmak, söyleme köklü bir olumsuzluk katar. Ricoeur'e göre (2007: 19), düşler uykudaki kişiye ait özel mitolojidir, mitoslar ise halkların uyanırken gördüğü düşlerdir. Bu durum onları kültürel örneksemelerde aktarmaya elverişli kılar. Resimli temsil yeni yapısal örneksemelerin yolunu açar. Reklam afişi bir resimli temsildir.

Haz ile mitler arasında yakın bir ilişki vardır. Horkheimer ve Adorno (1996: 125), "günümüzde her çeşit haz mitseldir" diye ifade etmişlerdir. Mitler, insanın mutlu olduğu tanrısal bir döneme gönderme yaparlar. Bu yeniden dönülmek istenen cennetin düşsel bir haz çağıdır. Ancak, haz yabancılaşmadan kaynaklanır. Psikanalizin ethos ve mitosu da bir cennetten kovulma temasını ima eder. Kopuşun merkezinde olan arzu ve yasak arasındaki çelişki insanın evrim sürecinde karşılaştığı yalan-gerçek, yanlış-doğru, doğa-insan ikilemelerinin sonucudur. "Barthes'a göre, bütün mitler dil gibi işler. Her bir



mit, toplumsal ve ideolojik bir unsurla bezelidir. Mitler, toplumsal gerçeğin dil içindeki yapısal dönüşümleridir” (Kearney, 2003: 323-324). Mitoslar önce örnek kişiler tanıtırlar. Adem, Havva, Apollon, Dionysos, Medusa gibi bu örnek kişiler insan deneyimini somut ve evrensel düzlemde, insanın içinde bulunduğu durumu okumasını sağlayacak bir paradigma düzleminde genelleştirmektedir. Dilin göstergelerindeki yananamlar mit olarak anlamlandırılır. Barthes’a göre (1990:179), mitolojinin dili bir üst-dildir. Ricoeur’un da belirttiği gibi (2007: 350), düşler de dilötesi ve dillerüstünün kısa devre yapmasından doğmaktadır. Reklam kurgusunun tasarımıyla inşa edilen anlam, dilsel ve görsel bileşenlerin birbirine eklenerek bir üst-dil üretilmesidir. Reklam, arzuları güdülemeyi ürün etrafında bir mitoloji inşa ederek yapmaktadır. Metnin üst-dilini oluşturan söylem çözümlendiğinde reklamın yaptığı şeyin, arzu nesnesini göstermek olduğu anlaşılmaktadır.

Freud’un söylediği gibi (1996a: 313-314), insan arzularını kılık değiştirme, gerileme ve kalıplaşmış simgeler kipinde gerçekleştirebilen bir varlıktır. Doyurulmamış arzular fantazmaları dürtüsel olarak harekete geçiren güçtür. Her fantazma bir arzunun yerine gelmesi, kişiyi hoşnutsuz eden gerçekliğin düzeltilmesidir. Haz ilkesinin hüküm sürdüğü yer özellikle fantazma bölgesidir. Arzu yapısı, varlığını sonsuza kadar burada sürdürür. Arzu boşaltılabilen bir yapı değildir, tam anlamıyla doymayan bir bünyeyi açığa vurur. Arzu doymaz bir talep olarak kendisinden söz ettirir. Ruhsal yaşamda hoşnutsuzluktan kaçış yönünde belirli bir eğilim vardır. Bir doyum yaşantısının ruhsal sonuçları bağlamında uyarılmanın birikmesi hoşnutsuzluk olarak duyumsanmaktadır. Bu uyarılmada bir azalmayı kapsayan ve haz olarak duyumsanan doyum yaşantısını yineleme görüşü ruhsal aygıtı harekete geçirmektedir. Aygıt içinde hazzızluktan başlayıp hazzı hedefleyen böyle bir akıma “arzu” denmektedir. Reklamlar da kişilerin bilinçdışı arzularına seslenip böyle bir etkileşim yaşanmasına neden olmaktadır.

Ruhsal aygıtta oluşan bilinçdışı süreçler birincil süreçlerdir. Birincil süreçler zihinsel aygıtta başlangıçtan itibaren vardır. İkincil süreçler ancak yaşamın gidişi içinde açılmaktadır. T. Emre Yıldırım’ın da belirttiği gibi (2013: 15), reklamlar birincil süreçler içinde incelenir ve reklamcının gerçeklik ilkesini içeren ikincil süreci acilen atlatması gerekir. Tüketimi yöneten büyümlü düşünce, birincil düşünce sürecinin temel prensiplerinden biri olan “fantezileri var olmuş gibi kabul etme” düşüncesine dayanır. Animistik inanca dayalı büyümlü düşünce sürecinde reklam ürünleri tılsımlı, büyümlü obje olarak yeniden tanımlar. Satın alma süreci büyümlü bir ayın haline gelir. Baudrillard’a göre (2007: 162), reklam anlamaya, öğrenmeye değil, umut etmeye yol açtığı ölçüde kehanet sözüdür. Buradaki inanç, göstergelerin mutlak-gücüne duyulan inançtır.

3. Reklamlar, Parfüm Reklamları ve Arzu Kavramı

Judith Williamson (2001: 29-30), reklam dili aracılığıyla aktarılmak istenen anlamların, imgeler, düşünceler, duyguların ürünün kendi özelliğinden kaynaklanmaktan çok, diğer sistemlerin göstergelerinden (imgeleri olan insanlar veya şeyler) kaynaklandıklarını öne sürmektedir. Reklamı yapılan ürüne atfedilen anlamlar ile ürün arasında kurulan bağlantı, onu değerlendirenler yani reklam izleyicilerinin algıları ve değerlendirmeleri sonucunda şekil bulurlar. Tüm algılardaki çarpıcı gerçek, ilgili sürecin duyusal bilgiyi daima nesnelere dönüştürmesidir. Gereksinim duyduğumuz maddi şeyler gereksinim duyduğumuz duygusal şeyleri temsil etmekte ve maddiyat ile maneviyat arasındaki değişim noktasında anlam oluşmaktadır. Freud’un *Düşlerin Yorumu I ve II* (1996a, 1996b) çalışmalarında odaklandığı gibi tüm düşler insanın gerçek hayatta doyuramadığı isteklerinin düşsel dolayımına ile doyurulmasıdır. Bilincinde olunan veya olunmayan istekler düşsel alanda doyurulur, bunun sonucunda psikolojik bir rahatlama ve haz yaşanması söz konusudur. Reklamlar da kişilerin düşlerini gerçeğe çevirme vaadiyle onların bilinçdışına mesajlar göndererek ve mitlerden yararlanarak bu haz ve fantazmalarla örtüşürler.

Reklamların ne ifade ettiğini, ancak onların nasıl ifade ettiklerini anlayarak ve ne şekilde işlediklerini çözümlerle anlayabiliriz. Bir reklamın söylediği şey, salt onun söylemek iddiasında bulunduğu şeydir; bir reklamın, sadece kendi arkasındaki bir mesajın saydam bir taşıyıcısı olduğuna inanmak aldatıcı reklamcılık mitolojisinin bir parçasıdır (Williamson, 2001: 15).



Tüketim kültüründe göstergeler, tüketicide arzu yaratacak ve arzuları uyaracak şekilde organize edilmektedir. Başka bir ifadeyle reklamlar aracılığıyla pazarlanmak üzere kullanılan metalar, geniş bir kültürel çağrışımlar ve yanılsamalar silsilesini üstlenebilecek şekilde özgürleştirilir. Özellikle reklamlar bu durumu sömürmeye muktedir olup en sıradan tüketim mallarına romantik sevdâ, egzotizm, arzu, güzellik, doyum, paylaşım, bilimsel ilerleme ve iyi hayat imgeleri ilâştirirler (Featherstone, 2005: 39).

Beklentilerimizi gerçeğe dönüştürebileceği iddia edilen arzu nesnesi markaların önemi ve etkileri daha çok onların, belli bir kimliği, statüyü ya da değeri, "salt gösteren rolü" içerisinde billurlaşabilir kılmalarından kaynaklanmaktadır. Bunlar, "bir kez belirli bir toplumda heterojen ve artık olan şeylerin göstereni haline geldiklerinde doyurulmamış ve heterojen bir biçimde yaşayan her türlü talep üzerinde karşı konulamaz bir çekiciliği" (Laclau, 2007: 123-127), elde etmektedirler. İşte tam bu noktada arzu nesnelere olarak sunulan markaların arzulanması, onların hiçleştirdikleri ya da boşluğunu cisimleştirdiklerine pozitif bir varoluş kazandırdıklarında daha da katlanmaktadır. Çünkü arzu nesnelere yönelik arzumuzun buradaki mantığı ve hareketi "hiçten mutlaka bir şey çıkartarak, hiçten hiç çıkarı yalanlayıcı" yönde işlemektedir (Žižek, 2004: 27). Bu işe, sayısız enformasyon ve eylem arasındaki mesafelerin manipüle edilerek narsistlik duygularının yeşertilmesine uygun bir zemin hazırlamaktadır. Tüketicilerin tüm yetersizlikleri ve çaresizlikleri tamamen alışık olmadıkları bir yaşam tarzının tüketim kalıplarıyla ilişkilendirilerek doyuma ulaştırılması sağlanılmaya çalışılmaktadır. Ancak reklamlarda özendirilen kişilerle tam olarak özdeşleşemeyen kişi kendine yabancılaşır.

Reklamlarda arzu kavramı önemlidir. Arzu imgeye aktarılır. Reklamlar aktarım mekanizmasını kullanarak belli bir duygu yükünü ürüne aktarırlar. Yıldırım'a göre (2013: 7), bu duygu ürüne yapışır ve her satın alındığında bilinçdışı olarak tekrar yaşanır. Reklamlar, verdikleri mesajlarla düşsel bir evren yaratırlar. Yarattıkları bu soyut evrenle gerçek dünyayı birleştirirler. Batı kapitalizmini benimsemiş toplumlarda üretilen mallar; semboller ve göstergeler kullanılarak tüketicilere satılır ve böylelikle tüketim ile arzular arasında bir ilişki kurulmuş olur. Bireylerin böylece, reklamlarda kendilerine sunulan imgeler gibi olmaları veya davranışları istenir. Reklamların verdikleri iletilerle düş kurmayla özdeşleşen bu dünyada tüketim, simgesel bir boyut kazanır. Bu simgesel tüketimde bireylerin olmak istedikleri ama olmadıkları kişiler olmaları, düşlerinin gerçekleştirileceği vaadi ile "ideal ben"ler yaratılarak arzu ettikleri yaşama sahip olma imkânı yaratılır. Binay'a göre (2010: 22), simgesel tüketim aracılığıyla gerçekleşen nesnelere anlam transferi süreci, kültürel dünyada oluşturularak çeşitli yollarla veya aktarımla, gerçekleşir. Tasarımcılar, reklamcılar, üreticiler ve hatta tüketicilerin de bireysel ya da kolektif rolleriyle anlam, üründen tüketiciye aktarılır.

Reklam iletilerinin estetik/ güzel duygusal değerlerle donatılması son derece önemlidir. Bu nedenle, iletilerde güzel bedenler, güzel yüzler, kusursuz mekânlar kullanılır. Böylelikle "bu ürünü satın alın, sizde böyle olun" iletilisiyle, birey uyandırılmaktadır. Örneğin; parfüm reklamlarının iletileri özel iletilerdir. Çünkü iletiye belli bir değer katılması söz konusudur (Küçükdoğan, 2011: 94). Reklamlar kişilerin bilinçdışı arzularına seslenerek onları tüketici özne olarak inşa etmekte; yarattığı düşler ortamıyla ideal bir dünya sunmaktadır. Birey bu geniş seçenekler arasında sonsuz mal ve hizmetlerin, yani düşlerin sonsuzluğunun içine sığınıp varlığını koruyabildiğini düşünür. İmgelemin gücü, içsel güdüler ve ortak paydalarla düşsel durumlar yaratabilir. Parfüm reklamları imgeye dayalı reklamlardır. Parfüm reklamlarında ürüne ait bilgiden kaçınılarak daha çok ürünün uyandırması beklenen hayaller ve fantaziler üzerine yoğunlaşılır.

Koku duyusu, bilinçdışını şekillendirebilen bir duydur. İnsanların zihinsel sürecinde bir ürüne karşı istem dışı fikir yürütmesine neden olabilmektedir. Kokunun insanda yarattığı etkinin benzerini yaşatan ve aynı zamanda koku ile canlanabilen bilinçdışı, devamlı değişen hatırlamaları, duygulanımları, imgeleri, metaforları, karar ve davranışları karmaşık şekilde şekillendirip birbiriyle etkileşen hikâyeleri kapsar (Zaltman, 2003: 42). Koku algısı ve duygudurum (*emotion*), beynimizde aynı sinir sistemi ağı içinde yer almaktadır. Bu sisteme "limbik sistem" denir. Bu sisteme aynı zamanda "haz işleyen bölge" de denilebilir. Hazlar arasında cinsellik de kaçınılmaz bir ağırlıkta yer almaktadır. Aynı sistemde, bir de insanın tüm hayatı boyunca duygu, davranış ve düşüncelerine yön veren "bellek" yer alır (Ozan, 2014: 29). Koku duyusu Freudcu psikanalizdeki bilinçdışı, arzu, fantezi, haz, dürtü, bellek gibi birçok



kavramla ilişkilidir. Ayrıca kokunun bilinen tarihi ile bağlantı olarak onun kutsallıkla, aşkla, sosyal statüyle, eş seçimiyle ve mitolojiyle ilişkisi parfüm sektörü için kişileri rahatlıkla tüketici özne olarak konumlandırmada kolaylık sağlamaktadır. Koku, koku alma duyusu için içine girmese bile kullanılabilir bir göstergedir. Koku imgelerinin temeli, görme duyusu üzerinden gerçekleşir. Bu nedenle parfüm reklamları kelimelerden çok görsellerin kullanıldığı reklamlardır. Reklamlarda parfümler arzu nesnesi ve arzunun nesne-nedeni olarak sunulurlar, arzulanırlık motifiyle satılırlar.

4. Araştırmanın Yöntemi

Nihan İlhan'ın da belirttiği gibi (2012: 2), Freud'un insan için olan fikirlerini alarak kitlelerin manipülasyonu için ilk kullanan kişi Edward Bernays olmuştur. Bilinçdışı arzuları tüketim malları ile ilişkilendirme yoluyla, insanların ihtiyaçları olmayan şeyleri satın almaları için ikna edilebileceklerini öne sürmüştür.

Robin Bellinson, *Theory in Culture: Toward A Psychoanalytic Criticism of Advertising* (2006) çalışmasında reklamların psikanalitik eleştirel çözümlemesini yaparken Freud'un düş kuramından yararlanmıştır. Çalışmada kapitalist sistemde reklamların bilinçdışı arzulara seslenerek bireyleri tüketici özneye dönüştürdüğü ileri sürülmektedir (2006: 69, 88).

Yıldırım, *Klinik Reklamcılık: Reklam Sürecinde Psikodinamik Ve Psikolojik Rahatsızlıkların Kullanımı* (2013) başlıklı çalışmasında, piyasaya sürülen bir ürünün müşterisiyle buluşma macerasında psikodinamik süreçleri ve bu süreçlerin bilinçdışı mekanizmalarını incelemektedir. Yıldırım'a göre (2013: 84), reklam sektörü birçok psikolojik ekolden yararlanmaktadır; ancak şimdiye kadar hâkim ton daima Sigmund Freud olmuştur.

Bu çalışma kapsamında yapılan literatür taraması sonucu, reklamların daha önce psikanalitik çözümleme yöntemi ile çözümlendiği çalışmalardan biri de, Zeynep Oktuğ'un, *Freud'un Kişilik Birimleri (İd-Ego-Süperego) ile Reklam İletisinin İzleyici üzerinde yarattığı Etkiler Arasındaki Bağlantı: Magnum, Kalbim Benecol ve Lösev Reklamları Üzerine Bir Araştırma* (2007) başlıklı yüksek lisans tezidir. Oktuğ'un Freud düşüncesine genel bir bakış ile başlayan tezi, yapısal kişilik kuramının temel öğelerini irdeleyerek, davranışlar üzerindeki etkilerini ortaya koymuştur (2007: 92).

Reklamların psikanalitik çözümlemesinin yapıldığı diğer çalışma, Nihan İlhan'ın Doç. Dr. Serpil Aygün Cengiz'in danışmanlığında hazırladığı *Moda Dergilerindeki Reklamların Psikanalitik Çözümlemesi* (2012) başlıklı yüksek lisans tezi çalışmasıdır. Aygün Cengiz ve İlhan'ın birlikte hazırladıkları ve bu çalışmanın kısa bir bölümünü oluşturan *Psikanalitik Bir Okuma Denemesi: Düş Olarak Reklam* (2013) başlığıyla yayınlanan makalede; reklamların bir tür "düş metni" gibi ele alındığı, baskılanmış bir isteğin/arzunun doyumlanması vaat edilerek kişilerin bilinçli/bilinçdışı arzularına hitap edilmesi suretiyle ürünlerle kişilerin arzularının ilişkilendirildiği öne sürülmüştür. Çalışma daha sonra *Reklama Düş Olarak Bakmak - Psikanalitik Bir Okuma* başlığıyla iki yazarlı bir metin olarak 2015 yılında kitap olarak basılmıştır. Bu kitap metninden özetlenerek alınan makale çalışmasında (2013: 3), Freud'un *Düşlerin Yorumu I* ve *Düşlerin Yorumu II* çalışmaları bağlamında reklamların bir düş metni olarak yorumlanabileceğini belirtmiştir. Ona göre reklamlar;

Arzu üzerine kurdukları görsel imgelerle tüketimi sürekli olarak önermekte, yarattığı düşler ile reklam okurunun düşlerinin çakışmasını sağlamaktadır. Reklam metinlerinin ürünün kendi gerçek özelliklerine değil de, düşlere dayanması, reklam metinlerini, reklam okurunun arzularının karşılık bulduğu birer düş metni haline gelmesine neden olmaktadır (İlhan ve Aygün Cengiz, 2013:1).

Benzer şekilde bu çalışma kapsamında ele alınan parfüm reklamlarında da ürüne ait bilgiden mümkün olduğu kadar kaçınarak ve daha çok ürünün uyandırdığı veya uyandırması beklenen hayaller ve fanteziler üzerine yoğunlaşarak reklam yapılmakta, reklam metninin birer düşsel metin haline getirilmesi sağlanmaktadır. Ayrıca sürülen kokunun, kokuyu süren kişinin uzantısı olarak sosyal ortama kim olmak istediğine dair bir mesaj vermesi istenmekte, bu nedenle de sahip veya ait olmak istediği



yaşam tarzının sembolleri, görsel veya metne dayalı mesajlarla ön plana çıkarılmaktadır (Tuna ve Freitas, 2012: 95-107).

"Dilbilimsel" kavramını dar anlamıyla, bir dilin içinde, dolayısıyla düzenlenmiş bir dilde gerçekleşen dilyetisi görüngülerinin bilimi olarak alacak olursak, bilinçdışının simgeciliği tam anlamıyla dil(bilim)sel bir görüngü değildir. Bu görüngü dilleri ne olursa olsun çeşitli kültürlerde ortaktır. Sessel ya da anlamsal eklemlenme düzeyinde değil, imge düzeyinde iş gören yer değiştirme ve yoğunlaşma gibi görüngüler sunar. Freud'un "düş dili"ne işaret saydığı özelliklerle karşılaştırılabilecek terim, dilin içinde olmaktan çok, biçimin içindedir (Ricoeur, 2007: 346). Bu noktayı açıklamak için yorum yoluyla ortaya çıkarılan arzunun ya da isteğin hiçbir zaman katıksız ihtiyaç olmayıp bir çağrı ve talep olmasından yola çıkılabilir. Bu çağrı, taşıdığı söylem özelliği dolayısıyla bir dil gibidir. İstek ile ihtiyaç arasındaki açıklığı oluşturan, isteğin söylemeye daha elverişli olmasıdır; bu elverişlilik tam olarak (temsile elverişliliğin dikkate alınması) ile örtüşmektedir. Bu durumda dile benzer bir şeyi dürtülerin "temsilcisi" düzeyinde aramak gerekmektedir. Düşlerin kendilerini bir anlatı içinde bildirmeleri ve öğelerinin "kavşak sözcükler" dolayında dağılması olgusu şunu doğrulamaktadır: Dürtünün gösterene ait ağlara tutsak olması ile düzenlenmiş dilin gözlemleri yoluyla açığa çıkan arasında, dil kapsamına girmek açısından fark vardır. Analizin erişip kavradığı, metin gibi bir şeydir. "Resmetmeye başvurma" da aynı zamanda dil gibi bir şeydir. "Şey temsili" düzeyinde olsa da "sözcük temsili" değildir (Ricoeur, 2007: 347).

Jean Laplanche ile Serge Leclair'in *L'Inconscient, une étude psychanalytique*'te (*Journées de Bonneval*, 1960) önerdikleri *Philippe'in düşü* denen analiz parçasında içme arzusu, arzu çağrısının resmedildiği bir dizi eşdeğer resimle anlatılmıştır. Leclair ve Laplanche çalışmalarında, düşlerin bilinçdışı metnindeki "kavşak sözcükler" in rolünden hareketle, yoğunlaşmanın yorumunu eğretileme olarak, yer değiştirmenin yorumunu da düzdeğişmece olarak ayrıntılandırmışlardır (1960: 29). Çalışmada göstergebilimsel yöntemle yaptıkları düş analizi, Freud'un "şeylerin temsili" ya da "resimli temsile başvurmak" dediği şeyi açıklamaktadır (Ricoeur, 2007: 349-350). Benzer şekilde bu çalışma kapsamında da reklam afişinin bir "resimli temsil" olmasından hareket ederek ve reklam afişini bir düş metni olarak değerlendirerek bilinçdışı arzunun göstergebilimsel yöntemle analizi yapılmıştır.

Göstergebilimsel yöntemle yapılan reklamların analizine ilişkin birçok çalışma bulunmaktadır. Uğur Batı *Reklamların Göstergebilimi: Bir Göstergeler Sistemi Olarak Reklamları Okumak* (2007) başlıklı çalışmasında, göstergebilim ilkelerinden faydalanarak reklam metinlerinde anlamın nasıl oluştuğunu, nasıl düzenlendiğini ve nasıl iletildiğini konu edinmektedir. "Reklamların anlam yaratma fonksiyonu ile teşkil edilen markaların tüketicilerce nasıl yorumlandığını anlama konusunda, araştırmacıların göstergebilim perspektifinden faydalandığını" belirten yazar, "markaların birer kültürel gösterge olduğunu" ifade etmektedir (Batı: 2007: 6). Gül Rengin Küçükerdoğan'ın *Reklam Nasıl Çözülür? Reklam İletişiminde Göstergeler ve Stratejileri* (2011) isimli çalışmasında günümüz reklam iletişimi açısından, özellikle reklam iletilerinde uygulanacak yeni stratejiler açısından model olacak içerik ve çözümlenmelerle, reklam iletilerinin nasıl "ikna edici", "nasıl etkili", "nasıl çekici" nitelik alacağını ve bunların hangi göstergelerle aktarılabilirliğinin de yolunu göstermektedir. Reklamlarla oluşturulan ürünlerin farklılığı çevre, değerler, semboller, markaya bağlı oluşan imgeler tarafından yaratılmakta ve göstergebilim bu yaratımda ön planda yer almaktadır (Küçükerdoğan, 2011: 155).

Williamson, *Reklamların Dili: Reklamlarda Anlam ve İdeoloji* (2001) adlı kitabında zengin ve çarpıcı örneklerle "sahte bilince" karşı mücadelenin en keskin, en gizli alanının reklamcılığın içinde olduğunu söylemektedir. Yazar, eserini; "bombardımana tutulduğumuz ideolojiyle uğraştırmanın paylaşılabılır bir yöntemini bulma çabası" olarak açıklamaktadır. Williamson'a göre (2001: 12), farklı tekniklerdeki iletişim araçları içinde işlev görmesi olgusuna ve farklı içeriğine karşın reklamcılığın anlamlılığını gösteren şey, geleneksel olarak sanatın ve dinin yerine getirdiği işlevlerin yerine geçen başka bir işlevinin de bulunmasıdır. Bunun sonucu olarak reklamlar, açıkça özerk bir var oluşu ve bir etkileme gücüne sahip bir anlam yapısı oluşturmakta, açıkça kişilere arzu nesnesini sunma işlevi görmektedir.



Bu çalışmanın amacı, arzu kültüründe arzuyu yaratan unsurlara örnek olarak parfüm reklamlarının bilinçdışı arzulara yönelik mesajlardan, dürtüler, cinsellik gibi kavramları içeren simgelerden, Freudcu psikanalizdeki kavramlar ve mitolojik öğelerden yararlandıklarını göstermek ve bu reklamları Freud'un psikanalitik kuramına ve Barthes'ın göstergebilimsel yaklaşımına göre analiz ederek reklam söylemlerindeki mitsel ve simgesel unsurların niteliğini ortaya koymaktır.

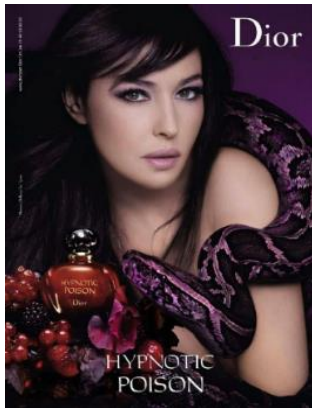
Çalışma kapsamında reklam afişlerinin analizinde, sadece göstergebilimi kullanıp, yananamları ve anlam aktarılmasını açıklamamak çözümlenmeyi eksik bırakmaktadır. Göstergebilim temel anlamsal malzemeyi ortaya çıkarmada kolaylık sağlamakla birlikte; yananamları, çağrışımları, mitleri açıklamak için psikanalize ilişkin kavramları kullanmanın, açıklamaları daha sağlam temellere oturtacağı düşünülmektedir.

Psikanalizdeki birincil süreçler içerisinde incelediğimiz reklamlar, insanların düşlerini gerçekleştirmeyi vaat ederler ve insanların bilinçdışı arzularına seslenirler. İkincil süreç, gerçeklik ilkesini içerdiğinden, reklamcının ikincil sürece tüketiciyi dâhil etmemesi ve ikincil süreci atlatması gerekmektedir. Kişiler bilinçdışının söylemine reklamlar aracılığıyla farkında bile olmadan eklenirler. Böylece tüketim kültürünün istediği tüketiciye, yani arzunun öznesi yapılmaya çalışılan egoya dönüşürler. Günümüz tüketim kültürünün doğasını anlamak ve tüketici davranışını açıklayabilmek için reklamlar üzerine yapılan çalışmalarda "bilinçdışı arzu"yu deşifre etmek önem taşımaktadır.

5. Parfüm Reklamlarının Freudyen Bakış Açısıyla ve Hermeneutik Bir Yaklaşımla Göstergebilimsel Yöntemle Çözülmesi

Çalışmada yapılan analizler için Kasım 2016 yılında Global Industry Analysts, Inc. ([http://www.strategyr.com/MarketResearch/Fragrances and Perfumes Market Trends.asp](http://www.strategyr.com/MarketResearch/Fragrances_and_Perfumes_Market_Trends.asp)) tarafından yapılmış küresel parfüm markalarının marka değerlerini içeren araştırmada yer alan altı parfüm markasına ait parfüm reklam afişleri seçilmiştir; seçilen parfüm reklam afişleri psikanalitik bakış açısıyla, göstergebilimsel yöntemle ve hermeneutik bir yaklaşımla çözümlenmiştir.

5.1. "Cennetten Kovulma Miti": Reklamda Ruhsal Mükemmelliğe Geri Dönme Arzusu Christian Dior "Hypnotic Poison" Parfüm Reklamı:



Resim 1 Christian Dior "Hypnotic Poison" Parfüm Reklam Afişi

Kaynak: <https://uk.pinterest.com/misssucette/pub-parfum/>

Afişin Görüntüsel anlamı ve genel gösterenleri

Afişte siyah saçlı, üst bedeni çıplak, güzel bir kadın görülmektedir. Kadının boynuna dolanmış mor-siyah bir yılan bulunmaktadır. Afişin sol alt köşesinde kadının önünde mor-bordo-kırmızı renkte meyveler ve çiçekler, bunların arasına da kırmızı elma formunda parfüm şişesi yerleştirilmiştir. Şişenin



üzerinde "Hypnotic Poison Dior" yazısı bulunmaktadır. Afişin sağ üst köşesinde "Dior" yazısı vardır. Yılanın dili parfüm şişesine doğru yönelmiştir. Kadının makyajı da mor tonlarda yapılmıştır. Kadın imgesinin bakışları kameraya doğrudur. Fon olarak mor renk kullanılmıştır.

Anlatısal göstergeler

Afişte kadın imgesi üst bedeni çıplak ve boynunda yılanla gösterilmiştir. Parfüm şişesi kırmızı elma formunda tasarlanmıştır. Yılan kadının boynundan dolanarak dili şişeye doğru uzanmıştır. Arka fondaki mor renk yılan, meyvelerde, çiçeklerde ve kadının makyajında da görülmektedir. Kadının bakışları kameraya yani izleyiciye doğru bakmaktadır ve baştan çıkarıcı bir ifadededir. Cennetten kovulma miti; kadın imgesi, yılan ve yasak meyve (kırmızı elma) formundaki parfüm şişesi bir arada kullanılarak tasvir edilmiştir. Şişenin üzerinde "Hypnotic Poison Dior" yazısı bulunmaktadır. İngilizcedeki "Poison" kelimesi Türkçede "zehir" anlamına gelmektedir. "Hypnotic" kelimesi psikanalitiğin kavramlarından hipnozla ilişkilidir. Yılanın dilinin şişeye doğru olması bu kelimelerle yılanın zehirine gönderme yapmaktadır. Parfüm, yılanın zehri ile özdeşleştirilmiştir. Parfüm erkeği yavaş yavaş zehirleyerek, hipnotize ederek baştan çıkarmak için sunulmuştur. Bu enjekte ederek zehirlemek değil, koklama yoluyla yavaş yavaş bir zehirlenmedir.

Afişin teknik göstergelerinden renk olarak mor, kırmızı ve siyah kullanılmıştır. Parfüm şişesi kırmızı renktedir ve kırmızı elma şeklindedir. Kırmızı hırsın, aşkın ve şehvetin sembolüdür. Kırmızı renk cinselliğin simgesi olarak kullanılmıştır. Afişin arka fonunda, yılan simgesinde, çiçeklerde, meyvelerde ve kadının makyajında kullanılan mor renk, asaletin, soyun, paranın rengidir. İnsan soyunun Âdem ve Havva'dan geldiği inancı bu renkle ifade edilmiştir. Mor, tarihte ve bugün pek çok feminist grubun da sembolik rengidir. Bu sembolik durumun kökeninin kesin olarak nerden geldiği bilinmemekle birlikte bu konuda pek çok farklı söylenti vardır. Bunlardan biri, Hristiyan ve Yahudi inancına göre Âdem'in ilk karısı olduğuna inanılan Lilith'e dayanır. Âdem ve Lilith aynı anda ve aynı koşullardan yaratılmıştır, bu nedenle Lilith erkeğe itaat etmek istemez ve eşitliği savunur bu sebeple tarihin ilk feministi kabul edilir. Lilith'in mor ten rengine ya da kıyafete (vücut örtüsü) sahip olması sebebiyle de mor rengin feminist düşüncenin sembolü olabileceği söylenir (Koloğlu, 2013: 20). Kadının saçlarında ve yılanın görülen siyah renkte, duygusallık, tutku, güç ve ölümün simgesidir. Ölümsüzlüğün olduğu cennetten kovulma ile birlikte ölüm kavramı ortaya çıkmıştır. Ölüm kavramı beraberinde doğum kavramını da getirmiştir. Siyah renk yaşam-ölüm dürtülerini simgelemektedir.

Kadının bakışları kameraya doğru ve izleyici ile göz göze geldiği hissini vermektedir. Bunun nedeni kişilerin ona bakarak onunla özdeşleşmesi içindir. Yüzdeki masumiyet ifadesi ile bakışlardaki baştan çıkarma arzusu bir arada görülmektedir. Kadın hem izleyen, hem izlenen konumundadır. Âdem hem orada olmayan hem de orada olmaktadır. Biçim olarak fotoğraflık imgeler kullanılmıştır. Bu imgeler insanın düş gücüne seslenir.

Afişte Anlam Aktarımı/ Düzenleme, Yananlam, Metafor (Eğretileme)/ Metnin Sözlensel (Mitsel) Yapısı

Reklam afişi cennetten kovulma miti üzerine kurgulanmıştır. Reklam afişindeki parfüm şişesi, yasak meyve, "kırmızı elma"dır. Âdem'e bunu yemesini söyleyen Tanrı'nın ona eş olarak yarattığı kadın ve kadına da yemesini söyleyen yılanıdır. Cennet bahçesi, zamanın bilinmediği masumiyetin ve bilincin daha sonra haberdar olduğu değişimlerin ilk merkezinin bir metaforudur. Reklamdaki kadın imgesi önce gösterilendir, sonra Havva'nın göstereni olur. Aynı şekilde parfüm şişesi önce gösterilenken yasak meyvenin göstereni konumuna geçer. Tüm bunlara bakıldığında, bunların birer yananlam olduğu kolaylıkla anlaşılabilir, çünkü bu imgelerin düz anlamları kadın, yılan ve parfüm şişesidir.

Yılan, derisini değiştirebilen bir hayvan olduğu için yenilenmeyi temsil etmiştir. Bu özelliği, onun ölümsüzlüğün veya yeniden dünyaya gelişin simgesi olmasını sağlamıştır. (Campbell, 1995a: 13-14). Yılan özellikle paleolitik dönemde sonsuz yaşamın simgesi olarak kabul edilmiştir. Nitekim antropolojik araştırmalar neticesinde yılanın paleolitik dönemde arka yüzünde ölüm labirenti bulunan bir plakette



resmedildiği ortaya çıkarılmıştır. Buradan hareketle yılanın eskiden beri ebedilikle özdeşleştirilen bir figür olduğunu söylemek mümkündür (Campbell, 1995b: 383).

Yılan sadece mitoslarda değil aynı zamanda önemli inanç sitemlerinde de kendine yer bulmuştur (Eliade, 2003: 207-208). Yılan, Eski Ahit'te yaratılış bölümündeki pasajlara bakıldığında olumsuzlanan bir motiftir. O, Havva'nın aklını çelen ve bilgelik ağacının bekçiliğini yapan kurnaz bir hayvandır. Dolayısıyla Eski Ahit, Âdem ve Havva'yı safça kanan, yılanı ise kandıran bir konumda tasvir eder. Eski Ahit anlatısında yılan, diğer birçok kültür de olduğu gibi hayat veya gençliğin koruyuculuğunu da simgelemektedir. Fakat Yahudi kutsal metninde yılan, Tanrı ile insan arasında sorun çıkaran bir varlıktır. O, ilk insanların cennetten kovuluşuna neden olmuştur. Kurnazlığı yanında kötü olması yılanın Yahudilikteki en belirgin özelliğidir. Bu dinde yılan, insanın ölümsüzlük arzusuna vurulmuş bir sekte olarak ifade edilmiştir. Ölümlü varlıkların iyi ile kötüyü bilmeleri ve ölümlü olduklarını anlamaları yılanın kötü niyeti ve davranışları nedeniyledir. Böylece Eski Ahit anlatısında ve Yahudilik kültüründe yılan figürü aldatma ve aldanmanın sembolü olarak ön plana çıkmıştır (Yasdıman, 2011: 9-35).

Kadının günahla, yılanın günahla ve böylelikle yaşamın günahla böyle özdeşleşmesi cennetten kovulma doktrinindeki tüm hikâyeye verilen bir dönemeçtir. Freud'a göre (1931), "baştan çıkarma, işin içine girdiği yerde, gelişme süreçlerinin doğal akışı daima bozulur; çoğunlukla önemli ve kalıcı sonuçlara yol açar". Yasak olması ilişkiyi daha da cazip hale getirmiştir. Diğer sembolik öğelerden biri de çıplaklıktır. Psikanalizin etos ve mitosları da cennetten kovulma temasını ima eder. Kopuşun merkezinde olan arzu ve yasak arasındaki uzlaşmaz çelişki, insanın evrim sürecinde karşılaştığı ve içerdığı yalan-gerçek; yanlış-doğru; doğa-insan ikilemelerinin sonucudur. Artık geriye dönüş olanağı yoktur. İnsan bu ikilemlerle karşılaşması ve kopuşla uğraşması öncesindeki kendiliğinden yaşantıya dönemeyecektir. Cennet tasvirleri arzu ve yasak çelişkisinden kurtulma müjdeleri taşır. Bir gün kaybedilmiş yere geri dönecektir. Cennet vaat edilen selamettir;

Daha da net bir biçimde, mitoslar düzleminde, başlangıç imgelerinin asıl anlamı bitişe ait imgelerden gelmektedir. "Sürgündeki ruh" mitosunun karşısında, bilme yoluyla arınma imgeleri vardır; ilk Âdem figürüne, art arda gelen, kral, Mesih, çilekeş iyiler, insanoğlu, Efendimiz, Logos karşılık verir. Kötülük imgelerine asıl anlamlarını veren, selamet imgeleridir (Ricoeur, 2001: 47).

Hıristiyanlıkta da yılan çift yönlü ve değişkenlik gösteren bir sembol olarak belirir. O, hem bilgeliğin sembolü olarak İsa ile özdeşleştirilir hem de Âdem ve Havva'nın cennetten yeryüzüne düşmesine neden olan kötü bir canlı olarak nitelendirilir. İsa ile sembolize edilen yılan, Nil Nehri'nde yaşayan küçük su yılanı Hydrus'tur (Allaby, 2010: 91). Diğer taraftan yılan veya ejderha özellikle cennette düşüş öyküsünde şeytanla eş tutulan bir varlıktır ve asli günahın bütün insanlığa bulaşmasında onun büyük payı vardır. Fakat bilge olan İsa, çarmıhta can vererek başta yılan olmak üzere günaha neden olan bütün etmenleri ortadan kaldırmıştır. Dolayısıyla iyi yönü İsa'da bilgelik olarak açığa çıkan yılan, şeytanla özdeşleştirilen kötü yönüne galebe çalmıştır. Hıristiyanlıkta çift yönlü işlevi ifade eden bu durum, yılanın kabuk değiştirir gibi anlam değiştirebildiğini ortaya koymaktadır (Vahiy, 12: 9; 2. Korintliler, 11: 3). Bu yüzden yılan iki zıt bir aradadır. İnsan-doğa etkileşimi, yılan ile olan ilişkide betimlenir. Bahsedilen karşıtlıklarda erkek ve dişi bir prensibin iki yönüdür. Cinselliğin ortaya çıkışı "cennetten kovulma" mitiyle ortaya çıkmıştır. Burada herkesin en çok ilgisini çeken şey yasak meyve ve ondan yenmesi sahnesidir. Bu sahne baştan sona bir sembolizm içermektedir. Psikanalistler öteden beri bu meyvenin kadın cinsel organı ile ilişkili olduğunu vurgularlar. İlk günah konusunu işleyen tüm yazar ve sanatçılar, bu meyveyi kırmızı bir elma olarak tasvir etmişlerdir. Hatta bazı araştırmacılar bunun cinsel ilişkiyi temsil ettiğinde de hemfikirdirler. Bu durumda Âdem ile Havva'nın işledikleri suç da cinsellik olmaktadır (<https://ismailhakkialtuntas.com/2015/02/22/ilik-gunah-ve-cennetten-kovulma-mitinin-sifresi/>).

"Ama cinsel dürtü tarafından yönlendirilen sürecin özü iki hücre gövdesinin kaynaşmasıdır. Ancak böylelikle yüksek canlılarda canlı maddenin ölümsüzlüğü güvence altına alınmış olmaktadır. [...] O halde "cinsiyet çok eski değildir ve cinsel birleşmeyi ortaya çıkaracak olan olağanüstü şiddetli dürtüler, bir kez rastlantıyla olmuş ve o zamandan beri avantajlı olduğu için sağlamlaşmış olan bir şeyi yinelemektedirler" (Freud, 2009: 63).



Yasak meyve yiyenlerin ölümlü olacağı gözden kaçırılmaması gereken bir semboldür. Ölümsüz bir yaşam olan cennette, cinselliğin yasak olması, doğumun da olmayacağı anlamına gelir. Ölüm yoksa zaten doğuma da ihtiyaç yok demektir. Cinsel ilişki, üremek, yaşamın devamını, neslin devamını sağlamak demektir. Bu da, ölümün doğa kanunu olarak anlam bulması demektir. "Ölümün 'asıl sonuç' ve bu bakımdan yaşamın asıl amacı, cinsel dürtülerin ise yaşam isteminin somutlaşmasıdır" (Freud, 2009, 58). "Yaşam ölüme doğru yol aldığı için, cinsellik bu yoldaki büyük umut olmaktadır. Cinsel dürtüler 'gerçek yaşam dürtüleridir'; diğer dürtülerin, işlevleri nedeniyle ölüme götüren yönelimlerinin tersine iş görür onlar" (Freud'tan aktaran, Ricoeur, 2007: 254). İnsanların cennet dışına çıktığında ölümlü olması bu nedenle önem taşımaktadır. İnsana vaat edilen cennet yine ölümsüzlük içeren büyük bir rüyadır.

Afişte birçok görsel eğretilmeye yer verilmektedir. Afişin konusu doğrudan onu temsil eden gösterenlerle değil, onu çağrıştıracak ve o anlamı verecek benzer nesnelere aktarılmaktadır. Böylece, afiş kurmak istediği bağlantıyı, bu nesnelere ya da 'şeylerin' okuyucular için ifade ettikleri anlamlarla sağlar. Bir nesne veya kişi, temsil ettiği şeyin yerine geçer ve temsil gücü kazanır. Öyleyse afişte gösterilen tüm bu imgeler ve simgeler gösteren olarak cennetten kovulma mitindeki cinsellikle işlenen ilk günahı, baştan çıkarmayı, yaşam-ölüm dürtülerini anlatır. Gösterilen kadın imgesi Havva'nın göstereni, parfüm şişesi yasak meyvenin gösterenidir. Yılan simgesi baştan çıkarmanın, yaşamın ve ölümün, sonsuzluğun ve buna benzer zıt anlamların/çiftanlamlılığın göstergesidir. Afişte gösterilen konumundaki bu öğeler cennetten kovulma mitinin gösterenlerine dönüşür. Bu anlam aktarımıyla da cinselliğin, baştan çıkarmanın, yaşam-ölüm dürtülerinin temsilcisi haline gelirler. Cennet bahçesi reklam afişinin metaforudur. Kadının Havva'nın yerine, parfüm şişesinin yasak meyvenin yerine konması eğretilme kapsamına girmektedir. Yılan simgesi psikanalitik kuramda fallik bir imgedir ve reklam afişinde metafor olarak kullanılmıştır. Freudyen bakış açısından yılan aynı zamanda penis, kırmızı elma da kadın cinsel organını temsil eder. Freud'un kadında penis imrenmesi ya da penis eksikliği olarak açıkladığı durumda kadın, kendini eksik hissetmektedir. Yılan reklamın fallik imgesidir. Reklam kadının bu simgesel eksikliğini o ürünü alarak tamamlayabileceği mesajını vermekte, parfümü arzu nesnesi olarak sunmaktadır.

Metnin Kodlar Açısından Çözümlemesi

Afişte kullanılan kodlar, toplumsal geçmiş ya da kullanıcılar arasındaki uzlaşmaya dayanan kültürün ürünüdür. Anlam aktarımı ise, söz konusu kodlar aracılığıyla yapılmaktadır. Afişin, okuyucu için anlamlı olması, okuyucunun kodlarla uzlaşmasına yani onları tanımaya bağlıdır. Kodların uzlaşması demek, göstergeler aracılığıyla anlamın değiş-tokuş edilmesi anlamına gelir. Uzlaşılabilir kodlar, göstergeler aracılığıyla "anlam değiş-tokuşunun" gerçekleşmesidir. Bu konuda imajlar, imgeler ve simgeler önem taşımaktadır. Kadın, yılan ve kırmızı elma formundaki parfüm şişesi cennetten kovulma mitinin öğeleriyle anlam olarak örtüşmektedir. Bu mit birçok kültürde bilinmekte ve birçok inanç sisteminde kendine yer bulmaktadır.

Metnin Dizisel / Dizimsel yapısı

"Masalarda kimi işlevler ikili karşıtlıklar üzerine kuruludur: Yasak/Yasağın çiğnenmesi, Çatışma/Zafer; İzlenme/Kurtarma" (Küçükdoğan, 2012: 140). Aynı şekilde reklâm metninin dizisel yapısı göstergebilimsel anlamda ikili karşıtlıklar üzerine kurulmuştur. Yani metinde sözü edilen anlam aynı zamanda sözü edilmeyen anlamı da içermektedir. Burada çağrışımsal bir yol izlenmektedir. Metnin dizimselliği ise, seçilen birimlerin yan yana gelip bir anlam oluşturması biçimidir. Bu bağlamda metnin dizisel olarak ikili karşıtlıkları aşağıdaki gibidir:

Cennet → Cehennem

Sevap → Günah

Ödül → Ceza

Yaşam → Ölüm

Kadın → Erkek

Tanrı → İnsan

İyi → Kötü

Yasak → Yasağın çiğnenmesi → Arzu



Eksik → Tamamlanma → Arzu

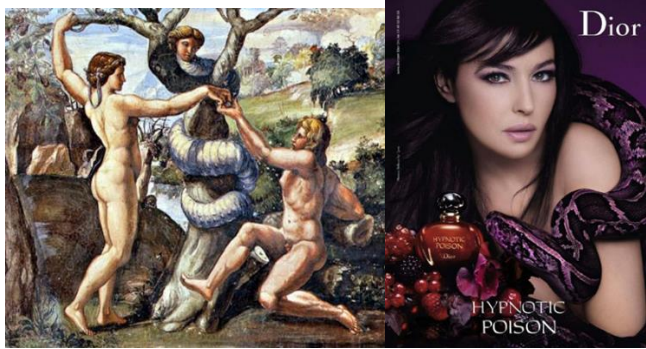
Bütün bu göstergelerin seçilip, yan yana getirilmesi ve afişin anlamını ortaya çıkarması ise afişin dizimsel boyutuna örnektir. Reklam afişinde bunlar bir araya gelerek cennetten kovulma mitini anlatmaktadırlar.

Reklam afişinde çağrıştırılan cennet, cinsellik, günah, baştan çıkarma, yaşam, ölüm, kadın ve erkek tüm kültürlerde bilinen ortak simgelerdir. Başlangıçta bir gösterge niteliği taşıyan kadın, yılan ve kırmızı elma şeklindeki parfüm şişesi daha sonra gösteren haline gelmiştir. Bunların, bu afiş dışında da okuyucular için anlamları vardır ve bu anlamları bildiğimiz varsayılmaktadır. Yani tüm bu göstergeler ne anlama geliyorsa, afiş de o anlamların hepsini taşır ifadesi, afişin söylenini oluşturur.

Metnin Metinlerarasılığı

Afişteki göstergeler cennetten kovulma mitine gönderme yapmaktadır, çünkü kadın imgesi, yılan sembolü ve yasak meyveye benzetilmekte; parfüm şişesi de cennetten kovulma mitini aktarmaktadır. Bu da afişin "metinlerarasılık" özelliğini göstermektedir.

Cennetten kovulma tablolarıyla reklam afişi yan yana getirildiğinde gerçeküstücülüğün kültürel imgeleri ve mitleri bağlamındaki benzerlik göze çarpmaktadır. Reklam okurunun/izleyicisinin bilinçdışına seslenilmiş ve ürün gerçeküstü bir kimliğe büründürülmüştür. Yıldırım'a göre (2013: 7-8), bilinçdışında en derinlere gidenler en gerçeküstü olanlardır. Bilinçdışının olduğu yer, markaların evrenidir.



Resim 2 'The Original Sin' – Raphael'in Tablosu ve Christian Dior Hypnotic Poison Reklamı.

Kaynak: <http://karlshuker.blogspot.com.tr/2011/03/bipedal-snake-in-garden-of-edewhat.html>

<https://uk.pinterest.com/misssucette/pub-parfum/>

Christian Dior 'Hypnotic Poison' Reklam Afişi Değerlendirmesi

Afişin dizisel yapısı göstergebilimsel anlamda ikili karşıtlıklar üzerine kurulmuştur. Yani metinde kast edilen anlam aynı zamanda kast edilmeyen anlamı da içermektedir. Burada çağrışımsal bir yol izlenmektedir. Metnin dizimselliği ise, seçilen birimlerin yan yana gelip bir anlam oluşturması biçimidir. Afişte, anlamlandırmanın birer parçası olan, yananlam, düzanlam ve metafor gibi göstergebilimsel öğelerden bahsetmek mümkündür. Ayrıca, ikili karşıtlıklar ilkesi ile afişin dizisel boyutundan, bunların bir araya gelerek ve bütünleşerek afişi oluşturmasıyla ise afişin dizimsel boyutundan söz etmek olanaklıdır.

Reklam afişinde cennetten kovulma mitiyle geri dönmek istenen cennet, yani ruhsal mükemmelliğe, koşulsuz şartsız mutluluğa ve şefkate dair ilksel arzu dile getirilmiştir. Psikanalitik bakış açısıyla arzu-yasak, arzu-eksik kavramları üzerine kurgulanmış bir reklam örneğidir. Reklam tüketiciye bu eksikliğin üzerini örtmek, gizlemek sözü vererek bu eksikliği ürünün eksikliği anlamına indirgemıştır. Bu mitin ana temasını oluşturan baştan çıkarma, cinsellik, yaşam-ölüm dürtüleri de anlam aktarımıyla reklamın ana teması haline gelmiştir. Kadının arzuladığı erkeği baştan çıkarmasının yolu olarak Dior markasına ait



"Hypnotic Poison" isimli parfüm gösterilmiştir. Kadın imgesi Havva'nın, parfüm şişesi yasak meyvenin gösterenidir. Kadın, yılan ve şişe gösterilen konumundan cennetten kovulma mitinin gösterenlerine dönüşmüştür. Bunların hepsi bir araya gelerek cinselliğin, baştan çıkarmanın göstergeleri olarak reklamın mesajını oluşturmaktadır. Mit reklam afişinde düşsel bir sahneye dönüştürülüp kişilerin bilinçdışı arzularına seslenilmiştir.

Tablo 1 Christian Dior Hypnotic Poison Reklam Afişinin Göstergibilimsel Çözümlemesi

Gösteren	Gösterilen	Gösterge
Arka fonu mor renkte olan Reklam Afişi üzerinde güzel, baştan çıkarıcı bakışlarıyla esmer ve çıplak bir kadın imgesi, kadının boynunda mor renkte bir yılan, kırmızı elma formunda parfüm şişesi, Şişenin etrafında mor ve kırmızı renkte meyveler ve çiçek.	Cennetten kovulma Miti. Baştan çıkarma, cinsellik, ilk günah, yasak ve arzu, ruhsal mükemmelliğe geri dönme arzusu.	Christian Dior "Hypnotic Poison" Parfüm Reklam Afişi. 2008 Manken: Monica Belluci.
		Miti: Âdem'le Havva'nın Cennetten Kovulma Miti.

5.2. Büyülü Düşünce: Reklamda "Tılsım" Olarak Ürün

Yves Saint Laurent "Black Opium" Parfüm Reklamı



Resim 3 Yves Saint Laurent "Black Opium" Parfüm Reklam Afişi

Kaynak: <http://kokoshqirl.com/2015/01/yves-saint-laurentden-yeni-bir-koku-black-opium/>

Afişin Görüntüsel anlamı ve genel gösterenleri

Reklam afişinin sol üst tarafından aşağıya doğru uzanan siyah boncuklardan yapılmış tesbih biçiminde ucunda büyük kırmızı bir taş, püskül ve kalp figürü bulunan bir kolye göze çarpmaktadır. Afişin sağ alt köşesinde bir kısmı görünen gri tonlarda kenarları gri incilerle süslenmiş bir kutu bulunmaktadır. Afişin ortasında bu iki objenin ortasında siyah renkteki parfüm şişesi görülmektedir. Şişenin ortasındaki kırmızı dairenin içinde "Black Opium", "Yves Saint Laurent" yazısı yer almaktadır. Parfümün ve markanın adı bu kırmızı dairesel alana yazılmıştır. Objelerde siyah, gri ve kırmızı renklerin hâkimiyeti görülmektedir. Afişin arka fonu açık tonlarda beyaza yakın bir gri tonlamasıdır.

Gri renk, beyazla siyah rengin birleşiminden hâsıl olduğu için her iki renkten de mana almaktadır. "Beyaz rengin göz kamaştırıcı parlaklığını ve siyah rengin basıcı ağırlığını taşımaz. Yani daha ağırbaşlı bir yumuşaklık ifade eder" (Kalmık, 1950: 39). Bu renk, ağırbaşlılığın, sadakatin ve sessizliğin simgesidir. Gri renk, maviye doğru giden tonlarda kullanıldığında kasvetli, beyaza doğru giden tonlarda



kullanıldığında ise, huzurlu bir etki yaratmaktadır. (Kotan ve Kaya, 2010: 98). "Siyah renk, yas, ölüm ve ağırlığı çağırıştırır. Korku ve karanlığın rengi olduğu gibi, fenalıkların ve şeytanın rengi olarak da ele alınmıştır" (Pamuk, 1998: 151). Yani siyah renk denildiği zaman, insanoğlunun düşünce dünyasında olumsuz özellikler ön plana çıkmaktadır. Siyah rengin olumlu özellikleri ise, ciddiyet, güç ve otorite olarak ele alınabilir. (Kotan ve Kaya, 2010: 88). Genel itibarıyla kırmızı renk ise fiziksel gücün, hareketin ve canlılığın rengi olmakla birlikte, aşkın, ihtirasın ve cinselliğin temsilcisi olarak da ele alınabilir. Bazı kaynaklarda kan ve savaşı simgelediğinden bahsedilen kırmızı renkle, duygu dünyasında somut hayatın bir yansıması olduğu gibi, metafizik bir renge boyanmış ve âlemin yaratıcısı olan Tanrı, bu renkle ifade edilmiştir (Kotan ve Kaya, 2010: 85-86).

Afişte Anlam Aktarımı/Düzanlam, Yananlam, Metafor (Eğretileme) /Afişin Söylensel (Mitsel) Yapısı

Parfüm reklamcı tarafından muskamsı, tılsımlı, büyümlü obje olarak yeniden tanımlanmıştır. Reklamda görülen öğeler ise birer "tılsım"dır. Büyünün uygulamasındaki sebebi Freud *Totem ve Tabu* 'da (2013) insanın arzuları olarak teşhis ettiğini söylemiştir. İnsanın büyü yoluyla meydana getirdiği her şey, öyle olmasını istediği için olur. Reklamda kadının veya erkeğin 'birbirlerine duydukları arzu' dile getirilmektedir. Reklam "Black Opium" parfümünü arzu nesnesi olarak büyümlü bir obje şeklinde tanımlamıştır.

Parfüm şişesinin yanında bulunan ve tamamı görülmeyen incili kutu da, kolye de kadına erkek tarafından verilmiş birer hediye anlatımı gibidir. Bütün nesnelere erkeğin anlatımının içine yerleştirilirse kadının öyküsü ona erkek tarafından hediye verilmiş (orada bulunuş) olmasıdır. Bu durumda büyü işlevini gerçekleştirir. Uzayda ve zamanda büyümlü yaratıldığı etki bir şeyi başka bir şeye dönüştürür. Orada bulunmayan orada bulunur hale getirir. Parfümün kullanıldıktan sonra yaşanacakları açığa çıkarması gibi büyümlü sonuçlar yaratır. Reklam okuru bırakılan boşlukları doldurup anlatımın kahramanlarını yaratır. Öyküde bırakılan aralıkları doldurarak nesnelere bağıntıların göndergelerinin içeriğini garantiye alır. Burada deşifre eden ve deşifre edilen reklam okurunun/izleyicisinin bizzat kendisidir. Kaynaşmayı sağlayan ise, büyüdür. Parfüm, kolye, kutu ve reklam bilinen şeylerdir. Yani düzanlamlardır. Parfüm şişesi de kutu da açılabilir. Reklam orada bulunmayan açığa çıkarmak için deşifre edilebilir. Orada bulunmuş hem zamansal hem de uzaysaldır. Ancak orada bulunmayan kadın ve erkek parfüm şişesiyle orada buluşmaktadır. Böylece uzay ve zaman aşılmış olur. Bir tılsımın sonucu bir bilmeceyi yanıtı kadar zaten oradadır. Tek yapılması gereken parfümün satın alınıp kullanılmasıdır. Büyü uygulamalarındaki en önemli unsurlardan biri isimlerdir. Burada isim "Yves Saint Laurent"tir. Yani markanın kendisidir. "Büyü etkisi bakımından onunla bir defa temas edilmesi yeterlidir" (Freud, 2013:162).

Tabu ve Totem'de Freud'un belirttiği üzere (2013: 36), ilkel insanın bilinç dışında ölüm ve öldürme arzusu pusuya yatmıştır. Korku istekten daha güçlü olduğunda bunu tabulaştırmak ve büyü yoluyla korunmak arzusu doğmuştur. Evham dürtünün hizmetine girince korunma arzusunu doyumak için kültür yeni avunma nesnelere yaratır. Reklamdaki büyümlü düşünce animistik inanca dayalı olarak, ürünü tılsım olarak sunmak vasıtasıyla parfümü tüm olumsuzluklara karşı koruyucu, tüm arzuları gerçekleştirici işlevi yerine getirecek ürün olarak sunmaktadır. Bu da yananlam olarak değerlendirilebilir. Tüm bu anlamlar reklam afişinde ürüne aktarılmış ve bilinç dışı arzulara seslenerek parfüm arzu nesnesine dönüştürülmüştür. Burada ürün büyümlü harekete geçiren tılsımdır. Reklam afişindeki objeler büyü faaliyetinin araçlarını çağırıştırılmaktadır. Satın alma süreci ise büyümlü bir ayine dönüşen ritüeldir.

Freud'a göre, Animizm bir düşünce sistemidir ve aynı zamanda psikolojik bir kuramdır. "Mitolojinin Animizm bağlamı ön koşullara dayanıyor olması, dikkatimizi çeker. Ancak mit ve Animizm arasındaki ilişkinin ayrıntıları genel olarak hala belirsizdir" (2013: 156). Black Opium, "karanlık bağımlılık" anlamındadır. Çünkü *Opium* kelime olarak "afyon" demektir. Parfümün adı da reklamı gibi animistik düşünceye gönderme yapmaktadır. *Afyon* bilindiği üzere tıpta acıları ve ağrıları dindirmek için kullanılan, ancak sürekli kullanımında bağımlılık yaratan bir maddedir. "Afyon"un gıdada, tıpta



uyuşturmada veya dinsel törenlerde kullanılması Neolitik zamanlara kadar dayanmaktadır. "Afyon"daki morfinin çok etkili bir ağrı kesici olduğu bilinmektedir. *Morfin* kelimesi yine Yunanca kökenli ve mitolojik *Rüya Tanrısı Morpheus*'tan gelmektedir. Morpheus'un babası *Hypnos*, yani *Uyku Tanrısı*, amcasıysa *Thanatos*, yani *Ölüm Tanrısı*dir. Morfin'in ilaç veya başka amaçla kullanılması halinde karşılaşılan ölüm hali düşünüldüğünde, ismin kaynaklandığı Yunan mitolojisi tanrılarının – uyku, rüya ve ölüm – akrabalığı daha fazla anlam ifade etmektedir (Ozan, 2015: 270).

Bu mitolojik bilgiler bize Freud'un kuramında yaşam-ölüm dürtüleri olarak adlandırdığı *Eros ve Thanatos* ikilisini hatırlatmaktadır. Reklamda mitolojik öğeler ve psikanalitik kuramdaki yaklaşımlar örtüşerek bir büyü düşünce yaratılmıştır. Kırmızı ve siyah rengin kullanımı da *Eros-Thanatos* çiftinin temsil ettiği yaşam-ölüm dürtülerini ifade etmek için kullanılmıştır. Yves Saint Laurent'in "Black Opium" parfümü "bağımlılık yaratacak yeni dozunuz" mottosuyla tanıtılmıştır. (<http://kokoshgirl.com/2015/01/yves-saint-laurentden-yeni-bir-koku-black-opium/>). Bu aynı zamanda marka bağımlılığına da gönderme yapmaktadır.

Metnin Kodlar Açısından Çözümlemesi

Animistik inanca göre ilkel toplumlar inançları doğrultusunda tüm nesnelere bir ruhu olduğuna inanarak, onlarla eşit ilişki geliştirmişlerdir. Anlayamadıkları için korktukları doğa olaylarını da kutsayarak etkisizleştirmeye çalışmışlardır. Günümüz insanı ise korkularını tüketerek aşmaya çalışmakta ve yeni kimlikler satın alarak yarattığı üst gerçeklikte yaşamaktadır. Farkında olsun ya da olmasın bireysel ve toplumsal bilinç dışında varlığını sürdüren sembol, mit ve arketipleri tükettikleri ürünlere yansıtarak ve onlara birer ruh vererek bu ürünlere kutsallık atfetmiştir. Şekil değiştirse de daha girift hale bürünen sorunlar ve bunların yarattığı korkular varlığını her zaman korumaktadır (Altuntuğ, 2013: 120).

Animistik inancın, aydınlanmayla birlikte ortadan kalktığına inanılsa da; aslında içerik değiştirerek günümüzde de canlılığını muhafaza etmektedir. Adorno ve Horkheimer'a göre bu değişimin yönü, cansız canlı kılan animizmden, canlılığın ruhsal yönünü metalaştırarak, pazarlanabilir bir nesneye çeviren kapitalist sistemin pazar düzenine doğru olmuştur (Adorno ve Horkheimer, 1996: 49).

Sembolleştirme yeteneği sayesinde arketipsel simgeleri geçmişten bugüne taşıyan tüketiciler, Freud'un "arkaik kalıntılar" adını verdiği çağrışımları, tükettikleri nesnelere yöneltmektedirler (Jung, 2007: 47). Kapitalizm mitsel güçleri harekete geçirerek tüketicileri büyülemeye devam etmektedir.

Metnin Dizisel / Dizimsel Yapısı

Afişte aşağıdaki karşıtıkların bir arada kullanılması metnin diziselliğini yansıtır. Bunlar bir araya gelerek büyü düşünceyle modern tüketim dünyasını birleştirir.

Orada bulunmayış → Orada oluş	Kadın → Erkek
Animistik düşünce → Akıl	Ruhsallık → Meta
Yaşam → Ölüm	Kırmızı → Siyah
Bilinç → Bilinçdışı	
Zaman → Mekân → Uzay → Gerçek/fizik dünya	

Afişin Metinlerarasılığı

Afişte görülen objeler animistik inanca dayalı bir büyü ritüelini çağrıştırmaktadır. Freud'a göre (2013: 157), büyü banal psikolojik yöntemlere değil, özel araçlara başvurur. Afişte büyü olarak yeniden tanımlanan parfüm şişesinin üzerindeki markanın ve parfümün adı bir büyü tekniği olan bu isme dayalı büyü ritüelini anımsatmaktadır. Afiş bir büyü tekniğinde kullanılanlara benzeyen objelerle hazırlanmış bir görseldir.



Yves Saint Laurent 'Black Opium' Reklam Afişinin Değerlendirmesi

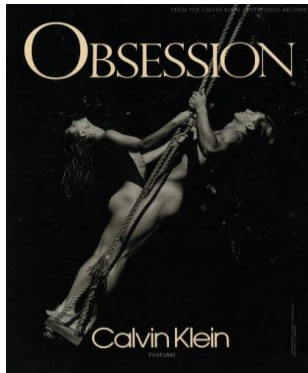
Reklam afişinde mitolojik ve psikolojik göstergeler aracılığıyla izleyiciye iletmek istediği mesajı aktarmaktadır. Bu süreçte reklam, tıpkı ilk insanların animistik inançları doğrultusunda; ürüne bir ruh atfederek, cansız canlandırdığı gibi, tüketim nesnesi olan parfümü de çeşitli mitolojik sembollerle örtüşürerek, ona bir ruh vermekte ve böylece onu canlandırmaktadır. Mitolojik kültürün izleri bireysel ve toplumsal bilinç dışında hala canlılığını sürdürdüğü için, geçmişle arasında bir bağlantı noktası oluşturarak, kendisini bütüne ait hissetmek isteyen tüketiciler, adeta mistik bir kimliğe bürünmekte ve tüketim nesnelerini bilinç dışı arzularla almaktadırlar. Reklam afişi psikanalitik kuramda "fantazileri var olmuş gibi kabul etme" düşüncesine dayanan büyü düşünce ile ilişkilidir. Postmodernizmin zaman ve mekân farkını ortadan kaldıran karakteri de reklam sektöründe etkili olmuştur. Bilginin yerini yorumun almasıyla ve gerçek ile gerçek olmayanın iç içe geçmesiyle gerçeküstü bir dünya yaratılmıştır. Ayrıca Freud'un da belirttiği gibi (2013: 172), hem zamansal açıdan, hem de içerik açısından Animizm aşaması Narsizme denk gelir. Tüketim kültüründe arzuyu yaratan reklamlar narsistik bir açılıma sahiptir, aynı zamanda reklam sürecinde narsistik kişilik gibi psikodinamik ve psikolojik rahatsızlıklardan yararlanılmaktadırlar.

Tablo 2 Yves Saint Laurent "Black Opium" Parfüm Reklam Afişinin Göstergibilimsel Çözümlemesi

Gösteren	Gösterilen	Gösterge
Reklam afişinde açık renk bir masanın üzerinde siyah renkte parfüm şişesi. Şişenin gövdesinde kırmızı yuvarlak zeminde Opium yazısı. Afişin sol tarafında siyah boncuklardan dizilmiş ucunda büyük kırmızı bir taş, siyah püsküller ve kalp figürü olan bir kolye. Afişin sağ alt köşesinde koyu gri-siyah renkte incili bir kutu.	Animistik inanç, büyü, tılsım. Büyü düşünce.	Yves Saint Laurent Black Opium Parfüm Reklam Afışı.
		İnanç: Animistik inanç.

5.3. "Aşk Ve Delilik" Mottosu: Reklamda Bilinç Dışı Ve Nevrotik Duygulara Seslenme

Calvin Klein "Obsession" Parfüm Reklamı



Resim 4 Calvin Klein "Obsession" Parfüm Reklam Afışı



Kaynak: <http://saklinotalar.blogspot.com.tr/2010/10/calvin-klein-obsession-1985.html>

Afişin Görüntüsel anlamı ve genel gösterenleri

Reklam afişi siyah-beyaz bir görseldir. Afişin en üstünde ortada büyük beyaz harflerle "OBSESSION" yazmaktadır. Sağ üst köşesinde "FROM THE CALVIN KLEIN ADVERTISING ARCHIVES" yazısı görülmektedir. Afişin alt ortasında "Calvin Klein PERFUME" yazısı bulunmaktadır. Afişte salıncakta ayakta sallanan her ikisi de çıplak bir kadın ve bir erkek imgesi görülmektedir. Salıncağın iplerinin bağlı olduğu yer görülmemektedir. Afişin arka fonu siyahtır. Yani karanlık bir mekânı ya da ortamı göstermektedir.

Afişin Anlatısal Göstergeleri

Reklam afişinde, anlatısal göstergelerden ilki olan parfümün adı için "OBSESSION" dilsel göstergesi, siyah fon üzerine beyaz harflerle yazılmıştır. Marka göstergesinin göstereni ise, en altta ortadaki "Calvin Klein PERFUME" yazısıdır. Afişteki siyah fon karanlığı vurgulamaktadır. Afişin üzerindeki "OBSESSION" ve "Calvin Klein PERFUME" yazısı beyaz harflerle yazılmıştır. Tasarımcı, fazla ayrıntıya ve renk kalabalığına girmeden, sade ve çarpıcı bir şekilde, okuyucunun ilgisini bu yöne çekmek ve okuyucuyu parfümün adı ve markanın ismiyle ürüne yönlendirmek istemektedir. Afişte salıncaktaki çıplak kadın ve erkek imgesi ve duruş pozisyonları cinsel birleşmeyi çağrıştırmaktadır. Afişin siyah fonu ise karanlığı, boşluğu ve psikanalitik bakış açısıyla bilinçdışını ve korkuyu imlemektedir. Salıncağın ritmik hareketleri ise, bilinçdışındaki dürtü gel-gitlerini aktarmaktadır. Metnin içindeki tüm unsurlar cinselliği simgelemektedir.

Afişte Anlam Aktarımı

Düzananlam, Yananlam ve Metafor (Eğretileme) /Metnin Söylensel (Mitsel) Yapısı

Parfümün adı olan "OBSESSION" psikanalizdeki "takıntı" anlamındaki kavramdır. Ürüne nevrozun adının verilmesi düzdeğişmece kapsamındadır. Psikanalitik kuramda açıklandığı üzere, takıntılı nevroitik yapıda libido genital düzeyde örgütlenmiş olmakla birlikte, kısmen ikinci anal döneme gerilemiştir. Kaygı temel olarak hadım edilme kaygısıdır; saldırgan ve erotik düşünce ve arzuların bilince çıkmasından duyulan korku şeklinde kendini gösterir. Bastırma mekanizması temel savunma olmasına karşın, yaygın dürtü türevleriyle baş etmekte yetersizdir (Tura, 2005: 27). Freud'un, sözcüğün tam anlamıyla bastırma denen şeyin kendisinin de bir bastırmaya oranla ikincil bastırma olduğunu söylerken kastettiği budur:

Birincil bastırma, dürtünün ruhsal sunumunun (temsiline) bilince kabul edilmemesinden ibarettir. Bu nedenle, bizim dürtünün ilk anlatımı saydığımız şey gerçekte bir takıntının ürünüdür; anlatım ile dürtü arasındaki ilişkiyi biz, yerleşik, tortulaşmış, 'sabitlenmiş' olmadığı sürece hiçbir zaman fark edemeyiz". Dürtünün birincil anlatımı sandığımız şey bir takıntının (fixation) ürünüdür (Ricoeur, 2007: 130).

Afişin dilsel göstergelerinden olan "Obsession" kelimesi ile ürüne anlam aktarımı yapılmıştır. Freud'un belirttiği gibi (2009), takıntı nevrozunda ve melankolide ben idealinin davranışı değişir. Bunun kaynağı bilinçdışı çatışmalardır. Freud, bu noktada önce korku teriminden bahseder. İç ve dış tehdide cevap olarak gelişen bu durum sonra dürtünün bir an önce boşalmasını sağlamayı amaçlayan ruhsal aygıtın haz ilkesi kavramıyla ilişkilidir. Korku 'ben' diyen ilk şeydir. 'Var olan tek şey benim, neden korkayım' dediği an yalnızlık başlar". Campbell (2013: 76), bu konuda, benliğin yalnız olduğunu anladığı zaman bir başkası daha olmasını arzuladığını ve iki olduğunu söylemiştir. Bu ikilik, kadın ve erkektir. Reklam afişinde de korkuyu simgeleyen siyah renk fon üzerinde bir kadın ve bir erkek imgesi görülmektedir. Afişteki karanlığı simgeleyen arka fon aynı zamanda bilinçdışını da simgelemektedir. Bastırmanın eğretileme olarak yorumlandığı psikanalitik yaklaşıma göre, karanlık fonun bilinçdışının yerine konulması eğretileme kapsamına girmektedir. Afişte siyah fon üzerinde salıncakta sallanan çıplak kadın ve erkek imgesi bilinçdışında bastırılan cinsel dürtüleri göstermektedirler. Salıncağın ipleri reklam afişinin fallik imgesidir.



Nitelikler afişe aktarılırken anlam alışverişi gerçekleşir ve afiş bu şekilde reklam okurunun çağrışımlarında değer kazanır. Çünkü afişe baktığımızda, afişle ürün/parfüm arasında doğrudan somut bir bağlantıya rastlamak mümkün değildir. Parfüm reklamları genellikle ürüne ait hiçbir bilginin olmadığı özel iletileri olan imgeye dayalı reklamlardır. Bu reklam afişinde de ürüne ait somut bir bilgi bulunmamaktadır.

Afişin Kodlar Açısından Çözümlemesi

Karanlık kavramı toplumların zihninde oluşmuş "korku ve gerilim" kavramlarını bir arada bulunduran kodlardan birisidir. Kadın ve erkek imgesinin çıplak olması, salıncağın gel-gitli hareketleri cinselliği simgeleyen kodlardır. Genellikle insanların zihninde kadın ve erkeğin çıplak ve yakın olması cinselliği çağrıştıran bir durumdur. "Obsession" terimi bilimsel çevrelerde "takıntı nevrozu" için kullanılan ortak terimdir. Ayrıca günümüzde evrensel olarak birçok kişi tarafından bilinmekte ve kullanılmaktadır.

Metnin Dizisel /Dizimsel Yapısı

Aşağıdaki zıtlıklar metnin diziselliğini yansıtır. Böylece bunların bir araya gelerek bilinçdışı, arzu, dürtü, takıntı ve cinsellik kavramlarının anlamları afişin dizimsel yapısını oluşturur.

Siyah → Beyaz

Kadın → Erkek

Bilinç → Bilinçdışı

Bastırma → Savunma → Takıntı

Metnin Metinlerarasılığı

"*Düşlerin Yorumu* bir düş anlatısının yerine bir başka anlatının, anlambilime ve sözdizimine uyacak bir anlatının konabileceği ve bu iki anlatının iki metin gibi karşılaştırılabileceği anlamına gelen bir tezdir" (Freud, 1996a: 174). "Bir düş bir tür resim bilmecesidir" (Freud, 1996b: 12). Reklam afişi bir düş metni gibi değerlendirilebilir. Bu düş anlatısı ile reklamın anlatısı iki metin gibi karşılaştırılabilir. Böylece "bilinçdışı arzu" deşifre edilebilir. Bu da afişin "metinlerarasılık" özelliğini göstermektedir. Barthes, *Metnin Hazzı* 'nda (2007: 121), Freud'u onaylayarak okumayı düş kurmayla aynı görmektedir. Kurgudan alınan hazzın düşte kendini gösteren bir arzu doyurma fantezisi gibi işlediğini söylemiştir.

Calvin Klein 'Obsession' Reklam Afişinin Değerlendirmesi

Odabaşı'na göre (2013: 118), cinsel uyanmanın hedonik tüketim biçiminin temel sonuçlarından olduğu söylenebilir. Reklam afişinde cinsel birleşme salıncak üzerinde ve ritmik hareketleri imleyecek şekilde kurgulanmıştır. Salıncağın gel-gitleri dürtülerin gel-gitleriyle, cinsel birleşmenin ritmik hareketleriyle özdeşleştirilip yananamlar oluşturulmuştur. Burada çağrışımsal bir yol izlenmektedir. Böylece haza dayalı tüketimin temel sonuçlarından olan cinsel uyanma durumuyla benzerlik gösteren afişin bilinçdışı arzuyu, cinsellik simgesini tüketici özne inşasında nasıl kullandığı görülebilmektedir.

"Obsession" teriminin parfümün adı olarak kullanılması yaratacağı etkiyi vurgulamak içindir. Reklam, parfümü kullanan kişilerin karşı cinste yaratacakları arzunun bir takıntıya dönüşecek kadar etkili olabileceğini söylemektedir. Aynı zamanda bu tutku markaya duyulan tutkunun takıntısı anlamına da gelebilir. "Aşk ve Delilik" mottosuyla yola çıktıklarını söyleyen reklamcı aşkla delilik arasındaki şeyin tutku olduğunu belirtmiştir. "Dürtüler üzerinde en azından birkaç varsayım yürütmekten kaçınmayan psikanaliz önce 'ağlık ve aşk' sözlerini model alan dürtü ayrımını" ele almıştır (Freud, 2009: 59). "Bastırılmış dürtü birincil bir doyum yaşantısının yinelenmesinde ısrar ederek kendisinin tam doyumunu sağlamaya çalışmaktan hiçbir zaman vazgeçemez" (Freud, 2009: 51). Reklam afişinin kurgusu cinsel dürtüler üzerinedir. Ürüne verilen isim de bu dürtülerin bastırılmasıyla ilgili olarak gerilemeye ve bu gerilemede savunma mekanizmasının yetersiz olması durumunda ortaya çıkan "takıntı nevrozu" nun ismidir. Reklam afişinde psikanalize ait kavramlardan ve unsurlardan yararlandığı görülmektedir.



Tablo 3 Calvin Klein "Obsession" Parfüm Reklam Afişinin Göstergibilimsel Çözümlemesi

Gösteren	Gösterilen	Gösterge
Reklam afişinde siyah zemin üzerinde salıncakta çıplak bir kadın ve bir erkek, en üstte "Obsession" yazısı, en altta Calvin Klein yazısı, tüm afişe hâkim siyah rengin tonları, salıncak, siyah-beyaz bir fotoğraf.	Zaman-mekân algısının olmaması (bilinçdışı), belirsizlik, cinsellik, cinsel dürtüler, salıncığın gel-gitleriyle ruhsal durumun gel-gitleri arasındaki ilişki, salıncığın ipleri (fallik imge), Obsession kelimesinin takıntı anlamıyla ilişkili takıntılı nevroz durumu.	Calvin Klein Black Opium Parfüm Reklam Afışı. 1989. Modeller: Marcus Schenkenberg Carré Otis Çağrışım: Freud'un takıntı nevrozu analizi. Takıntılı ve tutkulu ruhsal durum.

5.4. "Marilyn Monroe" : Reklamlarda İdeal Ben'in Oluşturulması

Chanel No.5 Parfüm Reklamı



Resim 5 Chanel No. 5 Parfüm Reklam Afışı

Kaynak: <http://stylecaster.com/beauty/vintage-chanel-no-5-ads/#slide-4>

Afişin Görüntüsel Anlatımı ve Genel Gösterenleri

Reklam afişinde Marilyn Monroe elinde Chanel No.5 parfüm şişesi ile görülmektedir. Eline damlattığı parfümle göğüslerinin arasına dokunmaktadır. Tek askısı omuzundan düşmüş seksi bir kıyafetle görülmektedir. Sarı dalgalı saçları, kırmızı ruju, yarı kapalı olan gözleri ve gülen yüzüyle çekici ve seksi bir kadın imgesidir. Afişte kullanılan renk bakır tonlarındadır. Afişin sol alt köşesinde Marilyn Monroe imzası görülmektedir.

Anlatısal Göstergeler

Afişte Marilyn Monroe ve elinde tuttuğu ağız açık Chanel No.5 parfüm şişesi görülmektedir. Marilyn Monroe bir Hollywood yıldızı olmasından dolayı güzelliği, seksiliği, şıklığı, şöhreti ifade ettiği için parfümle arasındaki bağ anlam kazanmaktadır. Reklam afişinin teknik göstergelerinden olan renk göstergesi olarak bakır renk tonları kullanılmıştır. Kırmızı rengi çağrıştıran bir diğer renk türü de, bakır rengidir. Bu rengin karşı tarafta bıraktığı istek ve arzu, göndergesel bir renk olan bakır ile anlatılmıştır.



Yani reklamın bütünü dikkate alındığında bakır renk, cinselliğin, şehvetin, arzu ve isteğin rengi olmuştur (Kotan ve Kaya, 2010: 88). Afişin sol alt köşesinde yer alan "Marilyn Monroe" imzası afişin dilsel göstergesidir. Aynı zamanda markaya ve ürüne attığı imzayla onunla özdeşleşmiştir.

Afişte Anlam Aktarımı

Reklamda Marilyn Monroe ile parfüm şişesi, herhangi bir anlatımla değil, yan yana olmalarıyla ilişkilendirilebilir. Chanel No. 5 reklam aracılığıyla Marilyn Monroe ile birleştirilmiştir. Chanel No. 5, Marilyn Monroe ile aynı anlam ya da imgeyi paylaşmaktadır. Marilyn Monroe'nin Hollywood dünyasında ve magazin dergilerinde ifade ettiği anlamı Chanel No. 5 tüketim dünyasında ifade etmekte, aynı anlama gelmektedir. Reklam zaten var olan başka bir mitolojik dili ve gösterge sistemini kullanmaktadır. Reklamda Marilyn Monroe gösteren, onunla gösterilen ise çekicilik, seksilik, güzellik, ün ve şöhrettir. Aralarındaki bu ilişki Chanel No. 5'e aktarılmıştır. Parfüm, Marilyn Monroe'nin kendisinin yerini almıştır. Bu durumda parfüm, yani Chanel No. 5 artık bu anlamları taşımaktadır. Marilyn Monroe'nin imgesi parfüme aktararak, düşünce ve duyguların ondan kaynaklanması sağlanmıştır. Bu anlam ürüne yapıştırılmıştır. Reklam izleyeni bu aracı nesne ya da kişiyi zihinsel süreçte atlar. Parfüm ile bir imge/duygulanım tüketicinin zihninde ilişkilendirilmiş olur. Ancak bu ilişkilendirilme süreci bilinçdışıdır. Reklamın sağladığı nesnel bağıntı duyguları uyandırır, ancak duyguları uyandıran reklam değildir. Reklam sadece bir duygunun düşüncesini (Freud'un düşünceleri dediği şey) uyandırır. Bunu da duyguyu, parfümü işaret eden bir gösterge olarak kullanmak suretiyle yapar. Bu reklamda duygu ve parfüm, reklamda gösteren-gösterilen olarak birbirinin yerine geçebilir durumdadır. Reklam, parfümün satın alınması durumunda bu duyguların, çekicilik, güzellik, seksilik gibi beklentilerin yerine getirileceği sözünü de vermektedir. Marilyn Monroe bir fotoğraf tarafından gösterilendir. Sonra "o" gösteren olmaktadır.

Metnin Kodlar Açısından Çözümlemesi

Marilyn Monroe dünyaca ünlü bir Hollywood bir yıldızıdır. Model ile ürün yan yana getirilirken aynı anlamda iki şey sunuluyormuş gibi yansısı da bu birlikteliğin anlamlı olması, okuyucu/izleyicinin kodlarla uzlaşmasına, yani onları tanımasına bağlıdır. Uzlaşılabilir kodlar, göstergeler aracılığıyla "anlam değiş-tokuşu"nun gerçekleşmesidir. Bu konuda imajlar önem taşımaktadır.

Metnin Söylensel (Mitsel) Yapısı

Marilyn Monroe herkesin düşlerini süsleyen ve onun gibi olma arzusunu yaratan önemli bir figürdür. Kırmızı ruj, sarı saçları ve seksi tavrıyla bir ikondur. Chanel No.5 de onunla özdeşleştirilmiş ve aynı anlamları taşıyarak günümüzde aynı değeriyle varlığını sürdürmektedir. Mitin/Efsanenin adı, Marilyn Monroe ve Chanel No.5 olmuştur. Marka bir gerçeküstüçülük yaratmış, kendi adını mitikleştirmiştir.

Metnin Metinlerarasılığı

Andy Warhol'un Marilyn Monroe ve Chanel No. 5 için yaptığı birçok postmodern olarak nitelendirilebilecek screen print (film baskısı) çalışması vardır. Jameson (1984), sanatsal postmodernizmin yükselişini neo-Marksist bir çerçeveden işaretlerin ve sembollerin aralıksız dolaşımı ve küresel bilgi akışıyla nitelenen bir geç kapitalizm aşamasına girilmesiyle açıklar. İmgelerin hazcı tüketimi, kapitalizmin bu aşamasının merkezinde yer alır. "Kültürde postmodernizme ilişkin her duruş, aynı zamanda, zorunlu, açık ya da örtük olarak bugünkü çokuluslu kapitalizmin doğası üzerinde siyasal bir duruştur" (Jameson, 1984: 55). Bu reklam afişi bunun en bilinen örneklerindedir.



Resim 6 Pop Art, Marilyn Monroe ve Chanel No.58 ve Chanel No. 5 by Karl Black 36x24 Art Print Poster Kaynak: <https://guide.alibaba.com/shopping-guides/monroe-poster.html>

Chanel 'No.5' Reklam Afişinin Değerlendirmesi

Parfümle nesnel bağlantısı olan kişi veya şey (Marilyn Monroe) arasındaki bağlantı reklam okuru/izleyicisi tarafından kurulduğundan bu bağlantı artık reklam okuru ile de kurulmuştur. Aynı zamanda parfüm ve onun taşıdığı anlamlar reklamı izleyen kişinin de yerine geçer. Chanel No.5 ile Marilyn Monroe (gösterenler) arasında parfümün anlam kazanma sürecinde, parfüm artık reklam okurunun/izleyicisinin yerine geçmiştir. Yani yerine geçtiği kişiyi, reklam izleyenini gösterir. Böylece reklam özel bir özne yaratır. Reklamda Chanel No.5 kullanan kişinin diğer insanlardan farklılaşacağı mesajı verilmektedir. Önce bir gruba ait olma durumunu, sonra da sadece bireyler olarak öznel oluşturulan reklam, bireyi ürün aracılığıyla yeniden birleştirilecek olan parçalanmış bir benlik halinde bölümlere ayırır. Bu "ben" in söylemidir, "ideal ben" arzusudur. İdeal ben, yer değiştirmiş narsistik bendir. "İdeal ben" deyimini kesin bir biçimde "narsistik ben ideali" sözünün eşanlamıdır. Dolayısıyla, deyim narsistik bağlamını sıkı sıkıya korumak gerekmektedir" (Ricoeur, 2007: 192-193). Başka bir deyişle, reklam bireylerin "kendilik imajını" develüasyona uğratar. Böylece insanların bireycilik ethos'unda herhangi bir potansiyel kesilmeye kısa devre yaptırır. Aslında Marilyn Monroe olamayacağını bilse bile, onun gibi olma arzusu daha güçlü olduğundan kişi kendini reklamdaki film yıldızıyla özdeşleştirir. Bunun sonucunda da hiçbir zaman öyle olamayacağından kendine yabancılaşır.

Tablo 4 Chanel No. 5 Parfüm Reklam Afişinin Göstergelimsel Çözümlemesi

Gösteren	Gösterilen	Gösterge
Reklam afişinde elinde Chanel No. 5 parfüm şişesi tutan Hollywood yıldızı Marilyn Monroe'nin fotoğrafik imgesi.	Çekicilik, seksilik, güzellik, şöhret, tüm erkeklerin arzusu olan ideal ve efsane bir kadın: Marilyn Monroe. ve Chanel No. 5 Efsanesi.	Chanel No. 5 Parfüm Reklam Afişi 1952. Model: Marilyn Monroe
		Çağrışım: Güzel, çekici arzulanan kadın olmak, Marilyn Monroe gibi seksi ve güzel bir kadın olmak. "İdeal ben".



5.5.Üstben'in Söylemi, "Sosyal Statü": Reklamlardaki Başarı, Güç, Kariyer Ve Sosyal Statü Arzusunu Gerçekleştirme Vaadi: Hugo Boss Erkek Parfümü Reklamı



Resim 7 Hugo Boss Erkek Parfüm Reklam Afışı

Kaynak: <http://www.theblondespool.com/HUGO-BOSS-SS16>

Afişin Görüntüsel Anlatımı ve Genel Gösterenleri

Reklam afişinde koyu gri tonlarında takım elbise giymiş bir erkek imgesi görülmektedir. Arka fonda bir metropole ait olduğu düşünülen bir manzara –deniz, köprü ve şehir- bulunmaktadır. Bu afişteki mekân göstergesidir. Afişin sağ yarısı koyu şeffaf bir renkle diğer yarısından bölünerek ayrılmıştır. Farklı bir renkle oluşturulan bu fonun üzerine dilsel göstergeler ve parfüm şişesi görseli yerleştirilmiştir. Bu göstergelerden "MAN OF TODAY" ve "GERARD BUTLER FOR BOSS BOTTLED" yazıları afişin sağ üst köşesinde yer almaktadır. Parfüm şişesinin görseli bu yazının hemen altında yer almaktadır. Bu görselin altında, afişin sağ alt köşesinde ise "BOSS", "HUGO BOSS" göstergeleriyle markanın ve parfümün adı gösterilmiştir. Sağ alt köşede bu göstergelerin altında ise #MANOFTODAY göstergesi yer almaktadır.

Anlatısal Göstergeler

Afişte görülen erkek imgesi Gerard Butler'dir. Hem kariyeri, hem kişiliği itibariyle toplumun saygınlığını kazanmış bir karakterdir. Bu konumuyla sosyal statü ifadesidir. Hugo Boss parfüm şişesiyle yan yana durmaları bu anlamdan dolayıdır. Afişin sağ üst köşesinde yer alan "MAN OF TODAY" ve "GERARD BUTLER FOR BOSS BOTTLED" göstergeleri reklamın dilsel göstergelerindedir. "MAN OF TODAY" "Bugünün erkeği" anlamıyla postmodern döneme, günümüze ait erkek imajını Gerard Butler üzerinden yansıtmaktadır. Afişte parfüm görselinin hemen altındaki "BOSS" ve "HUGO BOSS" göstergeleriyle markanın ve parfümün adı gösterilmiştir. En alt sağ köşede yer alan #MANOFTODAY göstergesi ise twitter ve instagram için hazırlanmış hashtag uygulamasını ifade etmektedir. Sosyal ağlar üzerinden de tüketicisine ve onların yorumlarına ulaşmak isteyen marka yine günümüze ilişkin medya uygulamalarıyla kendisinin postmodern döneme, yani günümüze ait olduğunu belirtmektedir.

Reklam afişindeki renkler, özellikle koyu gri, mavi ve altın rengi, ayrıcalıklı olmanın, statünün ve toplumsaldaki üst sınıfın ifadesinin renkleridir. Arkada görülen metropol manzarası ve erkek imgesinin giyim tarzı günümüzün yaşam tarzını ve profesyonel iş hayatını simgelemektedir. Bugünün erkeğini betimleyen ve parfümle Gerard Butler'i özdeşleştiren tüm bu göstergelerde ürünle kişi gösteren ile gösterilen olarak birbirinin yerine geçmektedir.



Afişte Anlam Aktarımı

Reklam afişinde erkek imgesi ve şişe olarak kendi başına bağlantılı değillerdir, ancak aynı anlama sahip olmalarından dolayı bir araya konmuşlardır. Aralarındaki bağ, Gerard Butler'ın toplumdaki bireyler için ifade ettiği şey anlamındadır. Anlam aktarımı sadece reklamın içinde gerçekleşmektedir. Zaten "Gerard Butler for Boss Bottled" sloganı ile bu desteklenmiştir. Reklam burada bir anlam icat etmemiştir, zaten bilinen bir gösterge ile ona anlam tercüme etmektedir. Parfüm ile bir imge/duygulanım tüketicinin zihninde ilişkilendirilmiş olur. Ancak bu ilişkilendirilme süreci bilinçdışıdır.

Afişte kullanılan renkler, arka fondaki metropol görüntüsü, takım elbiseli ve tanınmış erkek imgesi "sosyal statü", "kariyer", "zenginlik", "yakışıklılık", "üst sınıfa ait olma", "başarı" gibi kavramları simgelemektedir. Bunların anlamı günümüzde erkeğin bir kadın tarafından tercih edilmesi, arzulanır olması, kimliği ve onun sosyal statüsü ile ilişkilidir. Günümüz erkeğinin nasıl olması gerektiği reklam aracılığıyla anlatılmaktadır.

Metnin Kodlar Açısından Çözümlemesi

Reklam afişinde gösterilen erkek imgesi, günümüz tüketim kültürünün belirlediği yaşam tarzına, sosyal statüye ve beğenilmeye uygun bir modeldir. Toplumun büyük bir bölümü giyimiyle, kullandığı markalarla, yaşadığı şehir veya mekânla ilişkili olarak insanlar hakkında değer yargılarına sahiptir. Bu söylemselliğin kodaçımını reklam okuyucusu/izleyicisi bilinçdışı olarak yapar.

Metnin Söylensel (Mitsel) Yapısı

Psikanalitik bakış açısıyla "sosyal statü", "toplumsal normlar", "ben ideali" gibi kavramlar üstben'le ilişkilidir:

Oidipus kompleksinin egemenliğindeki cinsel aşamanın en genel sonucunun, bu iki özdeşleşmenin bir şekilde birleşmesinden oluşan bir ben tortusu olduğu varsayılabilir. Ben'deki bu değişim özel bir yer tutar, ben'in öbür içeriklerine karşı bir ben ideali ya da üstben olarak ortaya çıkar (Freud, 2009: 93).

Üstben baba modeli üzerinden oluşmuş, kendini yüceltme karakterine sahiptir. Yüceltmeden sonra oluşan ideale "Yapmalısın!" tavrını sağlayan şey, onun sert ve kuralcı tutumudur. Üstben aşırı ahlaklıdır, ancak id'in olabileceği kadar zalim de olabilir. Üstben'in ben'le ilişkisi "Böyle (baba gibi) olmalısın" uyarısıyla bitmemektedir. "Böyle baba gibi olamazsın" yasağını da içermektedir. Bunun anlamı "onun her yaptığını yapamazsın, bazı şeyler onun ayrıcalığı olarak kalmalıdır" şeklindedir (Freud, 2009: 94). Psikanaliz açısından "ben ideali" ya da "üstben", ebeveynlerle ilişkinin bu şekilde temsili, insan türünün aradığı yüce varlık olarak değerlendirilmiştir. Buna göre, "ben ideali" Oidipus kompleksinin mirasçısıdır. Bu nedenle de "id'in en güçlü dürtülerinin ve en önemli libido değişimlerinin temsilcisidir. Onun yönlendirmeleriyle ben, Oidipus kompleksine egemen olmuştur. Aynı zamanda da id'e tabi duruma gelmiştir (Freud, 2009: 95). Reklam afişi, söz konusu unsurların ayırt edici göstergeler ve sınıf ayrıcalıkları düzeyine geçişini belirtmektedir. Burada tüketim, statüsel değerlerin diğer toplumsal gösterenlerle nedensel ilişki içinde olarak toplumsal ve sınıfsal farklılaştırma sürecini reklam aracılığıyla sürdürmektedir. Reklam afişinde ürün üst modelin parçası olarak toplumsal bakımdan ayırt edici nesne olarak sunulmaktadır. Reklam bu yolla kişilerin bilinçdışı arzularını yüceltmektedir. Üstben'in Oidipus kompleksinin mirasçısı olması ile bağlantılı olarak da "OEDİPUS" un reklamın mitik söylemi olduğu söylenebilir. Reklam afişi örneği de toplumsal normlara, yaşam tarzına yaptığı göndermelerle ilgili olduğundan "üstben" in söylemi şeklinde okunabilir.

Hugo Boss 'Boss, Man of Today' Reklam Afişinin Değerlendirmesi

Reklamda kullanılan kültürel öğeler ve mitler, tüketim toplumunda prestij, farklılık, bir gruba ait olma, kimlik edinme, sınıf atlama gibi simgesel değerlerin yeniden üretilmesini sağlamaktadır. Bireylerin kimlikleri ne dinlediklerinin, ne seyrettiklerinin, ne giydiklerinin kısacası ne tükettiklerinin bir sonucu haline gelmektedir. Parfüm kullanımı, insanların toplumda kabul görme isteklerinden dolayı uzun süre



kullanılmış, zamanla "arzulanan nesne" ve "kimlik ihtiyacı" haline gelmiştir. Hugo Boss reklam örneğinin analizinde parfüm arzu nesnesi ve sosyal statü-sınıf belirleyen nesne olarak sunulmuştur.

Reklamlar bireyi özendirdiği rol modeli ile yeni bir kimlik inşasına girişir. Aslında yaratılan ben ideali, aynı zamanda yaratılan bir marka kimliği ve marka egosudur. Nesnelere arzuları, düşleri ve ideal ben duygusunu tatmin ederler. Kimlik oluşturmada, diğer insanlarla olan ilişkilerde ve deneyimlerimize ilgili bilgi verme işlevi görürler. Postmodern dönem ve tüketim kültürü bireylerin yaşam tarzlarında değişmelere neden olmuştur. Bu yaşam tarzlarının nasıl olması gerektiği kitle iletişim araçlarıyla, reklamlarda, filmlerde, dizilerde, dergilerde her an insanlara benimsetilmektedir. Narsistik düzeyde reklamlarla bu sosyal statü örneklenir.

Tüketicilerin tüm yetersizlikleri ve çaresizlikleri tamamen alışık olmadıkları bir yaşam tarzının tüketim kalıplarıyla ilişkilendirilerek doyuma ulaştırılması sağlanmaya çalışılmaktadır. Sürülen kokunun, kokuyu süren kişinin uzantısı olarak sosyal ortama kim olmak istediğine dair bir mesaj vermesi istenmekte, bu nedenle de sahip veya ait olmak istediği yaşam tarzının sembolleri, görsel veya metne dayalı mesajlarla ön plana çıkarılmaktadır. Bu reklam örneğinde de günümüz erkeği için toplum tarafından beğenilen, sosyal statüyü belirleyen yaşam tarzı gösterilmiştir. Bu yaşam tarzı ve buna uygun erkek imgesi de kadınların beğeneceği ve arzu edeceği bir model olarak belirtilmiştir. Yaşam tarzı ve toplumsal normlar "üstben" in söylemi olurken, kadınların arzu edeceği erkek olma arzusu "id" in söylemini oluşturur. "Üstben" in "id" e olan yakınlığı ve onun vekili olarak "ben" in karşısına çıkması anlamlarının bir arada kullanılması, toplumsal normlar, yaşam tarzı ve arzu edilir erkek olma kavramlarını birleştirerek "ben ideali" nin oluşmasını açıklamaktadır. Reklam böylece yeni bir özne inşa eder. Toplumsal farklılaşma ve statü talebiyle harekete geçirilen arzular reklamdaki vaatlerle kişilerin bilinçli arzularının yüceltilmesidir.

Tablo 5 Hugo Boss Erkek Parfüm Reklam Afişinin Göstergelimsel Çözümlemesi

Gösteren	Gösterilen	Gösterge
Reklam afişinde bir metropol manzarası önünde sinema oyuncusu Gerard Butler'ın gri takım elbise giymiş fotoğrafik imgesi. Reklam afişinin sağ üst köşesindeki "Man of Today" sloganı ve sağ üstteki bu sloganın altında "Gerard Butler For Boss Buttled" yazı metni, reklamın sağ alt köşesinde #MANOFTODAY etiketi.	Sosyal statü. Başarılı, kariyer sahibi, güçlü, zengin ve yakışıklı bir erkek, Gerard Butler.	Hugo Boss Erkek Parfüm Reklamı. "Man of Today" 2014 Model: Gerard Butler Çağrışım: Freud'un yapısal kuramında 'üstben' kavramı ve onun 'ben'le ilişkileri. Günümüz toplumunda erkek için sosyal statünün kadının arzusuyla ilişkisi.



5.6. "Düşler Ve Kodlar": Reklamda Ürünün Adıyla İmgelemin Sembolize Edilmesi **Giorgio Armani "Armani Code" Parfüm Reklamı**



Resim 6 Giorgio Armani "Armani Code" Parfüm Reklam Afışı

Kaynak: <http://www.designscene.net/2011/05/megan-fox-armani-code.html>.

Afişin Görüntüsel Anlatımı ve Genel Gösterenleri

Reklam afişinde büyük bir şehirde yüksek katlı bir binada olduğunu düşündüren bir dairenin içi görülmektedir. Bu afişin mekân göstergesidir. Şehrin ışıklarının görünmesi ve karanlık olması ise gece olduğunu gösteren zaman göstergesidir. Afişte şık giyimli bir kadın ve erkek imgesi yer almaktadır. Kadın sırt dekoltesi olan siyah bir elbise giymiştir. Sırtında sağ tarafta görülen bir dövme bulunmaktadır. Erkek siyah takım elbise giymiş ve sol eliyle kadının kolundan tutmuş, kadına yakın mesafede durmaktadır. Kadın izleyici/reklam okuru ile bakış hizasındadır ve bakışları izleyicisine doğrudur.

Afişin sağ tarafında parfüm şişesine ait görsel bulunmaktadır. Şişenin üzerinde "ARMANI code" yazısı bulunmaktadır. Şişenin sol tarafında altta "GIORGIO ARMANI" dilsel göstergesi markanın adını göstermektedir. Bu yazının hemen üstünde daha küçük puntolarla İtalyanca "La fragranza femminile-kadın parfümü" yazmaktadır. Afişin sağ tarafında yer alan "Megan Fox" göstergesi reklamdaki kadın modelin adını belirtmektedir.

Anlatısal Göstergeler

Pencerenin önünde ayakta duran kadın ve erkek şık giyimli görülmektedir. Kadının elbisesi ve dövmesi; erkeğin de siyah takımı üst sınıfa ait yaşam tarzını ve bu sınıfa ait kimlikleri açıklamaktadır. Erkek sol eliyle kadının sağ kolunu tutmuş, yüzleri birbirine dönük ve yakın mesafede durmaktadırlar. Kadının bakışları kameraya doğru ve izleyicisi ile bakış hizasındadır. Böyle olması reklam okuyucusunun/izleyicisinin ve tüketicisinin ona bakarak onunla özdeşleşmesi içindir. Erkek kadının başına başını yaslamış ve onun kokusunu duyup etkilenererek gözleri kadının tenine çevrilmiş şekilde durmaktadır.

Afişte Anlam Aktarımı

Reklamdaki kadın imgesi Megan Fox ile parfümün yan yana gelmesi, Megan Fox'un magazin dergilerinde ifade ettiği anlamların parfüme aktarılması anlamını taşır. Megan Fox'un izleyicisi ile göz göze olması onunla özdeşleşmek içindir. Tüketici, yani arzunun öznesi yapılmaya çalışılan ego, reklamdaki ürünü kullananlara atfedilen kimliği benimsemeye yönlendirilmiştir. Erkek bu ürünü kullanan kadını arzulayan bir özne olarak gösterilmiştir.

Parfümün adı olan "Armani Code" dilsel göstergesindeki "code" sözcüğü dikkat çekicidir. Anlam, dünyadaki şeylerle (insanlar, nesnelere, gerçek veya kurgusal olaylar) onların zihinsel temsilleri olarak işleyen kavramsal sistem arasındaki ilişkiye bağlıdır. Anlam, temsil sistemi tarafından ve kodlar



aracılığıyla üretilir (Hall, 1997: 18-21). Temsil sistemleri ise, dünyayı kendimize ve başkalarına sunduğumuz anlam sistemleridir (Hall, 2005: 377). Anlam nesnede, kişide, şeyde veya kelimedede değildir. Onu biz sabitleriz. Anlamı o kadar sıkı sabitleriz ki o anlam bir süre sonra bize de doğal ve kaçınılmaz gelir. Böylece anlam, temsil sistemi yoluyla inşa edilmiş ve kodla sabitlenmiş olur. Kod, kavramsal sistemle dil sistemimiz arasındaki bağlantıyı düzenler (Hall, 1997: 21). Medyada temsil edilen kimlik özelliklerine ilişkin kod ve simgeler bu yolla topluma aktarılmakta, toplumsal belleğe yerleşmekte ve kişisel kimliğin şekillenmesinde etkili olmaktadır.

Psikanalitik bakış açısından da "kod" sözcüğü değerlendirilebilir. Kodlar olmadan düşünmeye gidemeyiz. Göre, imgelemenin olabilmesi sembolize olmayı gerektirir. Değişik nesnelerin birbirinin üst üste bindiği bazı kodların tanınmadığı düşlerde sadece algılama vardır, ama bilinçsizdir. Düşü anlamlandırma gibi reklamı anlamlandırmanın da kodları vardır. Buna konuşma dili de dâhildir (Güçhan, 2016: 112).

"Code" sözcüğündeki tüm bu anlamlar parfümün adına aktarılmıştır. Kodların işlevini artık parfüm görecektir. Düşü oluşturan kodlar/simgeler, parfümün bir düşünce oluşturacağı anlamına gelebilir. Aynı zamanda postmodern döneme ait tüketim kültüründe reklamlarda ürünlerden çok gösterge ve simgelerin kullanılması bağlamında bu reklamda ürünün adı zaten "simge" anlamını taşıyarak adıyla kendi kendini simgeleştiren bir ürün söz konusu olmuştur. Ürünü ve simgeyi bir arada tutan "code" ismi her ikisini de bir arada tüketerek postmodernizmin ruhuna uygun tüketici özne yaratmaktadır. Parfümün gerçekleştirilmeyi vaat ettiği düş; sosyal statü, üst sınıfa ait kimlik oluşturma, zenginlik, çekicilik ve arzulanırlık motiflerini içermektedir.

Metnin Kodlar Açısından Çözümlemesi

İzleyicinin/reklam okurunun uzlaştığı kodlar, göstergeler aracılığıyla "anlam değiş-tokuşunun" gerçekleşmesidir. Bu konuda imajlar önem taşımaktadır. Megan Fox tanınmış bir modeldir. Onun toplumda ifade ettiği anlam parfüme aktarılmıştır. Bu da ün, şöhret, sosyal sınıf, kimlik, çekicilik, güzellik ve arzulanırlık anlamlarına gelmektedir. Toplumdaki birçok kişi için Megan Fox'la bu anlamlar örtüşmektedir.

Metnin Söylensel (Mitsel) Yapısı

Megan Fox'un sırtında görülen dövme Shakespeare'in *Kral Lear Trajedisinde* yer alan "We will all laugh at gilded butterflies – Hepimiz sahte güzelliklere güleceğiz" sözü ve diğeri de kolundaki Marilyn Monroe dövmesidir <http://www.renklinot.com/kultursanat/unlulerin-dovmeleri-ve-anlamlari.html>. Bu dövme reklamın mitolojik ögesidir.

Giorgio Armani 'Black Code' Reklam Afişinin Değerlendirmesi

Tüketim kültüründe reklamlar ürünlerin fiziksel özelliklerine değinmekten ziyade kişilerin yaşam tarzlarına, bilinçdışı arzularına seslenirler. Arzu kültüründe ürünlerden çok gösterge ve semboller tüketilmektedir. Reklamlarda gösterilen kişilerle özdeşleşmemiz istenir. Reklam bunu yaparken narsistik kişilik bozukluğunun özelliklerinden yararlanarak herkesin kendisini beğenmesini ve başkaları tarafından beğenilmeyi reklamın yinelenen söylemi haline getirir. Reklam dünyası reklamda gösterilen ürünü kişilerin düşlerini gerçekleştireceği vaadi ile onların hoşnutsuzluklarına çare olarak gösterir. Ancak bu anlamda reklam bunları gerçekleştiremez, ama bunlara neden olur. Bunu yaparken de ürünü arzu nesnesi olarak sunar ve kişilerin bilinçdışı arzularına seslenir.



Tablo 6 Giorgio Armani "Armani Code" Parfüm Reklam Afişinin Göstergibilimsel Çözümlemesi

Gösteren	Gösterilen	Gösterge
Reklam afişinde şık kıyafetler içinde ve şık bir mekânda bir kadın ve erkek imgesi. Gece metropol manzarası. Afişin sağ lat köşesinde parfüm şişesi ve "Armani Code" yazısı.	Parfümün Adı "Armani Code". Düşü oluşturan kodlar, simgeler sistemi. Şıklık, lüks, zerafet, toplumsal bir sınıfa ait olma. Cinsellik, baştan çıkarma, arzu, düş.	Giorgio Armani Code Reklam Afişi 2011. Modeller: Megan Fox Chris Folz Çağrışım: Ürünün adıyla çağrıştırılan düş oluşturan kodlar, simgeler sistemi.

GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Bu çalışma, arzu kültüründe arzuyu yaratan unsurlara örnek olarak parfüm reklamlarının bilinçdışı arzularından, dürtüler, cinsellik gibi kavramlar içeren simgelerden, psikolojik kavram ve mitolojik öğelerden yararlandıklarını göstermek ve bu reklamları Freud'un psikanalitik kuramına ve Barthes'in göstergibilimsel yöntemine göre hermeneutik bir yaklaşımla analiz ederek reklam söylemlerindeki mitsel ve simgesel unsurların niteliğini ortaya koymak amaçlı yapılmıştır. Sonuç olarak; reklam söylemindeki bilinçdışı arzunun Freudcu psikanalitik bakış açısıyla deşifre edilebileceği, reklamlarda kullanılan mitolojik öğelerin ve simgelerin düşlerin yorumlandığı gibi yorumlanabileceği ortaya konmuştur.

Yapılan bu çalışmada, analiz edilen reklam afişlerinden Christian Dior'a ait Hypnotic Poison parfümüne ait afişte cennetten kovulma miti simgeler düzeyinde düşsel bir sahne olarak aktarılmıştır. Bu afişte cinsellik, baştan çıkarma, cennet, yaşam-ölüm dürtüleri gibi simgelerle parfümün arzu nesnesi olarak sunulması, kişilerin bilinçdışı arzularına seslenilmesi görülmektedir. Yves Saint Laurent markasına ait Black Opium parfümü, animistik inanca dayalı bir büyümlü bir nesne olarak sunulmuştur. Bu afişte reklam parfümün adından hareketle rüya tanrısı Morpheus'tan, uyku tanrısı Hypnos'tan ve ölüm tanrısı Thanatos'tan yararlanarak ürün etrafında bir mitoloji inşa etmiştir. Calvin Klein'e ait Obsession parfümü psikanalizin kavramlarından takıntılı nevrozun ismini alarak cinsellik simgesi üzerine kurgulanmış ve bilinçdışına seslenerek ürünü arzu nesnesine dönüştürmüştür. Chanel No.5 reklam afişi Marilyn Monroe ile parfümü yan yana getirerek anlam aktarımı gerçekleştirmiş, bireyi arzusunun öznesi olarak konumlandırmıştır. Bireylerin reklamdaki bu ünlü kişiyle özdeşleşmesi beklenmektedir. Hugo Boss markasına ait reklam afişinde Gerard Butler kullanılarak sosyal statü ve sosyal sınıf belirleyicisi olarak sunulan ürün üstben'in söylemi olarak yaşam tarzına seslenmektedir. Armani Code parfümünün reklam afişinde ise hem code sözcüğü ile simge kavramının anlamı ürünün adı olarak düş oluşturma belirlenmesi olarak tespit edilmiştir. Bu reklam afişinde de ideal ben, sosyal sınıf, yaşam tarzı, çekicilik, güzellik, cinsellik gibi birçok simge bir arada kullanılmıştır.

Bu analizlerin sonucunda reklam afişlerinin birer düşsel sahne olarak kurgulandığı ve reklamın ürünün etrafında bir mitoloji inşa ederek onu arzu nesnesi olarak sunduğu görülmektedir. Reklam kurgusundan alınan haz, düşte kendini gösteren bir arzu doyurma fantezisi gibi işlemektedir. Böylece kişi sürekli bir arzu arayışıyla tüketici özneye dönüşmektedir. Ancak reklamlardaki kişilerle tam olarak özdeşleşemeyen kişi kendine yabancılaşmaktadır. Bu çalışmada reklamlardaki bilinçdışı arzusunun deşifre edilmesiyle reklamın "hangi bilinçdışı arzuları tatmin etmeye çalıştığı, bunun için ürünü nasıl arzu nesnesine dönüştürerek sunduğu" görülebilmektedir. Tüketim kültüründe ve reklamlarda arzu kavramının önemini anlamak için kişilerin bilinçdışının söylemine nasıl eklemelendiğini görmek önemlidir.



KAYNAKLAR

- AKBULUT, N. T. ve BALKAŞ, E. (2006). *Adım Adım Reklam Üretimi*. Beta Yayıncılık, İstanbul.
- ALLABY, M. (2010). *Animals: From Mythology to Zoology*. New York: Facts on File.
- ALTUNTUĞ, N. (2013). "Tüketim ve Tüketicinin Geleceğinde Kaynağını Mitolojiden Alan Mistik Pazarlamanın Etkisi". *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 5 (2), ISSN: 1309-8039 (Online).
- BARTHESES, R. (1990). *Çağdaş Söylenler*. (çev. T. Yücel). Hürriyet Vakfı Yayınları, İstanbul.
- BARTHESES, R. (2007). *Yazı Üzerine Çeşitlemeler - Metnin Hazza*. (çev. Ş. Demirkol). Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- BAŞFIRINCI, Ç. (2011). "Sembolik Tüketim ve Tüketim Öykülerinin Hermeneutik Yaklaşımla Yorumlanmasına İlişkin Bir Uygulama", *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 4(7): 183-210.
- BATI, U. (2007). "Reklamların Göstergelimi: Bir Göstergeler Sistemi Olarak Reklamları Okumak". *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 4(1), ISSN: 1303-5134 (Online).
- BAUDRILLARD, J. (2008). *Tüketim Toplumu, Söylenceleri, Yapıları*. (çev. H. Deliceçaylı ve F. Keskin), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- BELLINSON, R. L. (2006). *Theory in Culture: Toward A Psychoanalytic Criticism of Advertising*, Master of Arts in the College of Arts and Sciences, Georgia State University.
- BİNAY, A. (2010). "Tüketim Vasıtasıyla Oluşturulan Postmodern Kimlikler". *Global Media Journal*. Turkish Edition. 1(1): 17-29.
- BOCOCK, R. (1997). *Tüketim*. (çev. İ. Kutluk), Dost Kitabevi, Ankara.
- CAMPBELL, J. ve MOYERS, B. (2013). *Mitolojinin Gücü: Kutsal Kitaplardan Hollywood Filmlerine Mitoloji ve Hikâyeleri*. (çev. Z. Yaman). MediaCat Kitapları, İstanbul.
- CAMPBELL, J. (1995a). *Batı Mitolojisi, Tanrı'nın Maskeleri*. (çev. Kudret Emiroğlu). İmge Kitapevi Yayınları, İstanbul.
- CAMPBELL, J. (1995b). *İkel Mitolojisi, Tanrı'nın Maskeleri*. (çev. Kudret Emiroğlu). İmge Kitapevi Yayınları, İstanbul.
- ELIADE, M. (2003). *Dinsel İnançlar ve Düşünceler Tarihi*. (çev. Ali Berktaş, C. I.). Kabcacı Yayınevi, İstanbul.
- FEATHERSTONE, M. (2005). *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*. (çev. M. Küçük). Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- FREUD, S. (1974). *Amatör Psikanalizi*. (çev. E. Taş). Bozok Yayınları. İstanbul.
- FREUD, S. (1996a). *Düşlerin Yorumu I*. (çev. E. Kapkın). Payel Yayınevi, İstanbul.
- FREUD, S. (1996b). *Düşlerin Yorumu II*. (çev. E. Kapkın). Payel Yayınevi, İstanbul.
- FREUD, S. (2009). *Haz İlkesinin Ötesinde, Ben ve İd*. (çev. A. Babaoğlu). Metis Yayınları, İstanbul.
- FREUD, S. (2013). *Totem ve Tabu*. (çev. A. Kanat). İlya Yayınevi, İzmir.
- GÜÇHAN, G. (2016). "Christian Metz, Göstergibilim ve Psikanaliz. DergiPark". *Kurgu Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli İletişim Dergisi*. 6(6): 109-113.
- HIRSCHMAN, E. C. ve HOLBROOK M. B. (1982). "Hedonic Consumption: Emerging Concepts, Methods and Propositions". *Journal of Marketing*. 46(2): 92-101.
- HALL, S. (1997). *The Work of Representation*. S. Hall (der.). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices* içinde. Milton Keynes: Open University, 13-74.
- HALL, S. (2005). *Anlamlandırma, Temsil, İdeoloji: Althusser ve Post-Yapısalcı Tartışmalar*. Mutlu, E. (der.). *Kitle İletişim Kuramları* içinde. Ankara: Ütopya, 359-394.
- HORKHEIMER, M. ve ADORNO, T. (1996). *Aydınlanmanın Diyalektiği I*. KABALCI, İSTANBUL.
- JAMESON, F. (1984). *Postmodernism, or the Cultural Logic of Late Capitalism*. New Left Review 46: 53-92.
- İLHAN, N. (2012). *Moda Dergilerinde Reklamların Psikanalitik Çözümlemesi*. Yüksek Lisans tezi. Başkent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- İLHAN, N. ve AYGÜN CENGİZ, S. (2013). "Psikanalitik Bir Okuma Denemesi: Düş Olarak Reklam". *Düşünme Dergisi/Journal of Thinking*, Ankara. Issn: 2147-1622, 2(4): 1-25.
- JUNG, C. G. (2007). *İnsan ve Sembolleri*. (çev. A. N. Babaoğlu), Okuyan Us Yayınları, İstanbul.
- KALMIK, E. (1950). *Renklerin Armoni Sistemleri*. Cumhuriyet Matbaası, İstanbul.
- KEARNEY, R. (2003). *Modern Movements In European Philosophy*. Manchester University Press. Manchester – New York.
- KOLOĞLU, D. (2013). *Günümüz Sanatında Renk ve Işığın Dramatik Etkileşimi*. Yüksek Lisans Tezi. Işık Üniversitesi. İstanbul.
- KOTAN, Y. ve KAYA, T. (2010). "Orhan Pamuk'un Benim Adım Kırmızı Romanında Renk Metaforu". *Atatürk Üniversitesi Sosyal*



Bilimler Enstitüsü Dergisi, 14 (2) :83-103.

- KUTSAL KİTAP, (2001). *Eski ve Yeni Antlaşma*. Yeni Yaşam Yayınları, İstanbul.
- KÜÇÜKERDOĞAN, R. (2011). *Reklam Nasıl Çözülür? Reklam İletişiminde Göstergeler ve Stratejileri*. Beta Yayınları, İstanbul.
- KÜÇÜKERDOĞAN, R. (2012). "Grafik Tasarım, Kültürel Göstergeler ve Tasarımsal Aktarımları: Ülke Bayrakları". *Grafik Tasarım Dergisi*, Sayı 46, Grafik Tasarımı Ltd. Yay., Ocak-Şubat, 8-13.
- LACLAU, E. (2007) *Popülist Akıl Üzerine*. (çev. Nur Betül Çevik), Epos Yayınları, Ankara.
- LECLAIRE, S. (1960) L'inconscient une étude psychanalytique (colloque de Bonneval), in LAPLANCHE, J., *Problématiques IV. L'inconscient et le ça*. Paris, PUF, 1981, p. 261-321.
- ODABAŞI, Y. (2013). *Tüketim Kültürü, Yetinen Toplumdan Tüketen Topluma*. Sistem Yayıncılık, İstanbul.
- OKTUĞ, Z. (2007). *Freud'un Kişilik Birimleri (İd-Ego-Süperego) ile Reklam İletişiminin İzleyici Üzerinde Yarattığı Etkiler Arasındaki Bağlantı: 'Magnum, Kalbim Benecol ve Lösev Reklamları Üzerine Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Kültür Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- OZAN, V. (2014). *Kokular Kitabı I*. Everest Yayınları, İstanbul.
- OZAN, V. (2015). *Kokular Kitabı II*. Everest Yayınları, İstanbul.
- ÖZSU, S. (2015). *Tüketici Davranış Analizinde Sigmund Freud'un Psikanaliz Kuramı*. Yüksek Lisans Tezi. Anadolu üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- PAMUK, O. (1998). *Benim Adım Kırmızı*. İletişim Yayınları, İstanbul.
- RİCOEUR, P. (2007). *Yorum Dair, Freud ve Felsefe*. (çev. N. Alpay). Metis Yayınları, İstanbul.
- SİRGY, M. J. (1982). "Self-Concept in Consumer Behavior: A Critical Review". *Journal of Consumer Research*, 9(3): 287-300.
- SMİTH, P. (2008). *Kültürel Kuram*. (çev. İ. Gündoğdu). Babil Yayınları, İstanbul.
- SOLOMON, M. R., BAMOSSY, G., ASKEGAARD, S. ve HOGG, M. K. (2006). *Consumer Behaviour, A European Perspective*. Printice Hall, New Jersey.
- TUNA, S. ve FREITAS, E. (2012). "Gendered Adverts: An Analysis of Female and Male Images in Contemporary Perfume Ads". *Comunicação e Sociedade*, vol: 21: 95-107.
- TURA, S. M. (2005). *Günümüzde Psikoterapi*. Metis Yayınları, İstanbul.
- WILLIAMS, R. (1993). *Advertising: The Magic System, The Cultural Studies Reader*, (der) S. Doring., London/ New York: Routledge, s. 410-424.
- WILLIAMSON, J. (2001). *Reklamın Dili: Reklamlarda Anlam ve İdeoloji*. Ütopya Yayınevi, Ankara.
- YASDIMAN, H. Ş. (2011). "Yılan, Âdem, Havva Arasında Geçen Olaylara İslam ve Yahudiliğin Bakışı". *Dokuz Eylül Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, Sayı: XXXIV, s:9-35.
- YILDIRIM, T. E. (2013). *Klinik Reklamcılık, Reklam Sürecinde Psikodinamik ve Psikolojik Rahatsızlıkların Kullanımı*. Yıldız Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- ZALTMAN, G. (2003). *Tüketici nasıl düşünür?* (çev. A. S. Koç). MediaCat Yayınları, İstanbul.
- ŽIŽEK, S. (2004). *Yamuk Bakmak: Popüler Kültürden Jacques Lacan'a Giriş*. (çev. T. Birkan). Metis Yayınları, İstanbul.

İnternet Kaynakları

- <https://uk.pinterest.com/misssucette/pub-parfum/> (erişim tarihi: 15.10.2016).
- <http://www.renklinot.com/kultursanat/unlululerin-dovmeleri-ve-anlamlari.html> (erişim tarihi: 01.12.2016).
- <https://ismailhakkialtuntas.com/2015/02/22/ilk-gunah-ve-cennetten-kovulma-mitinin-sifresi/> (erişim tarihi: 07.09.2016).
- <http://kokoshqirl.com/2015/01/yves-saint-laurentden-yeni-bir-koku-black-opium/> (erişim tarihi: 11.11.2016).
- <http://saklinotalar.blogspot.com.tr/2010/10/calvin-klein-obsession-1985.html> (erişim tarihi: 13.10.2016).
- <http://www.designscene.net/2011/05/megan-fox-armani-code.html> (erişim tarihi: 01.12.2016)
- <http://www.strategyr.com/MarketResearch/FragrancesandPerfumesMarketTrends.asp> (erişim tarihi: 02.11.2016).
- <http://karlshuker.blogspot.com.tr/2011/03/bipedal-snake-in-garden-of-eden-what.html> (erişim tarihi: 11.11.2016).
- <http://stylecaster.com/beauty/vintage-chanel-no-5-ads/#slide-4> (erişim tarihi: 16.10.2016).
- <https://guide.alibaba.com/shopping-guides/monroe-poster.html> (erişim tarihi: 11.12.2016).
- <http://www.theblondespool.com/HUGO-BOSS-SS16> (erişim tarihi: 12.12. 2016).



POSSEIBLE DÜŞÜNME DERGİSİ YAZIM KURALLARI VE YAYIN POLİTİKASI

Posseible Düşünme Dergisi, 2012 yılından itibaren yılda iki sayı halinde elektronik ortamda yayımlanan bilimsel hakemli bir dergidir. *Posseible Düşünme Dergisi* 2016 yılından itibaren *The Philosopher's Index* tarafından dizinlenmektedir.

DERGİNİN AMACI ve YAYIN POLİTİKASI

Posseible Düşünme Dergisi'nin amacı, felsefe ve sosyal bilimler alanında ulusal ve uluslararası düzeyde felsefi niteliklere sahip kuramsal çalışmalar yayımlayarak bu alandaki bilgi birikimine ve tartışmalara katkıda bulunmaktır.

Posseible Düşünme Dergisi, ağırlıklı olarak felsefe çalışmalarına odaklanırken, felsefenin diğer disiplinlerle ilişkileri üzerinden kurulacak disiplinler-arası çalışmalara da açıktır.

Posseible Düşünme Dergisi, bünyesinde yer verdiği çalışmaların eleştirel bir bakış açısı taşımasına özen gösterir. Dergi, güncel konularla ilişkisi içerisinde felsefe tarihine ilişkin özgün ve eleştirel, çalışmalar ve değerlendirmeler için açık bir tartışma zemini oluşturmayı hedeflemektedir.

Posseible Düşünme Dergisi, davet edilen konuk yazarlar tarafından hazırlanan "değerlendirme makaleleri"ne, felsefi bir perspektifi olan veya güncel bir kavram, kuram, konu veya çalışmanın tartışıldığı, eleştirildiği ya da açıklandığı "tartışma/yorum makalelerine/notlarına" ve bilimsel alana katkı niteliğindeki çevirilere ve kitap değerlendirmelerine de yer veren bir dergidir.

YAZARLARA BİLGİ

MAKALE DEĞERLENDİRME SÜRECİ

Posseible Düşünme Dergisi'ne gönderilen yazılar, önce Editör / Editör Yardımcıları tarafından derginin yayın ilkelerine ve politikasına uygunluk açısından incelenir. Editör tarafından ön değerlendirmeye alınan yazılardan, derginin amaç, kapsam ve politikasına uygun düşmeyenler ya da biçimsel yeterliliğe sahip olmayanlar hakemlere gönderilmeden yazarına iade edilir.

Posseible Düşünme Dergisi'ne yayın için gönderilen makalelerin değerlendirilmesinde akademik nitelik ve kalite en önemli ölçütlerdir. Bu bağlamda dergiye gönderilen yazıların özgün ve mevcut literatüre katkıda bulunucu olması beklenir.

Değerlendirme için uygun bulunanlar, ilgili alanda uzman olan iki hakeme gönderilir. Hakemlerin kimlikleri yazarlardan, yazarların kimliği de hakemlerden gizli tutulur. Hakem raporlarından biri olumlu, diğeri olumsuz olduğu takdirde, makale, üçüncü hakeme gönderilir veya Editör hakem raporlarını inceleyerek nihai kararı verebilir. Bir makalenin yayınlanması hususundaki son karar editöre aittir. Yazarlar, hakem ve editörün eleştirisi, düzeltme ve önerilerini dikkate almak zorundadırlar. Katılmadıkları hususlar varsa, gerekçeleriyle birlikte itiraz etme hakkına sahiptirler.

Editör ve Yayın Kurulu'nun daveti üzerine 'Konuk Yazar' statüsü ile dergiye gönderilen makaleler ve kitap / kongre inceleme yazıları hakem sürecine tabi tutulmaz. Bu makaleler sadece Yayın Kurulu tarafından değerlendirilir ve gerektiğinde düzeltme isteğinde bulunulabilir. Konuk Yazarlar da bu isteğe dair katılmadıkları hususlar varsa, gerekçeleriyle birlikte itiraz etme hakkına sahiptirler.

Yayımlı uygun bulunan yazıların, derginin hangi sayısında yayımlanacağına editör / yayın kurulu karar verir. Yazar, süreç konusunda e-posta yoluyla bilgilendirilmektedir. *Posseible Düşünme Dergisi*'ne gönderilen bir makalenin değerlendirilmesi için gerekli toplam süre 2-3 ay arasında değişmektedir.

Posseible Düşünme Dergisi'nde yayımlanması kabul edilen yazıların telif hakkı *Posseible Düşünme Dergisi*'ne aittir. Dergi editörünün izni olmaksızın başka bir dergi, kitap vb. yayında tekrar yayınlanamaz. Dergide yayınlanan çalışmalar için ayrıca telif ücreti ödenmez. Yayımlanan yazılardaki görüşlerin sorumluluğu yazarlarına ait olup, *Posseible Düşünme Dergisi*'nin resmi görüşleri niteliğini taşımaz.

**MAKALENİN (EDİTÖRE) GÖNDERİLME ŞEKLİ**

Posseible Düşünme Dergisi'ne gönderilen yazılar, başka bir yerde yayınlanmamış ya da yayınlanmak üzere gönderilmemiş olmalıdır. Daha önce bilimsel toplantılarda sunulmuş olan bildiriler, bu durumun belirtilmesi koşuluyla kabul edilir. Bu nedenle yazar(lar) editöre makalesini gönderirken e-postasında bu durumu açıkça belirtmelidir(ler).

Posseible Düşünme Dergisi'ne gönderilecek olan makale, word belgesi (docx / doc) formatında, editörün **editor@posseible.com** e-posta adresine gönderilmelidir. Makale, posta yoluyla ve pdf formatında gönderilmemelidir.

Editörün / Editör Yardımcılarının Bilgisi ve Adresi:**Ertuğrul Rufayi TURAN Posseible Düşünme Dergisi Editörü****E-posta: editor@posseible.com**

Ankara Üniversitesi, Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi
Felsefe Bölümü, Sıhhiye, Ankara
Tel: 0312 3103280/1232

Senem KURTAR Posseible Düşünme Dergisi Editör Yardımcısı**E-posta: senemkurtar@gmail.com**

Ankara Üniversitesi, Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi
Felsefe Bölümü, Sıhhiye, Ankara
Tel: 0312 3103280/1233

Ömer Faik ANLI Posseible Düşünme Dergisi Editör Yardımcısı**E-posta: omeranli@yahoo.com**

Ankara Üniversitesi, Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi
Felsefe Bölümü, Sıhhiye, Ankara
Tel: 0312 3103280/1219

YAZIM KURALLARI [Yazım Kuralları 2016 yılında gözden geçirilmiş ve kimi değişikliklere gidilmiştir. Bu kurallar Güz 2016 sayısından itibaren uygulanmaktadır]

*Posseible Düşünme Dergisi'*ne gönderilen makaleler, aşağıda yer alan yazım kurallarına uygun bir şekilde yazılmalıdır:

- Dergiye gönderilen makaleler dipnotlar, kaynakça dâhil olmak üzere 12.000 kelimeyi geçmemelidir. Tartışma/yorum makaleleri 4000 kelimeyi, kitap değerlendirmeleri ise 1200 kelimeyi aşmamalıdır.
- Makale, PC uyumlu Microsoft Word programı ile yazılmalıdır.

1. Makalenin Başlığı: Makale başlığı çok uzun olmamalı ve 10 kelimeyi geçmemesine özen gösterilmelidir. Makalenin başlığı, Tahoma karakterinde kalın, sola yaslı 14 punto ve sözcüklerin baş harfleri büyük olmak üzere küçük harflerle yazılmalıdır. Bu başlığın altında makale Türkçe ise İngilizce, İngilizce ise Türkçe ikinci bir başlık yazılmalıdır. Bu ikinci başlık İtalic, Tahoma karakterinde, sola yaslı, ve sadece sözcüklerin ilk harfleri büyük olacak şekilde küçük harflerle 12 punto olmalıdır.

2. Makalenin Yazarları: Makalenin başlığının altına yazar adı, unvansız, soyadı büyük harfle, 11 punto, koyu ve sola yaslı, Tahoma karakterinde yazılmalı, altına italik, 10 punto ve sola yaslı olarak çalıştığı kurum ve adresi ile e-posta adresi belirtilmelidir. Makale çok yazarlı ise, bir iletişim yazarı belirlenmeli ve yazışmaların yapılacağı yazarın adı ve e-posta adresi yıldız işareti (*) ile işaretlenip bu



yazarın e-posta adresinin sonuna parantez içinde iletişim yazarı ibaresi konmalıdır. Ayrıca çok yazarlı makalelerde yazarların adresi aynı ise yazar isimlerine numara verilmeden tek bir adres yazılmalıdır.

3. Öz/Abstract ve Anahtar Kelimeler: Makalede Türkçe ve İngilizce hazırlanmış özet bulunmalıdır. Öz, makalenin amacını, temel problem alanını ve sonuçlarını içermelidir. Öz, 500 kelimeyi geçmemelidir. Yazım biçimi, tek paragraf, italik, 8 punto, Tahoma karakterinde olmalıdır. Öz başlıkları, öz metninin başında koyu ve italik olarak yazılmalıdır.

Türkçe özün sonundaki anahtar kelimelerden sonra tek aralık verilerek İngilizce öze başlanmalıdır. Anahtar kelimeler, Türkçe ve İngilizce özlerin hemen altında yer almalı ve makalenin konusunu, kapsamını ve içeriğini en iyi şekilde gösteren, en az 3 veya en fazla 5 anahtar kelime verilmelidir.

4. Makalenin Sayfa Yapısı ve Metin Bölümü: Makalenin sayfa yapısı A-4 boyutundaki kâğıda, "iki yana yaslı" ve "tek" satır aralıklı olarak yazılmalıdır. Paragraf aralıklarının önce ve sonrası için "otomatik" seçeneği seçilmelidir. Paragrafların ilk satırında "paragraf başı" olmamalıdır. Sayfa kenar boşlukları (üst-alt-sağ-sol) 2,5 cm olmalıdır. Sayfaların sağ alt kısmına sayfa numarası konmalıdır ve bu sayfa numarasının font büyüklüğü 10 punto Tahoma karakteri olmalıdır. Makalenin tüm metin bölümü 10 punto Tahoma karakterinde yazılmalıdır.

5. Bölüm ve Alt Bölüm Başlıkları: Makalede kullanılacak tüm başlıklar 10 punto, Tahoma karakterinde, sola yaslı şekilde verilmelidir. 1. derecedeki başlıklar, kalın ve kelimelerin baş harfleri büyük olacak şekilde; 2. Derecedeki başlıklar, koyu, italik ve büyük harfle başlayıp küçük harfle süren şekilde; 3. derecedeki başlıklar, italik ve büyük harfle başlayıp küçük harfle süren şekilde yazılmalıdır.

6. Dipnotlar: Yazarlar metin içinde verdikleri dipnotları ilgili olduğu sayfada 1, 2, 3 gibi sayılar kullanarak sayfa altına gelecek şekilde vermelidir. Dipnotlar, 8 punto Tahoma karakterinde, iki yana yaslı, tek satır aralıklı ve satır girintisi olmadan yazılmalıdır.

Yazar(lar) makaleyi çeşitli sempozyum, kongre, konferans ve seminerlerde sunmuş olabilirler ki, bu durumu bir not olarak belirtmeleri gerekir. Buna göre yazarlar, makaleyi sunduklarına dair notu ilk sayfada birinci dipnotla birlikte vermelidir.

7. Atıf Verme: Metin içerisinde atıfta bulunulan kaynaklar, yazarın soyadı, yayın yılı ve gerekli durumlarda sayfa numarası sıralamasıyla parantez içerisinde verilmelidir (Heidegger, 2009: 35). Aynı yazarın aynı tarihli birkaç eseri varsa alıntılarda yıldan sonra a,b,c ... şeklinde numaralandırma yapılacaktır (Heidegger, 2009a: 47). Birden fazla esere atıfta bulunuluyorsa atıflar yayın tarihi sırasına göre verilmelidir (Kuhn, 1968; Heidegger, 1978; Rorty, 2000).

8. Alıntı Yapma: Bazı durumlarda yazar(lar) makale içinde bir başka çalışmanın bir kısmını noktasına, virgülüne dokunmadan tamamen alabilir veya olduğu gibi doğrudan aktarabilir. Böyle bir durumda, yazar(lar) alıntı yapılan bölümü özgün kaynaktan hiç hata yapmadan aktarmalı ve alıntının kaynağını hem metinde sayfa numarası vererek atıf yapmalı, hem de kaynakçada belirtilmelidir.

Eğer alıntı 40 kelimedenden kısa ise, alıntı metni çift tırnak ("...") içinde yazılır.

Örnek:

Bu, *başlangıç durumundaki* bireyin Kant'ın "kendilerini aynı zamanda genel yasalar olarak nesne edinebilecek maksimlere göre eylemde bulun" (Kant, 2002: 55) biçiminde ifade ettiği koşulsuz buyruğuna uygun davranması gerektiğinin savlanmasıdır.

Ancak eğer alıntı yapılan bölüm, 40 kelimeyi geçiyorsa, bu durumda alıntı metni, ana metinden ayrı bir paragraf halinde, sağ ve sol kenardan 1,25 cm içeride blok hizalama yapılmalıdır ve alıntı metni 8 punto Tahoma şeklinde verilmelidir.

Örnek:



Rawls metafizik olmayan bir siyasal liberalizm ile faydacılık arasında bir karşılaştırma sunmaktadır:

Fayda ilkesinin, ne şekilde anlaşılırsa anlaşılınsın, genellikle, bireylerin davranışlarından kişisel ilişkilere, toplumun bir bütün olarak örgütlenmesinden halkların yasasına kadar bütün konular için geçerli olduğu söylenir. Siyasal anlayış ise, bunun aksine, sadece temel yapıyı ilgilendiren makûl bir anlayış ortaya koymaya çalışır ve mümkün olduğunca herhangi bir doktrine bağlılık göstermez (Rawls, 2007: 58).

9. Kaynakça: Posseible Düşünme Dergisi'ne gönderilen yazıların, atıf, alıntı ve dipnot gösterme biçimi ve kaynakça düzenlemesi American Psychological Association (APA) stilinde hazırlanmalıdır. APA'nın 6. baskısı, yazarların dikkate alacağı versiyon olmalıdır. Metinde yapılan atıfların tümü kaynakçada, kaynakçada olan referansların tümü de metinde bulunmalıdır. Sadece metin içerisinde atıf yapılan çalışmalara kaynakçada yer verilmeli, metin içinde atıf yapılmayan hiçbir çalışma kaynakça olmamalıdır. Metin içinde kullanılan tüm atıfların kaynakça bölümünde tam künyeleri verilmelidir. Referanslar, yazarların soyadına göre alfabetik sıra ile verilmeli ve 8 punto, Tahoma karakterinde yazılmalıdır. Her kaynakçanın ikinci satırındaki girinti "asılı" 1.25 cm olacak şekilde olmalı ve eser ya da dergi adı italik olarak yazılmalıdır.

Kaynakça yazımı ile ilgili temel ilkeler şunlardır:

- Kaynakçanın yazımında lütfen "noktalama işaretlerine özellikle dikkat ediniz".
- Kaynakçada tüm yazarların soyadları büyük harflerle ve diğer adlarının ilk harfleri büyük harfle yazılmalıdır.
- Kaynakçada aynı yazarın çok sayıda kaynağı varsa, kaynaklar eskiden yeni tarihe doğru sıralanarak yazılır. Aynı tarihli kaynaklarda harf ile sıralama yapılır. Örneğin: 2000a, 2000b.
- Aynı soyadlı yazarlardan, yayını daha eski tarihli olsa bile adının ilk harfi alfabetik olarak önce gelen kaynakçada önce belirtilir.
- İnternet üzerinden yayın yapan dergilerin varsa DOI numaraları yazılır.

Kaynakça Yazımı

Tek Yazarlı Kitap:

Kant, I. (2002). *Ahlak Metafiziğinin Temellendirilmesi*. Ioanna Kuçuradi (Çev.). Ankara: Türkiye Felsefe Kurumu.

İki ya da Daha Fazla Yazarlı Kitap:

Özgüç, N., Tümertekin, E. (2012). *Coğrafya: Geçmiş, kavramlar, coğrafyacılar*. İstanbul: Çantay Kitabevi.

Editörlü Kitap:

Kurtar, S. Anlı, Ö. F. (Ed.) (2016). *Düşünme Krizinde Felsefeden Politikaya*. 1. Baskı. Ankara: Bibliotech Yayınları.

Kitap İçinde Bölüm

Masterman, M. (1992). Paradigmanın doğası. I. Lakatos, A. Musgrave (Ed.) *Bilginin Gelişimi ve Bilginin Gelişimiyle İlgili Teorilerin Eleştirisi* içinde (s.70-110). Hüsamettin Arslan (Çev.). İstanbul: Paradigma Yayınları.

**Makale**

Işık, O. (1994). "Değişen toplum/mekân kavrayışları: Mekânın politikleşmesi, politikanın mekânlaşması". *Toplum ve Bilim*, Sayı 64-65, 7-38.

Bildiri

Tekeli, İ. (2006). "Çok Paradigmalı Bir Sosyal Bilim Alanında Yaşamak", *Felsefe ve Sosyal Bilimler – Muğla Üniversitesi Felsefe ve Sosyal Bilimler Sempozyumu Bildirileri-*, s. 145-157. Ankara: Vadi Yayınları.

İnternet Kaynakları

<https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016> (Erişim Tarihi: 09.02.2016)

Tekeli, İ. (2016). *A Discussion on the Evolution of the Concept of Sustainability*. Erişim Tarihi: 16.06.2016, https://www.academia.edu/29325390/A_discussion_on_the_Evolution_of_the_Concept_of_Sustainability_of_Cultural_Heritage.

Diğer Kaynakların Yazım Biçimi için bkz. <http://www.apastyle.org>



PUBLICATION RULES AND PRINCIPLES

Posseible Journal of Thinking, being a scholarly refereed journal, has been published electronically twice a year since 2012. Posseible Journal of Thinking has also been indexed by *The Philosopher's Index* since 2016.

Objectives and Publishing Policy of Posseible Journal of Thinking

The objective of **Posseible Journal of Thinking** is to publish theoretical studies having philosophical qualities on national and international level in the fields of Philosophy and Social Sciences, and thus to contribute to accumulation of knowledge and discussions in this field.

While putting its primary focus on philosophical studies, **Posseible Journal of Thinking** also welcomes interdisciplinary studies to be built upon the relations between Philosophy and other disciplines.

It is of great importance for **Posseible Journal of Thinking** to include studies which hold a critical point of view. The journal opts for forming an open discussion basis for studies and evaluations which are authentic and critical in their relations with current issues regarding the history of Philosophy.

Posseible Journal of Thinking is a journal which includes not only "review articles" prepared by invited guest authors, but also "discussions/ commentary articles/ notes" having a philosophical perspective or discussing, criticizing or explaining a contemporary notion, theory, concept or study as well as translations and book reviews holding the potential to contribute to scientific fields.

INFORMATION TO AUTHORS

PROCESS of ARTICLE ASSESSMENT

The articles sent to **Posseible Journal of Thinking** is firstly examined by editors and assistant editors in terms of their relevance with the journal's publishing principles and policies. Among the articles pre-reviewed by editors, the ones which failed to meet the required qualities such as the relevance with the journal's objective, scope and policies or have a formal/stylistic efficiency are directly handed back to the authors without being sent to referees.

In the assessment of the articles sent to **Posseible Journal of Thinking** for publication, the most important criterion is academic quality. In this sense, it is expected from the articles sent to the journal to be authentic and contributing to available literature.

The articles found eligible for assessment are sent to two qualified referees in the related fields. The identities of referees and authors are kept confidential between these two parties. In case of one positive and one negative reviews from the referees, the article is sent to a third referee or the editor can make the final decision upon examining the reports of two referees. The final decision about the publishing of an articles is made by the editor. It is a must for authors to take critics, required changes and recommendations of the referees and the editor into their consideration. If there are some aspects they disagree with, they have the right to object with their reasons.

The articles sent to **Posseible Journal of Thinking** with the status of "Guest Author" upon request by the editor and editorial board are not subjected to the assessment of referees. Such articles are



only checked by the editorial board and some changes might be requested when necessary. Regarding these requests, Guest Authors have the right to object with their reasons if there is any disagreement.

The volume and issue number of the journal which will include the articles found appropriate to be published is determined by editor or editorial board. The author will be informed about the process via e-mail. The required time for the assessment of an article sent to *Posseible Journal of Thinking* lasts up to 2 or 3 months.

Copyright of the articles whose publication is approved in **Posseible Journal of Thinking** belongs to *Posseible Journal of Thinking*. These articles cannot be re-published in a journal, a book, and etc. without the permission of the journal's editor. Any copyright fees are not paid for the published articles in *Posseible Journal of Thinking*. The authors are responsible for their perspectives in their published articles, thus such perspectives do not possess the quality of being formal perspectives of *Posseible Journal of Thinking*.

SENDING PROCEDURES of ARTICLES to the EDITOR

The articles sent to **Posseible Journal of Thinking** must be unpublished anywhere else or unsent to be published. The ones which were presented during an academic meeting is accepted with a condition of notifying *Posseible Journal of Thinking* about the case. Hence, such author(s) shall explain the case explicitly in the e-mail to the editor.

The article to be sent to *Posseible Journal of Thinking* shall be sent to the e-mail address of the editor which is editor@posseible.com in a Word format (docx/doc). The article shall not be sent via post and in a pdf format.

Information and Addresses of the Editor and the Assistant Editors are as follows:

Ertuğrul Rufayi TURAN Posseible Journal of Thinking Editor

E-mail: editor@posseible.com

Ankara Üniversitesi, Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi

Felsefe Bölümü, Sıhhiye, Ankara

Phone: 0312 3103280/1232

Senem KURTAR Posseible Journal of Thinking Assistant Editor

E-mail: senemkurtar@gmail.com

Ankara Üniversitesi, Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi

Felsefe Bölümü, Sıhhiye, Ankara

Phone: 0312 3103280/1233

Ömer Faik ANLI Posseible Journal of Thinking Assistant Editor

E-mail: omeranli@yahoo.com

Ankara Üniversitesi, Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi

Felsefe Bölümü, Sıhhiye, Ankara

Phone: 0312 3103280/1219

WRITING RULES [Writing Rules were revised in 2016 and some changes were applied. These rules have been applied since 2016-Fall series.]

Articles sent to **Posseible Journal of Thinking** shall be written in compliance with the writing rules given below:



-Articles sent to the journal shall not exceed the word-limit of 12.000 including footnotes and references. Argumentative/opinion articles shall not be over 4000 words; as for book evaluations, 1200 words are the required word limit.

- Articles shall be typed in a PC-adapted Microsoft Word program.

1. Article Title: Article title shall not be too long and it is essential not to exceed 10 words as the word-limit. Article title is to be aligned to left in bold, in Tahoma style, in 14 type size. It shall be in small letters but only initial letters of each word capitalized. Below the title, if the article is Turkish, an English version of the title shall be displayed, or vice-versa. This second title is to be italics, aligned to left in Tahoma style and in 12 type size by capitalizing only the initial letter of each word and keeping the others in lower case.

2. Article Authors: Under the article title, the author name is to be written italics, in bold, in Tahoma style, in 11 type size and aligned to left by capitalizing last names without any title. Below, the affiliation, address and e-mail of the author are to be italics, aligned to left and in 10 type size. In case of more than one author, a contact person shall be defined and this is implied via an asterisk (*) next to the name and e-mail address of the contact person, and a phrase of this contact person is to be attached in parenthesis at the end of his e-mail address. If the address is the same for multiple authors, only this single address shall be written without numbering the names of the authors.

3. Abstract and Key Words: In an article, a summary shall take place both in Turkish and in English. Abstract shall include objective of the article, main scope of the problem and its results by not exceeding 500 words as the word-limit. Writing format shall be a single paragraph, italics in Tahoma style and in 8 type size. The titles of abstracts are to be in bold and italics at the beginning of the abstract.

After the key words at the end of Turkish Abstract, a single space shall be left and English abstract is started. Key words shall take place right after Turkish and English abstracts, at least 3 or at most 5 key words that clearly represent the subject, scope and content of the article shall be presented.

4. Article Page Format and Text Divisions: Page format of the article is "justified", distributed evenly between the margins, by leaving "single" space between the lines on a sheet of A-4 paper. As for spacing between the paragraphs, "automatically" choice is to be checked for before and after the paragraphs. In the first line of the paragraphs, there shall not be a "paragraph indentation." As for the layout, the margins (including top-bottom-right-left) shall be 2,5 cm. Page number is to be available in 10 type size and in Tahoma style at the end of the pages. All the texts of the article shall be written in 10 type size and in Tahoma style.

5. Headings and Subheadings: All the headings included in the article shall be in 10 type size and in Tahoma style, and aligned to left. First degree headings shall be typed in bold by capitalizing the initial letters of the words while second degree ones are in bold, italics and starting with capital letters and proceeding in small letters and third degree ones are italics and starting with capital letters and proceeding in small letters.

6. Footnotes: Authors should present the footnotes included in the article by numbering them (i.e. 1,2,3) at the end of the related page. Footnotes shall be typed in bold and justified in 8 type size and in Tahoma style with a single line spacing and no indentations.

It is possible for the author(s) to have presented the article in different symposiums, conventions, conferences and seminars, which should be clearly noted to the journal. In this case, the note about previous presentations of the article shall be presented on the first page together with the first footnote.



7. Citations: Resources referred in the article shall be presented in parenthesis with the name of the author, publication year and, when necessary, page numbers (Heidegger, 2009: 35). If there is more than one study of the same author within the same publication year, in references, letters (i.e. a,b,c, ...) are used in numbering them after the publication year (Heidegger, 2009a: 47). When more than one studies are referred, references shall be given in chronological order of the publication years (Kuhn, 1968; Heidegger, 1978; Rorty, 2000).

8. Quotations: In some cases, the author(s) may directly take a specific part of another study without editing any punctuation or quote it directly as it is. In such cases, the author(s) shall quote the part taken directly from its original study without making any mistakes and the reference shall be presented both in the text by including the page number and in the references part.

If the quote is less than 40 words, the quotation is written in a quotation mark ("...").

Sample:

As Sartre asserted with a deep narration in *Being and Nothingness*, it is "as a being which is what it is not and which is not what it is" (Sartre, 1956: 58).

If the quotation exceeds 40 words, it is written as a paragraph separately from the main text in 8 type size and in Tahoma style. This quotation in a separate paragraph should be justified by having 1,25 cm from right and left margins.

Sample:

As Popper states:

Every intellectual has a very special responsibility. He has the privilege and the opportunity of studying. In return, he owes it to his fellow men (or 'to society') to represent the results of his study as simply, clearly and modestly as he can. The worst thing that intellectuals can do - the cardinal sin - is to try to set themselves up as great prophets vis-à-vis their fellow men and to impress them with puzzling philosophies. Anyone who cannot speak simply and clearly should say nothing and continue to work until he can do so (Popper, 2000: 83).

9. References: The articles sent to Possible Journal of Thinking should be prepared by applying American Psychological Association (APA) style in their citations, quotes and footnotes. It is APA- 6th Edition that shall be taken into consideration by authors. Citations referred in the article shall be available in references and studies available in references shall be available in the article. Only the studies referred in the articles shall be kept in references and any studies which are not cited in the article shall not be included in the references. Of all the citations done in the article, the full information is to be presented. References are to be in alphabetic order of the last names of the authors, in Tahoma style and in 8 type-size. Indent of second line of each reference shall be 1.25 cm and the name of a book or a journal shall be italics.

Fundamental principles about writing references are as follows:

- While writing references, please "especially pay great attention to punctuation".
- In references, last names of all authors are capitalized and only each initial letter of other names should be displayed in capital letters.
- If there is more than one study of the same author in references, references are sorted from the oldest to the latest. In case of the studies with the same date, sorting is done with letters (i.e. 2000a, 2000b).



- Authors with the same surname are sorted according to the alphabetic order of their first names. Thus, if one has a name whose initial letter comes earlier than the other, the former one is listed first even though the latter has a study with an earlier date.
- DOI numbers of journals publishing online is provided, if available.

Writing Style of References

A Single Authored Book:

Godfrey-Smith, P. (2003). *Theory and Reality*. Chicago: The University of Chicago Press.

A Double or Multiple Authored Book:

Hardt, M.; Negri, A. (2005). *MULTITUDE War and Democracy in the Age of Empire*. NY: Penguin Books.

A book with an Editor:

Parusnikova, Z.; Cohen, R.S. (Ed.) (2009). *Rerhinking Popper*. USA: Springer.

A Section in a Book:

Masterman, M. (1992). *The Nature of a Paradigm*. I. Lakatos, A. Musgrave (Ed.) in *Criticism and the Growth of Knowledge* (pp. 59-90). London: Cambridge University Press.

An Article:

Spiegelberg, H. (1960). Husserl's Phenomenology and Existentialism, in *The Journal of Philosophy*, Vol. 57, No. 2, pp. 62-74.

A Paper:

Tekeli, İ. (2006). "Çok Paradigmalı Bir Sosyal Bilim Alanında Yaşamak", *Felsefe ve Sosyal Bilimler – Muğla Üniversitesi Felsefe ve Sosyal Bilimler Sempozyumu Bildirileri-*, pp. 145-157. Ankara: Vadi Yayınları.

Online Resources:

<https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>(date accessed 09.02.2016)

Tekeli, İ. (2016). *A Discussion on the Evolution of the Concept of Sustainability*. Date Accessed: 16.06.2016, https://www.academia.edu/29325390/A_discussion_on_the_Evolution_of_the_Concept_of_Sustainability_of_Cultural_Heritage.

For further information about other reference writing style, please visit <http://www.apastyle.org>