



70'Lİ POLONYALI YAZARLARDA POPÜLİZMİN VE POP KÜLTÜRÜN ETKİSİYLE GELİŞEN POP FRAKSİYON ÜZERİNE

ON THE POP FRACTION IN 70s POLISH WRITERS EXPANDED UPON POPULISM AND POP CULTURE

Dorota Anna MIKOLAJCZYK

Dr., Ankara Üniversitesi, Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi,
Slav Dilleri ve Edebiyatları Bölümü, Polonya Dili ve Kültürü Anabilim Dalı,
Dorota.Aнна.Mikolajczyk@ankara.edu.tr

Makale Bilgisi

Gönderildiği tarih: 1 Eylül 2018
Kabul edildiği tarih: 18 Ekim 2018
Yayınlanma tarihi: 28 Aralık 2018

Article Info

Date submitted: 1 September 2018
Date accepted: 18 October 2018
Date published: 28 December 2018

Anahtar sözcükler

Popülizm; Pop Kültür; Pop Edebiyat;
Yetmişli Yazarlar; Çağdaş Polonya
Edebiyatı

Keywords

Populism; Pop Culture; Pop
Literature; Writers born in the 1970s;
Contemporary Polish Literature

DOI: 10.33171/dtcfjournal.2018.58.2.14

Öz

1989 yılında komünist rejimin son bulmasının ardından Polonya demokrasiyle birlikte kurulan yeni bir düzeni kabullenerek yeni bir döneme girmiştir. Polonya'nın yeni düzeninde ortaya çıkan yepyeni özgürlükler "popülizmin" ve "pop kültürün" tırmanmasına sebep olmuştur. 70'li yazarlar Polonya'nın eski düzeninde doğup yeni düzeninde boy attıkları için "pop kültürün" ve "popülizmin" etkisinde kalmışlar ve Polonya edebiyatına "pop fraksiyon" eğilimi kazandırmışlardır.

Abstract

After the end of the communist regime, Poland entered a new phase of acceptance by adopting a new order established with democracy. New freedoms that came along with the new order in Poland led to a burst of "populism" and "pop culture". Because of the fact that the 70's writers were born in the old order and took up the new order in Poland, they are influenced by "populism" and "pop culture" and they introduced the "pop fraction" trend to Polish literature.

Giriş

İngilizce kökenli "pop" sözcüğü bugüne kadar edindiğimiz siyasal ve kültürel tecrübelerin temelinde yatar. "Pop", halkın arasında yaşayan motiflere, ögelere yer veren, onlardan yararlanan kültürdür. Günümüze kadar ulaşan "pop" sözcüğü, Latince "Populus", yani "halk" ve "popularis", yani "halka ait", "halka uygun", "halkça sevilen" anlamına gelen sözcüklerden türetilmiştir. Daha sonrasında "pop" sözcüğünden türetilen "popüler", "popülizm" gibi başka sözcükler de olmuştur.

Şimdi gelelim "populus", yani Latince "halk" anlamına gelen sözcüğün kullanımına...

Roma imparatorları tarafından yönetilen halka "populus romanus", yani "Roma halkı" dendiğini biliyoruz. Lehçe "Polska", yani "Polonya" sözcüğünün anlamı ise "Polan" olarak adlandırılan ırktan gelmektedir. "Polan" veya "Polanin" ise tarla anlamına gelen "pole" sözcüğünden gelir. Yani Lehçe "Polska", Türkçe "Polonya" derken, etimolojik açıdan akla gelebilecek ilk açıklama "tarlada yaşamını sürdüren/yaşayan insan", bir başka deyişle, "köylü"dür.

Polonya'da 19. yüzyılın ortalarından 20. yüzyılın ortalarına kadar burjuva sınıfı ve soylu aydın sınıfın gözünde hiçbir değeri olmayan köylüler, mülksüz, fakir insanlardı. Aslında o zamanlarda kıymeti bilinmeyen köylüler, gerçek değerlerini ve gizemlerini koruyan topraklarına gömülmüşlerdir. Bunun en değerli kanıtı, Władysław Reymont'un¹ neredeyse tümüyle köylü lehçesiyle yazılmış ve birçok dile çevrilmiş, Nobel ödüllü, dört ciltlik *Chłopi (Köylüler)* (1924) adlı romanıdır.

Reymont, eserinde köylülerin dört mevsimdeki yaşamlarını renkli bir şekilde anlatmıştır. 1937 yılında yayımlanmış ve yayımlandıktan kısa bir süre sonra Polonya'da yasaklanmış o zamanlarda saygısız, siyasal bir alegori olarak algılanmış, toplumsallığın her alanını şiddetle lânetleyen, köylüleri, kentlileri, burjuvaları ve aristokratları aynı çuvala koyan *Ferdydurke*² başlıklı romandaysa her kimlik ve her kurum aşağılanır.

Polonya Halk Cumhuriyeti (PRL)³ döneminde ise Gomułka⁴ yönetiminde 1959 ile 1968 yılları arasında ülkede küçük bir istikrar havası olmakla birlikte, iktidarın gittikçe huysuzlaşan dört muhatabı olmuştur: Bunlar; kilise, işçiler, köylüler ve aydınlar, bir başka deyişle, halkın bütünüydü. Söz konusu dönemde yaşam koşullarının düzelmemesi ve zorlukların artması protestolara yol açmış; ülke, genel grevin eşiğine gelmiştir. 1970 yılında Gomułka görevden alınmış ve yerine Edward Gierek⁵ getirilmiştir. Gierek “*Yeni Polonya'yı İnşa Edelim*” sloganını ortaya atmış; ulusal değerlere önem verilirken, halkla yeniden diyalog kurmak için çaba harcanmıştır. Ücretlerin artırılması ve ekonomi yönetimini iyileştirme kaygısı, 1971-1975 yıllarının Polonya'sına iç açıcı bir görümüm kazandırmıştır. Dönem Polonya'sında “*halkın koruyucusu lider*”, yani Lehçe “*trybun*” ve onun destekleyicisi halk tekrar gündeme gelmiştir.

¹ **Władysław Reymont (1867-1925):** Polonyalı yazar. “Genç Polonyalılar” isimli edebiyat çevresinde yer aldı. 1924'de edebiyat dalında Nobel Ödülü'ne layık görüldü.

² **Ferdydurke:** Var olma savaşı içindeki bir yazarın hikâyesidir. Yazarı Witold Gombrowicz'tir (1904-1969).

³ **Polska Rzeczpospolita Ludowa:** Polonya'nın 1952-1989 yılları arasındaki resmi adı.

⁴ **Władysław Gomułka (1905-1982):** Polonyalı devlet adamıdır. 1956-1970 arasında Polonya Birleşik İşçi Partisi Sekreterliği görevini yürütmüştür.

⁵ **Edward Gierek (1913-2001):** Polonyalı devlet adamı. 1970-1980 arasında Polonya Birleşik İşçi Partisi 1. Sekreteri olarak ülkeyi yönetmiştir.

Kısacası “*halk*” sözcüğüne ne açıdan bakılırsa bakılsın, bünyesinde bir siyasal içerik barındırdığı görülmektedir. Bu açıdan bakılınca, halkın, yöneticilerin ellerinde yedekte tutulan, savunma veya korunma amaçlı kullanılan bir organizma olduğu düşünülebilir. Bir başka deyişle, halk, devletteki otoriteler tarafından iktidar karşıtlarıyla mücadele etmek için kullanılmaktadır denebilir. Bu, özellikle demokratik ülkelerdeki siyasetçilerin sık sık başvurdukları bir doktrindir. Bu doktrinin temelinde “*popülizm*” vardır.

Peki, “*popülizm*” nedir?

Türk Dili Kurumu Sözlüğü’ne göre, “*popülizm, politik durumu dramatize ederek halkın ilgisini uyandırmak amacıyla yapılan politika, halk yardakçılığı*”dır (Güncel Türkçe Sözlük). Bir başka deyişle, “*popülizm*” halkın çıkarlarına, önyargılarına, hayal kırıklıklarına ve öfkelerine seslenme esasına dayanmaktadır.

Dünyada “*halkçılık*” ilkesini barındıran popülizm söylemleri, solcu veya sağcı kesimlere ait olur. Polonya’da “*halk patronudur, halk ne derse o olur, milli irade*” gibi söylemleri sağcılar sahiplenmektedirler.

“*Popülizm*”in özünde yatan ana düşünce, halk iradesinin katıksız ve mutlak egemenliği, doğrudan demokrasi, halkın iktidarındır. “*Popülizm*”, toplumsal intikam ve duygusal manipülasyon fikrine dayanır. Sosyal işbirliğini ve siyasi müzakereleri dışlar. Kısacası, “*popülizm*”, siyasetteki güvensizliğin bir ifadesidir. Toplumun siyasi temelini kökten kaldıran ve bunu tartışmasız etkilere dayanır bir şekilde yeniden inşa etmeye çalışan siyasi bir harekettir.

“*Popülizm*”in yalnız Polonya’da değil, bütün dünyada tırmanmasıyla eş görülmemiş bir sosyal medya krizine şahit oluşumuz bir tesadüf mü acaba? İşte bu noktada dikkatimizi “*pop kültür*”ün “*popülizm*”le bağlantılı oluşuna çevirmemiz gerekir.

Polonya’da 90’lı yıllara damgasını vuran temel gelişme, aslında yeni medyanın yükselişi olmuştur. Yeni medya, geleneksel medyanın haber ve bilgiye ulaşmadaki tekeline yıkmıştır. Bu durum da iletişimde alternatif kanalların gelişmesi sonucunu doğurmuş, böylelikle bu alanda göreceli olarak bir özgürlük ortamı yaratmıştır.

Sosyal medya güncelliğini kaybetmeyerek, çok büyük bir kesime hitap eden iletişim aracı en üst seviyeye çıkararak, ancak, dili basitleştiren bir araçtır. Kuşkusuz “*popülizm*”in bir göstergesidir. Bu durum “*pop kültür*”de de benzerdir. Bizlere duymak istediğimiz şeyler söylenir; görmek istediğimiz şeyler gösterilir; aksi

halde “popüler” olmaktan, yani “pop” olmaktan çıkar. Facebook’ta “like”lar varken, neden “dislike”lar yoktur? Aslında günümüzde biz insanlar en çok kendimizi severiz; işte bu anı ölümsüzleştirip bir “selfie” çekmenin tam zamanı... Kültürel zevkler, bugüne dek böyle bir kargaşa içinde hiç olmamıştır. İnsanların zaman ve mekân algıları artık değişmiştir. Sosyal medyanın gelişim sürecinde yaşanan değişimler, toplumsal ve teorik anlamda bir kimlik krizine neden olmuştur. “Pop kültür”ün zirve yaptığı bugünlerde güzellik, hakikilik, dürüstlük geçerliliğini yitirmiştir. Geriye taklit ve sahtekârlık kalmıştır. Tanrı’nın yerini ise birey almış; birey odaklı bir düşünce biçimi hâkim olmuştur. Polonyalı şair Miłosz⁶ haklıydı; yarım yüzyıl önce bugünlerimizi öngörerek, hayal gücünün dini ortadan kaldıracağını ve hayatın anlamının gökyüzüyle kesinlikle bağdaştırılmayacağını söylemişti:

Yalnızca umuttan umuda kapıldığımı anladım da,
Her şeyi bilen Sana sordum,
Neden bozuyorsun ki huzurumu?
Eyüp’ün sabrını zorladığın gibi benimkini de mi zorluyorsun yoksa?
İnancımın yalan olduğunu anlayıp inanana kadar ha,
İşte söylüyorum: Yoksun sen, yok cezaların da.
Dünyada yalnızca tesadüf mü hüküm sürmekte yoksa?
Aynı zamanda verilen tüm bu acılara gözünü nasıl yumabiliyorsun sen?
Düşündüm, insanlar yalnızca bu sebepten senin varlığına inanmıyorlarsa, onları övmelisin diye.
Şimdi sana sesleniyorum dua etmeyi beceremesem de.
Yüreğim senden yana, yaralarımı iyileştirmeyeceğini bilsem de,
Adını söyleyerek sana seslenen acı çekenlerin acıları hiç bitmesin, öyle mi? (Miłosz 1200).

Söz konusu toplumsal modernleşmenin ve tüketim toplumlarına aşılana sistemin bir yöntemi olan “popülizm”in yan etkileri arasında “pop kültür” bulunmaktadır.

Peki, bu durumda “pop kültür” nedir?

⁶ **Czesław Miłosz (1911-2004):** Polonyalı şair ve deneme yazarı.

Öncelikle popüler kültür ihracı olan, Amerika’da ortaya çıkan, 1950’lerde dışavurumculuğa tepki gösteren genç sanatçıların 1960’larda bir akım haline getirdikleri “*Pop Art*”tan söz etmek gerekir. “*Pop Art*”, popüler sanatın kısaltılmış adıdır. Bu terim ilk olarak Lawrence Alloway’ın *The Arts And The Mass Media* başlıklı makalesinde görülmüştür. Pek çok sanat akımı gibi, bu akımın da öncelikle plâstik sanatlarda ortaya çıktığını görüyoruz. Bu akım sanatçıları endüstri ürünü artıklarından gazete parçalarına kadar her şeyi kullanmış ve hazır doğa nesnelerini de sanat eseri olarak sunmuşlardır. Pop Artçılar resim, heykel, sinema ve çevresel düzenlemeleriyle kendilerini ifade ederken, konu olarak gündelik yaşam nesnelerini, kitlesel medyayı, reklâmları, çizgi roman karakterlerini, televizyon ve sinema kişilerini-figürlerini kullanmışlardır (Pop Art Nedir?).

“*Pop kültür*” toplumsal kültürün ve günlük yaşamdaki değişken alışkanlıkların biçimsel anlamda farklılaşmasından ve yaygınlaşmasından ortaya çıkmıştır.

Türk Dil Kurumu, “*pop[üler] kültür*” kavramını “*belli bir dönem için geçerli olan, hızlı üretilen ve hızlı tüketilen kültürel öğelerin bütünü*” (Güncel Türkçe Sözlük) olarak tanımlamaktadır. “*Pop kültür*” tüketim toplumlarınca hızlı şekilde sindirilir ve bitirilir. “*Pop kültür*” ısrarcı değildir; bağışlayıcıdır. Herhangi bir dinden daha çok insanidir. Çağdaş insanın ihtiyaçlarını ancak “*pop kültür*” karşılayabilir. “*Pop kültür*” bizi kaçınılmaz biçimde şekillendirir. Egolarımızı büyük ölçüde etkiler. Herkesi bir kalıba sokar. Zaten “*pop kültür*”den sıyrılabildiğini anlayan zihin özgür kalmış demektir.

İncelememizin en başında değindiğimiz, “*pop*” sözcüğünün etimolojisini de değerlendirmelerimize katarsak, aslında “*pop kültür*”, “halkın kültürü”, “halka hitap eden kültür”, “kitle kültürü” veya kökeni geçmişin soylu sınıfsal ayrımına dayanan “alçak kültür”dür. Bu ayrımcılığın mazide kaldığını sanmıştık. Yıllardır ayakta mı uyutulmuşuz yoksa?

Bu girişten sonra, “*popülizm*”in ve “*pop kültür*”ün etkisiyle gelişen bir edebiyat akımı olan “*pop fraksiyon*” ve 70’li Polonyalı yazarlardan söz etmenin artık sırası geldi sanırız.

70’li Polonyalı Yazarlarda “*Pop fraksiyon*”

Polonya’da 90’lı yıllarda kapitalizmle birlikte, toplumsal modernleşmenin bir yan etkisi olarak “*pop kültür*” ortaya çıkmıştır. Ancak hızlı bir şekilde sindirilip tüketilebilen edebiyat eserleri tüketici toplumların zevklerine uygun olacaktır.

Polonya'da "pop kültür"ün ortaya çıktığı yıllarda "pop fraksiyon", yani pop-ayrım edebiyatı gelişmiştir. Bu akımın öncüsü Adam Wiedemann⁷ olmuştur; devamını Michał Witkowski⁸ getirmiştir.

"Pop fraksiyon", kitapları, techno tarzı müziği, *Love Parade* elektronik müzik festivalini, zengin ancak mutsuz olan insanları, can sıkıntısını gidermek için gereksiz eşya alıp satmayı, insanlarda ölüm korkusu uyandırarak sağlıklı yaşamı ve beslenmeyi dayatan reklâmları, uyuşturucuyu, korku ve kuşku duygusunu, karikatür dergilerini ve benzeri konuları ele alır.

Bu tür eserlerin ortak özelliklerine bakıldığında, belli bir şablon kullanıldığını fark etmek hiç de zor olmayacaktır. Tüketim ürünleri olarak piyasada yer alan "pop fraksiyon" eserleri birbirine neredeyse tıpatıp benzeyen ortak kurgu, benzer kahraman, olay ve durum taşıyan derinliksiz, okuyucunun zihnini yormayan, kolayca tüketilen, dönemlik anlayış ve beğeniye hizmet eden eserlerdir. "Pop fraksiyon" eserleri deyince akla ilkin polisiye, fantastik, bilim-kurgu, aşk konulu romanlar gelir. Bunlar kaliteden uzak, sıradan, kolayca anlaşılabilir eserlerdir.

21. yüzyılda pop dünyasında yaşıyoruz. Ancak, ilkel yaşam düzeyinden, bilinç boyutundan henüz kurtulamadık. Ne var ki, bu durum pop dünyasına ait olduğumuz gerçeğini değiştiremez. Bu dünyada herkesin kendini göstermek için beş dakikası vardır. Pop dünyası kadar demokratik bir yer yoktur. Ancak, bunun bir bedeli de olacaktır. Pop dünyasındaki kurallar kabul edildiği ölçüde mutlu yaşanır. Pop dünyasının mottosu "ucuz olsun ve çok olsun"dur.

Polonya'da "pop fraksiyon", yani pop-ayrım edebiyatının en önde gelen temsilcisi Sławomir Shuty'dır.⁹ Shuty, kendini yeni bir dinin, yani kapitalizmin peygamberi olarak adlandırmıştır. Shuty'nın düşünme şekli ve Polonya'ya yön veren reklâm, tüketim, dualar, din propagandası gibi unsurlar, kapitalizmin beraberinde getirdiği teknolojik gelişmede sanat ürünlerinin siyasallaşmasına ve kolektif hale gelmesine doğru bir yönelim gören Walter Benjamin'in¹⁰ düşüncesine çok benzer. Benjamin, kapitalizmin -diğer her şeyi olduğu gibi- kültürü de meta¹¹ biçimiyle

⁷ **Adam Wiedemann:** 1967 doğumlu Polonyalı şair, edebiyat eleştirmeni.

⁸ **Michał Witkowski:** 1975 yılında Wrocław'da doğdu. Yazar ve edebiyat eleştirmenidir.

⁹ **Sławomir Shuty:** 1973 yılında doğan kurgu yazarı, fotoğrafçı, yeraltı film yönetmenidir.

¹⁰ **Walter Benjamin (1892-1940):** Alman edebiyat eleştirmeni, düşünür, kültür tarihçisi, estetik kuramcısıdır.

¹¹ **Meta:** Kapitalizmin yapısıdır, her şey para ile satın alınabilir.

karşımıza çıkardığını vurgulamaktadır. Kapitalizm genelleşmiş bir meta ekonomisidir; her malın piyasada kazandığı bir satış değeri vardır. Kapitalizm teknoloji çağının ürünü olan kitle sanatını ve “pop kültür”ün sanatını metalaştırır.

Shuty’ya göre, “*En önemli şey, adetleri yerine getirmektir ve kutsal şeyleri kutsamaktır, haftanın yedi günü kutsaldır, hayatta odaklanılması gereken unsurlar ise suç ve ağıttır*” (Akt. Klonowski 37). Bu noktada yazarın halka ve onun inançlarına yöneldiğini görüyoruz. Shuty’nın edebiyat yoluyla halka inerek çalışması ve yaşamlarını etkilemek için gösterdiği çabada “pop art” tarzının öne çıktığını hissetmek mümkündür. Shuty sayesinde edebiyat elle tutulabilir ve satın alınabilir kılınmıştır. Sanatın kalitesi de arka planda kalmaktadır. En önemli şey tüketmektir; çünkü tüketilirse kazanç vardır; gerisi lafügüzaftır.

Günümüzde piyasaya sunulan çoğu eserin değeri bilinmez. Yazarların çalışmalarına ayrılan zamanına, yaratıcılığına ve emeğine saygı kalmamıştır. Shuty, *Jaszczur (Kertenkele)* başlıklı eserinde, sanatçıların dışlandığı bu kurumsallaşmış ve kemikleşmiş sistemi iğneleyici bir şekilde birçok kez suçlamaktadır: “*Bu insanlarla nasıl savaşılmalı, o****u çocukları, hırsızlar, tüm bu yayın pazarı, basın, hepsi kaba saba insanlar...*” (Shuty, *Jaszczur* 118). “*Polisiye romanlar, röportajlar, efendime söyleyeyim, yemek kitapları, diyet kitapları, ünlülerin dandik yazıları ve çocuk kitapları, bunlar bir b*k benzemiyor, piyasa bozuk, beyin yerine b*k besliyorlar, bu fuarda bir b*k yok...*” (Shuty, *Jaszczur* 119.)

Polonya’da “pop kültür”ün zirve yaptığı zamanlarda, yani 90’lı yıllarda hayata atılan 70’li Shuty *Zwał (Kalp Krizi)* başlıklı eserinde, kendini ve yaşlılarını şöyle betimler:

İnsanlar pasif objelere dönüşmeli, beyinlerinin yıkanmasına izin verilmeli ki, hayatta tek amaçları gereksiz eşyalara sahip olmak olsun, insanlar şampiyonlukla, olimpiyatla, kayakla atlamayla, komik dizilerle, şiddet içeren filmlerle beslenmeli. Sperm içeren birkaç çeşit aromatik soslu Kebap kuşağıyız. Çarmıha gerilmiş y**ak kuşağıyız. Sidiğe ve başka birçok yolsuz atılım sınırlarına koltuk altlarına kadar batırılmış Meryem’in kuşağıyız. Sopa ve havuç kuşağıyız. Bir elinde TV kumandası, diğer elinde vibratör, süper vizyon karşısında oturmuş, kör edici ucuz ispiroto içen bir kuşağız... Kıç krampı yaşayanlar ve her şeyden tiksinenler kuşağıyız, kuş gribine yakalanmaların kuşağıyız... Pop kültürün yan ürün kuşağıyız... Boş çerçeve, rüküş, slapstik komedi kuşağıyız... Acı sos

kuşağıyız, genetik yapısı değiştirilmiş sazan balığının hücrelerinden oluşan bir kuşağız... (Shuty, *Zwał* 60).

Polonya’da her çeşit iyi, yabancı kaynaklı mal barındıran hipermarketler, 90’lı yıllara damga vurmuştur. Shuty özellikle pazar günlerinde ritüel görevini yerine getiren her vatandaşın büyük marketlere gezmeye gidişini *Dziewięćdziesiąte (Doksanlılar)* başlıklı eserinde şöyle anlatır:

Açılışlara en üst düzey temsilciler gelir; belediye başkanı, papaz, geleneksel dans gösterisi eşliğinde, başka, daha iyi bir medeniyetin kapısını açarlar. “Eline ne geçerse al, elinden koparmak istenirse sakın bırakma” kuralı devreye girer. *Shopping* tacize, şiddete dönüşür, kurallar ihlal edilmeye başlar başlamaz Rus komandoları müdahale eder, gazla, tankla insanlara direnirler. Halk savaş alanından çekilip eli boş evlerine döner. Buzdolabı, ütü, çamaşır makinesi, karıştırıcı, ucuz votka, domuz yağı gece kâbusu olur. İnsan sabah uyandığında ev sakinlerini saymaya başlar, Baba sen yaşıyorsun! Dün seni çikolataların bulunduğu dolabın altında gördüğümde öldün sandım. (Shuty, *Dziewięćdziesiąte* 87).

Shuty aynı kitapta 90’lı yıllarda popüler olmuş, şimdilerde ise tebessümle andığımız yaşantılardan söz eder. Tüm bunları kısaca, maddeler halinde şöyle sıralayabiliriz:

1. Yastık altında tutulan parayla Rubin marka televizyon almak.
2. Budapeşte pazarlarında yapılan satışlardan kazanılan parayı dona saklayıp, memlekete getirmek ve o zamanlar çok popüler, son model Atari marka bilgisayar almak.
3. VHS video almak için çarşıda kurulan pazara ailece gitmek.
4. Pazardan pazarlık yaparak alınan cihazları eve getirip, tüm kablo ve bağlantıları dikkatlice kurarak, ailece izlemek üzere *Terminator II* film kasetini yuvasına ittirip, filmin başlamasını heyecanla beklemek. Çoğu zaman cihaz çalışmaz. Tamir etmek için komşu, kardeş maaile toplanıp cihaz sökülür. Cihazın içinde en üst teknoloji yerine, play-dough hamuru bularak büyük hayal kırıklığı yaşanır.
5. Şarkiyat dünyasına açılan kapı olan İstanbul’u görmek için bisikletle yola çıkmak. Parasızlıktan dolayı yolda soğanla kuru ekmek yemek. Özlemle beklenen ve merak edilen İstanbul’un mistik havasına akmak. Aslında kolesterol sebebi olan ve zihnine kadar sinen yağ kokusunun yayıldığı tıklım tıklım kalabalıkta dolaşmak.

Korna seslerinden rahatsız olmak. Ufukta yüzünü gösteren Aya Sofya'yı izlemek. Kapalı çarşıda ağzına koymadan elinde eriyen peynir görünümlü açık tereyağının tadına bakmak. Yapılanların hepsi insanı mahveder ve büyük bir hayal kırıklığına uğratar.

6. Ukrayna bisikleti satın almak. Bu bisiklet Ukrayna'da üretilen bisiklet tekerleğinin çapı, Polonya'da üretilenin iki katı olduğundan dolayı tercih edilir. Bisikletin freni binicinin ayakları olsa da, hedefe daha kısa zamanda ulaşabilir olması tercih sebebidir.

7. Rahatlamak için royal ispirto içmek ve piyasalara daha yeni yeni sunulan, halk arasında "çimen" olarak bilinen uyuşturucu hiçbir yerde bulunamadığı için, tarlada yetişen çimenin uyuşturucu etkisi olduğunu sanmak ve aslında ineklerin yediği çimeni kâğıtlara sarıp içmek.

8. Uzun saatler süren sıralarda bekleyişin meyvesi üç portakal alışverişi yapmak. Sonra bu üç portakalı kutsal yerine yani televizyon üzerindeki biblo konumuna koyup onlara gözü gibi bakmak. Haftalar sonra çürüme izleri görüldüğünde, yenecek bir şey olduğunu anlamak.

9. Doğum günlerinde vaftiz ebeveynlerinin hediye olarak getirdikleri çikolatayı aylar boyunca dolapta beyazlara bürününceye dek bekletmek, daha sonra yemek.

10. Sırf "chacha"¹² içmek için Gürcistan'a gitmek.

11. Pazar günlerinde ayin törenleri sırasında şişko papazlardan hayat dersleri almak.

12. Czestochowa'ya¹³ hacca gitmek.

13. Yiyecek içeceklerle doldurulmuş büfeler, kapakları meme, kıç, baldır, göbek, ağız pozlarıyla süslenmiş pembe dizi kitaplarını satın almak.

14. İktisatçı olmak, ama aynı zamanda sokak müzisyeni, ayakçı, tüccar, muhasebeci, bahçıvan, şoför, eczacı, film yönetmeni gibi mesleklerden birinde eşzamanlı çalışmak.

15. Eşyaları kullanmak için değil, dolapta öylesine tutmak her şeyi stok yapmak. Bu eşyalar arasında bardak, tabak, yemek takımı, çatal, bıçak, havlu, çarşaf, örtü, bezler, kozmetik ürünler, ikişer çift ayakkabı (bir çift öldükten sonra,

¹² **Chacha:** bir Gürcü şarabıdır. Bu şarap su rengindedir ve içerisinde 75 ile 80 arasında değişen alkol oranı vardır.

¹³ **Czestochowa:** Polonya'nın güneyinde Kutsal Meryem Türbesi'nin bulunduğu bir şehirdir.

tabutta yatarken giyilecekti, öteki düğün gününde) vardı. Dolaplarda güvelerin kâbusu olan naftalin kokusu yoğundu.

90'lı yıllarla alakalı anılara bir başka 70'li yazar Mariusz Sieniewicz'in *Walizki Hipochondryka (Hipokondri Hastasının Valizleri)* eserinde rastlıyoruz.

Küçükken herkesin bir koleksiyonu vardı, şişe kapakları, bira tenekeleri, posterler, model arabalar, benimse sözcük koleksiyonum vardı... Geçmişime acıyarak gülümsüyorum... Eğer yıllar önce sesimi kendime duyurabilseydim, vazgeç bu sözcük sevdasından derdim, şişe kapakları, model arabalar biriktirmek daha pratik. Gençliğimin sevdası felaketim oldu. (Sieniewicz, *Walizki Hipochondryka* 19).

Polonya Halk Cumhuriyeti çocuğuyum, yoksunluğun, eksikliğin, çakma malların, şeker pamuğun, yabancı ünlülerin rengi atmış posterlerinin, tuvalet kâğıdı yerine geçen gazetelerin çocuğuyum.

... Yetmişlerde doğanların ortak noktası askerlik vazifesinden kaçmaktı; herkes askerliğe elverişli değil raporunu, yani E notunu almak için uğraşırdı, deli kaçık olmak hayat boyu askerlik vazifesinden kurtulmak demekti.

Batı dünyasına âşık Modern Talking grubunun sanatçısı olan Thomas Anders ifadeli, beyaz çoraplı, Türk kotu giymiş, plastik terlikli, leş gibi kebab kokan, Fiat marka arabayla gezen adamlarız, bu yüzden kimlik sembolümüzün hilal olduğunu düşünüyorum. (Sieniewicz, *Walizki Hipochondryka* 21, 35).

Baltık Denizi kıyısından Tatra Dağları'na kadar tüm Polonya ringa balığı atıştırırken votka içiyordu, ayık olan birine rastladıysanız kendisi turistti ancak, bunlar eskidendi, bugün şarap içiyoruz, yanında kaşar ve üzüm. (Sieniewicz, *Walizki Hipochondryka* 59).

Mariusz Sieniewicz'in *Spowiedź Śpiącej Królowny (Uyuyan Prensesin Günah Çıkarışı)* başlıklı eserinde ise, aslında bir filolog ve kütüphaneci olan Emilia, çeşitli eşyalar satan toptan bir market zincirinde çalışmaktadır. Günler, annesi ve babasına bakmakla, ümitsiz ilişkiler yaşamakla, *ptasie mleczko (kuş sütü)* adlı çikolataları yemekle geçer. Hayatında tek sevdiği erkek, Eryk adlı telefonudur. Emilia, narkolepsi bozukluğu yaşamaktadır. Bundan dolayı, gün içerisinde çoğunlukla farkına varmadan uykuya dalar. Rüyasında ise intihar etmeye çabalar. Bu hastalığı gerçek hayattan kurtulma yolu olarak gören Emilia, rüyasındaki daha iyi, daha mutlu hayatı tercih etmektedir. Rüya ile gerçek arasında yaşayan Emilia, her seferinde annesi, babası, eski sevgilisi ve hattâ Tanrı, Şeytan, Polonya halkı

tarafından uyandırılarak, intihar teşebbüsünden kurtulur. Herkes ölmesi için geçerli bir nedeni olması gerektiğini hatırlatır ona. “Ölüm nasıl gerçekleşir, bilmeden ölüyorum, uykuya nasıl dalınır, bilmeden uyuyorum.” Emilia, “Kadınlar erkeklerin olmadığı bir dünyada yaşayamazlar” gerçeğini bir türlü kabul edemez. Bu durumun bir kültür ve toplum tarafından aşılmasına tepkili olan Emilia aslında bir erkeğin kadının ıstırap kaynağı olduğunu düşünür. Diğer yandan, “her kadının bir erkeğe ihtiyacı vardır” düşüncesini de savunur.

Bu roman, aslında çağdaş Polonya'nın acı gerçeklerini göstermektedir. Polonyalıların kalıplaşmış düşüncelerine göre, bu ülkede kötü ne olduysa Rusya yüzünden olmuştur. Herkes bir tek doğrunun ve aynı kalıbın içerisinde yaşamalıdır. Milli kültür kimliği yıkılmıştır. Sieniewicz kalıplaşmış üslubu değiştirmeye çalışır; dili düzleştirerek pastiş tekniği uygular.

Siyah renk bu memlekette hiç bir zaman demode olmayacak.

Siyah, memlekette yaşamının cazibesidir. Ne zaman olursa olsun, baharın ilk günlerinde, yazın en sıcak günlerinde, 1 Nisan şaka gününde, Noel Bayramı'nda, Ölülere Anma Günü'nde, siyah renginin havası hâkimiyetini korumaktadır. Sanki 1 Kasım¹⁴ bütün yıl boyunca sürüyormuş gibi, sabahtan akşama kadar canlılar ölümlere eşlik edermişçesine. Bunu anlatmak çok zor, ölüm her sokağın köşesindedir. Birden fazla şair bahar aylarını beklemekten kör olmuştur. Ülkemizin her vatandaşının elinin altında, gözünün önünde her zaman birkaç haç bulunmakta, çantaları boşaltsan çoğu insanın yanında mezar mumunu taşıdığı ortaya çıkar. İnsanlar bu mumları kendi razısıyla, baskı altında kalmadan taşırlar. Polonya'dan başka bir coğrafi enlemde cehennemle cennet bu kadar yakın olmayacaktır artık asla. (Sieniewicz, *Spowiedź Śpiącej Królowy* 126).

Bir başka “pop fraksiyon” yazarı Jan Krasnowolski, *Klatka (Kat Merdivenleri)* başlıklı öykü derlemesini intihar sonucunda ölen kardeşi Tomek'in anısına yazmıştır. Altı öyküden oluşan bu kitapta, bir apartmanda oturan sıradan insanların hayatları anlatılır. Krasnowolski'nin şekillendirdiği karakterlerin yalnızlığının ve tek başlılığının sebebi bilinmese de, karakterleri çoğu zaman insanları kendilerinden uzak bir mesafede tutarak, ilişkilerden kaçınarak kendi evlerine sığınır. Bu öykü derlemesinde yer alan öyküler gerçekçi olarak

¹⁴ **Ölüleri Anma Bayramı:** insanlar ailelerinin mezarlarını ziyaret eder, çiçek bırakıp mum yakarlar.

nitelendirilebilir. Buradaki gerçekçilik çok samimi ve çıplaktır. Örneğin, *Dört Yol (Skrzyżowanie)* başlıklı öyküsünde bir grup gencin trafik ışıklarında bekleyen arabaların camlarını silerek geçinmeleri anlatılır. Aşağıdaki kısa alıntılardan gençlerin sorunlarını okuyabiliriz:

20 yıllık kariyerimden ellerimde sadece nasırlar kaldı. (Krasnowolski 14).

Dört yolda çalışmaya başlamadan önce bir sigara için yalvarmam gerekiyordu, sinemayı ancak rüyamda görürdüm. (Krasnowolski 15).

Babam hapisten çıktı, eve sarhoş geldi, öyle bir kavga çıkardı ki, tüm apartmanı ayağa kaldırdı, annemi dövdü, ablama sövdü. (Krasnowolski 10).

Aynı kitaptaki *Soup a'la Bremenese (Bremen Usulü Çorba)* başlıklı öykü ise mesleğinden soğuma sendromundan kurtulmak için alkolü panzehir olarak kullanan başkahramanı, aslında yazarın ta kendisini anlatmaktadır; Bremen'e yaptığı yolculuk ve 25 yıl boyunca içkiye sığınarak yaşayan bir insanın kaderi anlatılır. Yazar çoğu zaman körkütük sarhoş olana dek içtiği için melekleri gördüğünü iddia eder. Hattâ bir gün kendi koruyucu meleğiyle konuştuğunu, ancak, meleğini kendisine bir yığın öğüt verdiği gerekçesiyle döverek kendinden uzaklaştırdığını iddia eder.

Üstteki örneklerde görüldüğü gibi, Jan Krasnowolski, Mariusz Sieniewicz ve Sławomir Shuty, halkın sorunlarını parodileştirerek, bir başka deyişle, “*pop fraksiyon*” şablonunu kullanarak, okurun kolayca anlayacağı bir dille anlatırlar.

Polonya'da 1970'lerde ortaya çıkmış, 90'lı yıllarda ise çılgınlık düzeyine gelmiş bir yazma biçimi, “*pop fraksiyon*” edebiyat akımının yan ürünü olan “*fan fiction*” gelişmiştir. “*Fan fiction*”, amatör yazarların, hayran oldukları bir tarihi değiştiren bir olayın, kitabın, filmin, çizgi romanın, şarkının, şiirin hattâ resmin ana hatlarını kullanarak ve bunlara başka karakterler de katarak, yepyeni bir kurgu oluşturmasıdır. Bunları yayınlamak için kullanılan esas mecra da internettir. Bütün önemli yazarların yapıtları “*fan fiction*”a malzeme olabilir. Buna bir örnek olarak Łukasz Orbitowski'nin¹⁵ *Widma (Hayaletler)* adlı eserini gösterebiliriz. Yazar bu eserinde, II. Dünya Savaşı dönemindeki Polonya'yı ve Polonyalıların tam bir

¹⁵ **Łukasz Orbitowski:** 1977 yılında doğan, kısa öykü ve köşe yazarı.

vatanseverlik örneği olan, 63 gün boyunca Nazilerin hâkimiyetine karşı gösterdiği Varşova Ayaklanmasını¹⁶ yeniden gündeme getirmiştir.

“Pop fraksiyon”un bir başka yan ürünü ise “gonzo gazeteciliği”dir. Gonzo gazeteciliği, Hunter S. Thompson’la¹⁷ özdeşleşmiş bir gazetecilik türü, bir makale üslûbudur. İlk kez 1970 yılında ABD’de ortaya çıkan bu gazetecilik türünde objektif olma iddiası yoktur; aksine, alabildiğine sübjektif bir anlatım kullanılır. Çoğu siyasi nitelikli bu makalelerde, alıştığımız süslü yazı üslûbu ve klişe gazetecilik cümleleri yerine, okuyucuya daha içten, eğlenceli ve dürüst gelen, tasvire dayalı abartılı ayrıntılar, alaycı göndermeler, ironi, laf sokmalar, had bildirmeler, hattâ kaba ve giderek küfürlü hale gelen bir dil kullanılır. Gerçekle kurgu yer yer iç içe geçmiştir. Böylece, okuyucunun iletilmesi amaçlanan mesajı daha etkili bir biçimde alacağı düşünülür. “Gonzo gazeteciliği”nde muhabirler de kendilerini olaylara dâhil ederler; sonunda bizzat kendileri de öykülerinin kahramanı oluverirler.

Ziemowit Szczerek¹⁸ “gonzo gazeteciliği” yapan Polonyalı 70’lilerden biridir. *Przyjdzie Mordor i nas zje (Mordor¹⁹ Gelir, Bizi Yer)* başlıklı kitabı macera aramak için Doğu keşfine çıkan *plecakowcy (sirt çantalı gezginleri)* anlatmaktadır. Çoğu zaman Ukrayna’yı seçip, trenle, otobüsle, otostop yaparak ülkeyi boydan boya gezip yazacakları hikâyeler için malzeme peşine düşerler.

Gümrük memuru kafasındaki rögar kapağını andıran şapkasının altından pasaportuma baktı.

- Uyuşturucu var mı? - garip bir şekilde aksansız Lehçesiyle sordu.

- Ne? - gözlerimi şapkasından ayırmadan sordum. - Uyuşturucu mu? O ne ki?

Gülümsedi ve bana bu gülümsemesiyle savaş öncesinden kalmış posterlerdeki Eugeniusz Bodo’yu²⁰ anımsattı. Pasaporta damgayı bastı.

¹⁶ **Varşova Ayaklanması:** 1 Ağustos 1944 yılında gerçekleşmiştir. Toplam 16 bin silahlı direnişçi ve 200 bin civarında sivil hayatını kaybetmiştir. (culture.pl)

¹⁷ **Hunter S. Thompson (1937-2005):** ABD’li gazeteci ve yazar.

¹⁸ **Ziemowit Szczerek:** 1978 doğumlu Polonyalı yazar, gazeteci.

¹⁹ **Mordor:** J.R.R. Tolkien’in kurgusal Orta Dünya evreninde bir ülke. *Mordor* adının manası “kara ülke”dir. (culture.pl)

²⁰ **Eugeniusz Bodo (1899-1943):** Polonyalı aktör, film yönetmeni.

-Ukrayna'ya niçin geldin? - diye sordu Bodo.

Ukrayna'da atalarım olmasa da -Atalarımın kemiklerini öpmeye geldim. - diye yanıtladım. Gümrük memuru kahkahalara boğuldu. - Öyleyse git, öp şu kemikleri. - dedi. (Szczerk 7-8).

Sonuç

“*Pop fraksiyon*”da yazar, bir pop yıldızı gibi hareket etmektedir. Eserin, edebi değeri olmamasına rağmen çok okunması, yazara ün kazandırmaktadır. Yazarların en önemli hedefleri, okuru heyecanlandırmak, duygulandırmak, birçok okura ulaşmak, anlaşılabilir bir dille yazmak, her seviyeden okura hitap eden, klişe kurgu tipleri kullanan kitapları piyasaya sürmektir. Yazarların çoğu zaman reklâm dili kullanmayı tercih ettikleri görülür; çünkü reklâm dili ortalama vatandaş için kolay anlaşılırdır.

Popülist, az da olsa benzer ekseninde hareket eder. Popülist, tüm halkı değil, sayısal çoğunluğu temsil eden tek egemendir aslında. Popülistin söylemlerinde bir tutarlılık bulmak güçtür. Ancak, popülist, halkın duygularından, korkularından ve kaygılarından faydalanarak itibar kazanmaya çalışır; oysa bu durum “*Pop fraksiyon*” yazarları için geçerli değildir.

“*Popülizm*” ile “*pop kültür*” halkın günlük yaşamının her alanına girmiştir. Modern çağın “*Olabilirdi Hızlı*” biçimindeki sloganının yerini günümüzde “*Şimdi ve Burada*” biçimindeki postmodern slogan almıştır. “*Pop kültür*” kullanıcıları, popülistler, hayallerini anında yerine getirmeyi imkânsızlaştıran yavaş akan zamandan nefret ederler. Her şey burada ve şimdi yapılacaktır. Arz edilen nesneye duyulan özlemin özünde heves vardır. “*Popülizm*” ve “*pop kültür*” ise bu hevesi yok eder. Hattâ yalnızca hevesi yok etmekle kalmaz; demokrasi ve edebiyat için de büyük bir tehdit oluşturur.

Jan Krasnowolski, Mariusz Sieniewicz, Sławomir Shuty, Łukasz Orbitowski ve Ziemowit Szczerk gibi 70'li Polonyalı yazarlar için de anı yaşamak paha biçilmezdir. Okura çok hızlı, mümkünse “*Şimdi ve Burada*” ulaşmak isterler. Bu yazarlar 90'lı yıllarda yazmaya başladıkları için “*popülizm*”den ve “*pop kültür*”den etkilenmişler ve bu etkileri “*pop fraksiyon*” eserlerine yansıtmışlardır.

KAYNAKÇA

Güncel Türkçe Sözlük. Web. 20 Haziran 2018.

Klonowski, Piotr. *Odwrót polityczny Sławomira S. - czyli los współczesnego artysty “naiwnego”*. Kraków: Halart, 2013.

Krasnowolski, Jan. *Klatka*. Kraków: Ha!art, 2006.

Miłosz, Czesław. *Alkoholik wstępuje w bramę niebios. Wiersze wszystkie*. Kraków: Znak, 2011.

Orbitowski, Łukasz. *Widma*. Kraków: Wydawnictwo Literackie, 2012.

Pop Art Nedir?. Web. 20 Haziran 2018.

Shuty, Sławomir. *Dziewięćdziesiąte*. Kraków: Ha!art, 2013.

---. *Zwał*. Warszawa: W.A.B., 2004.

---. *Jaszczur*. Kraków: Ha!art, 2012.

Sieniewicz, Mariusz. *Walizki hipochondryka*. Kraków: Znak, 2014.

---. *Spowiedź Śpiącej Królowy*. Kraków: Znak, 2012.

Szczerek, Ziemowit. *Przyjdzie mordor i nas zje*. Kraków: Ha!art, 2013.