

gösteri toplumunun düşündürdükleri

M. MURAT ÖZKUL

Balıkesir Üniversitesi Sosyoloji Bölümü

Hayallerimizin ele geçirildiği yüzyılların içinden geçiyor ya da böyle bir yüzyılın içine doğarak özgürlüğümüzün elimizden nasıl alındığının pasif şahitliğini yapıyoruz. İnsanların birçoğu, düşünmesine getirilen sınırların ve yönlendirmelerin farkına varmadan hayatına başlıyor ve ne olduğunu anlamadan hayatını bitiriyor. Yaşamları boyunca bunu kavramasına fırsat bile verilmeyecek kadar fazla sayıda meşguliyetle baş başa bırakılıyor. Böyle bir mahkûmiyetin taşıyıcılığını ömrü boyunca yapıyor. Başka insanlara bulaşması kolay bu illetlerle mücadele gücünü de kaybederek onlarla yaşamayı öğreniyor ve sonraki nesillere de öğretiyorlar.

Her dönemde insanlığın vazgeçemediği alışkanlıkları oldu. Ancak, bunların tesir etme hızları sınırlı ve kapasiteleri belli idi. Bir kıta, bir devlet, birkaç toplulukla sınırlı olan bu çabalar günümüzde neredeyse kürenin tamamını kaplar hale geldi.

Birçok sosyal bilimcinin ittifakıyla, değişik iktidar odaklarının (sosyal ve siyasal) büyük bir fiziki güç ve gayretle yapabildiklerini çok kısa sürelerle indirgeyen ve eşitleyen yeni aygıtlarla girilen son yüzyı-



la “görüntü yüzyılı” ve görüntünün tesirinde yaşayan toplumu da “görüntü toplumu” olarak isimlendiriliriz.

Yenidendoğuş yüzyıllarından başlayarak sanatta “el” emeğinden “göz” emeğine yaslanan sırasıyla; resim, fotoğraf ve sinema aşamalarından geçen yeni bir alan doğdu [Benjamin, 2001:53]. Görsele dayalı sanatlarda da kopuşlar yaşandı. Sinema, göze dayalı resim ve fotoğraftan ayrışarak bir başına sanat haline geldi. Alan, görseleğin içindeki çoğalma yollarını iyi kullandı. Görsel malzeme, insanın sanat ve yaşam algısının şekillenmesinde merkezi tutan yeni bir fenomen haline geldi. Görseleğin insan tasavvurlarını etkilemedeki gücünü fark eden örgütlü yapılar da görüntünün imkanlarından istifadeye yöneldiler.

**İlk insandan bu yana imgelerin dünyasından
yani göstergelerden hiçbir zaman
vazgeçmeyen insan; tanrılarını, devletlerini,
ailelerini, aşklarını, tutkularını, kısaca
kutsallarını görünür hale getirmede hep aynı
emin yola yani göstergeler âlemine
yönelmekten vazgeç(e)medi.**

Örgütlü yapıların başında insanı yönlendirmeye her zaman talip “devlet” ve onun toplumdaki görünürlüğüne katkı sağlayan yazılı ve görüntülü “medya” geliyordu. Geçen yüzyıl boyunca görüntü ve imge sınırlarının nasıl esnetilebileceği üzerine yazılı ve görüntü içerikli çalışmalar yapıldı. Sinema ve televizyondaki ilerlemeler kitlenin yönlendirilebilirliğine dair kanaatleri güçlendirdi. Görüntü alemi marifetiyile neler yapabileceği daha iyi anlaşıldı. Artık, yüzyılları yutan ve zaman alan fizikî hedeflere ulaşma süreleri kısaldı. Görselelik, insan havsalasının tahmin edemediği hünerlerle yeni çağa doğdu: Hem zaman hem de harcanan enerji miktarları açısından önceki yüzyıllarla mukayese kabul etmeyecek dönüşümleri gerçekleştirmeyi başardı. Günümüzde başarının şahikası denebilecek son nokta “fizik” ile “görüntü”yü eşitlemedeki marifette kendini gösterdi. Bunların birbirinin yerine kullanılabilir hale gelmesi, görüntüyü sanallıktan çıkararak gerçeklikle buluşmasına yol açtı. Görüntü ile nesne arasındaki ilişkide biri diğerinin yerine ikame edilir hale geldi. Gösteren gösterilen ilişkilerinde de yeni ayarların ve geçerliliği

neredeysse “an”lıkla ifade edilecek akitlerin yapılmasını gündeme getirdi.

İlk insandan bu yana imgelerin dünyasından yani göstergelerden hiçbir zaman vazgeçmeyen insan; tanrılarını, devletlerini, ailelerini, aşklarını, tutkularını, kısaca kutsallarını görünür hale getirmede hep aynı emin yola yani göstergeler âlemine yönelmekten vazgeç(e)medi. Bu haliyle göstergeler, güçlerini, temsil ettikleri objeyi [gösterileni] anlatmadaki başarılarından aldı.

Gösteren ve gösterilen arasındaki kalıcılığı ve sürekliliği içeren mütakabiliyetin yaşadığımız zaman dilimi içinde kesin çözülüşü bir daha geri dönememesine bir aktin bozulması demektir. Hatta, simge/imge kalıplarının kalabalık ve sürekli yenilenen anlamlarla doldurulmaya başlanmasının önünün açılması demektir. Bu aynı zamanda imgelerin çokça kullanıldığı, görüntünün sıklıkla çarpıtma üzerine çarpıtma yaşaması anlamına da gelmekteydi.

Göstergelerle gösterilenler arasında bir mesafenin girmesi ve birbirlerini temsil etmemeleri nedeniyle bugün geline son merhalede, bu ilişkinin gösterilenden gösterene doğru meylettğini söyleyebiliriz. Artık gösteren, kısa aralarla anlam gardrobundan her defasında kendine yüklenenleri göstererek ilk gözağrısı velinimetinden [gösterilenden] daha uzun ömürlü hale gelmeye başlamıştır. En güzel ifadelerden birini Palahniuk’un “Gösteri Peygamberi” kitabında bulan “ismin kişiden, işaretlerin işaret edilen, sembollerin sembolize edilen şeylerden daha uzun yaşaması” [Palahniuk:84] halidir bu.

Göstergelerin bu mucizevî gücü ve çekiciliğinin her zaman taliplisi oldu: Önce modernist paradigma, sonra halefi postmodernist paradigma politikalarını oluştururken göstergeler üzerinden eskinin hesap dışı kalmasında yeni bir iletişim dili kurmanın önemini kavradılar. Postmodernist ve modernist tezler arasında birçok tezat bulunmakla birlikte eskinin reddi mirasında ortak taraflar göze çarpmaktadır: Kadim geleneklerle ve kökleşmiş sosyal yapılarla girişilecek mücadelede eskiden tamamen uzaklaşarak, yeni bir düşünme sistemi oluşturmak için göstergeler âlemi ana uğrak nokta haline getirilmiştir. Fakat postmodernistler, bunu yaparken seleflerinden temel bir farkla ayrışmışlardır. Yerkürede, istediği değişimin gerçekleşmesi için gösterilendeke sahiciliğin gösterende toplanmasını sağlayacak şekilde göstergeleri

tahrife yönelmişlerdir. Böylesi bir değişim beraberinde hem sosyal bilimlere yeni çalışma alanları yarattı hem de sosyal bilimlere duyulan ihtiyacı artırdı. Baudrillard, De Guy, Foucault, Derrida, Lyotard gibi ekseriyeti Fransız ve Alman sosyal bilim çevrelerine ait postmodern çizgideki isimlerin yıldızını parlattı. Onlara göre, geçmiş toplumların yaşadıkları ile yan yana getirilemeyecek süreçleri yaşıyorduk. Artık, iktidar ve nesne kavramları tek bir kaynaktan gücünü almıyordu. Tek bir merkezden yönetilmiyordu. Adeta kanser gibi topluma hızla nüfuz eden odaklar vardı. Ve insan birçok odaktan baskı ve denetim altına alınarak yönlendirilebiliyordu.

Toplumsal değişim hızlarındaki artış her şeyi etkilemeye başladı. Nesnelere dünyasında da insanın zihin haritasını anlık değişime uğratacak bir döneme geçiş oldu. İçinden geçtiğimiz modern sonrası süreçte, postmodernist paradigmatik değişimin ilk etkileri göstergeler üzerinde görülmüştür. Çağın paradigmasının işe göstergelerle başlamasının nedeni ise gayet açıktır: İnsanlar arası iletişim belli konsensüslerle sağlanmaktadır. Sağlanan uzlaşmaların tahrif edilmesi, üzerinde uzlaşacak metin, dil, din, kültür düzeyinde karmaşanın çıkması anlamına gelir. Toplumdaki üst yapı kurumları içindeki uyumsuzluk, kültürün sonraki nesillerle önce bağının zayıflamasını sonrasında da kopmasını kolaylaştıracaktır. Arzu edilen çarpıtma zihinlerde başlatılmaktadır. Eski göstergelere giydirilen yeni anlamlarla insanların düşünme ve ilişkilerine müdahale edildiğini söyleyebiliriz. Gündelik yaşamlarımızda neyin kabul edilebilir, normal ve akıllıca; neyin kabul edilemez, anormal ve akıldışı olduğunun yeni tanımları yapılmaktadır. Akıllı olmanın ve normalliğin sınırlarına karar verme toplumun velayetinden çıkartılır; görüntü dünyasının emin ellerinde düzenli ve devamlı olarak değişime tabi tutulur. Tercihlerimizi manipüle etme girişimleri artar; bugün ahlakî olanın yarın ahlakî olup olmayacağına karar vermeye kadar, bir seri karmaşık mekanizmanın varlığı söz konusudur.

Günlük Dilde Görüntünün Halleri

Akış halindeki görüntü kümelerinin bizlere hissettirmeden sızmasını her gün bir şekilde tecrübe ederiz. Şehrin her yanına dağılmış reklam panolarından, televizyonlardan, gazetelerden her an üzerimize milyonlarca renk, harf, sembol, imge hücum eder. Her göstergenin üstlendiği bir misyon ya da misyonlar

vardır. Göstergeler, fotoğrafta ya da görüntüde şimdimize ve geleceğimize ümit bağlayabileceğimiz bütünlüklü bir yapının sağlanması için üzerlerine aldıkları rolleri başarıyla oynarlar. Bu roller, bazen bir göstergenin bazen de birkaç göstergenin bir araya getirilerek işbirliği yapmalarından zuhur eder. Yeni gösterge ittifakları neticesinde görüntü dünyasının anlık isteklerine ve kurallarına insanlar mecbur edilmek istenir. Buna karşı toplumun mukavemeti öne çıkar. Gelenek ve din gibi toplumsal yaşantıyı etkileme kapasitesi yüksek kültürel yapı öğeleri de hare-

Şehrin her yanına dağılmış reklam panolarından, televizyonlardan, gazetelerden her an üzerimize milyonlarca renk, harf, sembol, imge hücum eder.

ketlenir. Üst düzey bir mücadele başlar. Diğer bir ifadeyle, birey ve toplum düzeni üzerindeki alışıldık kültürel kodlarla toplumda yeri olmayan ancak yerleşmesi istenen yeni gösterge menşeli görüntü kodlarının birbirine galebe çalmasıdır bu. Yeni kodların yapmaya çalıştığı; reklam, dizi, sinema ve diğer sevimli/semptomatik gösteri öğeleri ile toplumun muhafaza ettiği kültürel yapıyı ihtiyaçlar doğrultusunda değiştirmektir. Aynı zamanda toplumda eskiye karşı güveni sarsarak bütünlüğü sağlayan güçlü duyguları zayıflatıp bu duyguları tanınmaz hale getirerek saygınlığını elinden almaya çalışır. Bu yolla, önü arkası olmayan parça görüntüler eşliğinde toplumun kültürel bakiyesine baskınlar düzenlenir. Görüntü dünyası ile toplum arasındaki yakın ilişkiden yeni bir kültürel süreç başlamaktadır.

Yeni söylem biçiminin, sıklıkla kendini ifade ettiği ve göstergelerdeki işleyişinin daha iyi somutlaştığı yerlerden biri reklam panolarındaki afişlerdir. Özellikle alışveriş merkezleri, giyim kuşam gibi tüketimin artırılmasına dönük yerlerde aileye önemli mesajlar verilir. Bu anların yaşandığı yerlerin birinde alışveriş merkezi, erkek ve kız çocuğuyla birlikte gülümseyen anne kompozisyonuna yer verilir. Eksikliği hissedilmeyen aile reisleri ya da aile reisi olmadan da mutlu olmasını beceren ve gülümseyen eksik aile [Yaylada-Balıkesir 2007]. Oysa, sosyoloji çekirdek aileyi anne, baba ve evlenmemiş çocuklardan oluşan en küçük yapı olarak tanımlar. Reklam

panolarındaki babasız hareket eden aile; sözlüklerdeki tanımların da gerisine düşerek küçülmüştür. Baba eve gelmeden yemeğe başlamayan ve onsuз kararların verilemeyeceği aile tipinden anne ve çocuklardan oluşan eksik aileye geçilmiştir. Bu kararı toplum mu vermektedir? Yoksa görüntü dünyasını yöneten görünmeyen eller mi? Bu ve benzeri ilanlarda işlenen babasız bırakılan eksik aile, üzerlerine yüklenmiş yeni imajlarıyla yoldan geçen insanlara günlerce gülümserler. Sadece aile bireylerinin bir arada bulunduğu karelerde değil, diğer tüketimi arttırmaya yönelmiş reklam karelerinde de baba bir türlü yer alamamaktadır: Para akışı için düşünülmüş sloganda “alış-veriş tutkunları buraya” derken çağrı çoğu kere sınırlı bir gruba yapılmaktadır. Eksik aile, alışverişe babasız çıkmalıdır. Baba, alışverişin keyfini kaçırarak tutumlar sergilediğinden (para harcaması vs.) çemberin dışında bırakılmaktadır. Yaylada afişinde olduğu üzere, baba olmadan da “anne, kız, erkek çocuk” gülümseyebilir.

Pembe olarak nitelendirebileceğimiz göstergeler, dünyadaki kötülükleri görmemizi gizleyerek sınırları fark etmemizi engeller. Yaşadığımız hayatları tekrar değiştirebilmemizin önünde tampon oluştururlar. Baştan çıkmaya hazır insanlara mazeret ve argüman sağlamada mahirdirler.

Toplumsal yapıda değişim, yavaştan ve aile gibi en temel kurumlar üzerinden kapitalist tezleri işlemeyi sürdürür. Sistemce yeni tanımlanan tüketim ailesi [eksik aile], birliğini ve bütünlüğünü bir ferdini kaybederek devam ettirebileceğine ikna edilmeye çalışılır. Bu sayede, günümüz insanının uğruna çalıştığı aile, değişime uğratılmak ya da geleneksel hali işlevsizleştirilmek istenir. Toplumun ukdesinde eskiye ve aileye dair tuttuğu birçok kural ve denetimlerin yitilmesi sağlanır. Artık, insanların kafasında her şeyin mümkün olabileceği fikri yerleşir. Her şeyin mümkün olabilmesi ve yürürlükte birden fazla kurallar sisteminin bulunması aslında kuralsızlık durumudur. Birbirini değilleyen kuralların aynı toplum sahnesindeki varlığı, hakikat ilkelerinin kolay çiğnenemediği bir ahlak anlayışı; fırsatlara ve kaybetmeye ayarlı bir kişiliğin güçlenmesine karşılık eski yapının da ezilmesi demektir.

Görüntü toplumunda mucizeye gerek yok; zira görüntünün ve göstergelerinin kendisi mucizedir. Görüntü ve dışa vuran her türlü güzellikle beraber lüks ile bütünleşmiş mesajlar bu mucizeyi yaratırlar. Bu üçlü, dünyanın hangi köşesinde olursanız olun bulunduğunuz koordinatları size unutturmak ve değiştirmek için vardılar. Özellikle güzel, görüntü oluşumunda bu bütünün bir parçası olmaya razı değildir. Güzel, görüntüye samimiyeti ve masumiyeti getiren bir gülümseme olarak girmek yerine; gülümsemeyi haset ve kıskançlık oluşturacak duyguların harekete geçmesinde kullanır. Güzellik algısındaki değişim, görüntüyü bir uçtan diğer uca kaplar. İşin doğası gereği, gülümseme kompozisyonda yerini alıyorsa da bu kaidelerden bağımsız hareket edemez. Görüntü toplumunda saydığımız üç unsur durmaksızın üretilen riskleri ve felaketleri içine çekerek nötrleştirme vazifesi görmektedir. Bir bakıma görüntü dünyasının üretimlerini almaya amade bir toplum hazırlanmaktadır. Toplum tezatlarını, çelişkilerini değersizleştirerek örtmektedir.

Pembe olarak nitelendirebileceğimiz göstergeler, dünyadaki kötülükleri görmemizi gizleyerek sınırları fark etmemizi engeller. Yaşadığımız hayatları tekrar değiştirebilmemizin önünde tampon oluştururlar. Baştan çıkmaya hazır insanlara mazeret ve argüman sağlamada mahirdirler. Bireyde ve yaşadığı toplumda ilerleme yanılması yaratan en güçlü araçların eşliğinde vaat makinesi çalışmaya devam eder. Büyük anlatılara getirilen en büyük eleştirilerin temelinde vaatçi olmaları, gelecekte bir yerlere işaret etmeleri, kitleleri arkalarına takmaları ve bu vaatlerin boşa çıkmış olması vardır. Vaatçilik, görüntünün güdülediği yaşamın ağırlık merkezini de tutan bir kavram oldu.

İnsanları boş hayallerin arkasında tüketen tuzaklar burada da hizmetini sürdürür. Vaatlerle ikna ettiği insanları ilerlediklerine ve diğer insanlardan farklı olduklarına inandırır; saflara ayırarak tarafgirleştirir. Vaatler, gelecekte bir gerçekliği göstererek gerçeğin yerine geçmek isterler. Bu bağlamda vaat ile gerçek birbirini yok etmek isteyen iki kavramken bunları yan yana düşünebileceğimiz yönünde üçüncü bir yola da ikna ediliriz. Aldanmak isteyen, gerçeikle hesaplaşma gücünü kendinde bulamayan insanlar için görüntü dünyası hiç çıkmak istemeyecekleri bir lunaparktır. Eğlence parkının dışında mutsuz olma ihtimalleri yüksek olduğundan burada sahte

görüntülerle vakit geçirmeyi yeğlerler [Baudrillard,1998: 24, 25].

Şehirlerde yeni ağırlık kazanan ısıtılı mekanlar, gençlerin okuduğu üniversite kampüsleri gibi yeniden tanzim edilen yerler şenlikli alanlara dönüştürülmektedir. Eğlencenin kalbinin attığı yeni yerler hızla oluşmaktadır. Yeniyi hafızaya yerleştirmek, eskiden uzaklaşmak adına heyecanla yeryüzünün dört bir yanı şantiyeye çevrilir. Örneğin, İstanbul boğazında yalılarda oturmayı bile hâyâl edemeyenler de hesaba katılarak gerçeğin hissini verecek projelere imza atılmaktadır: Boğazın gerdanında takı gibi ışıdayan yalıların taklidi, yeni oluşturulan semtlere monte edilebilir. Bu vaat dünyasında her sosyal sınıfa ve hayale cevap verecek üretimler yapılmaktadır. Demokrasi suyuna bandırılmış tüketim tam da burada cereyan eder. Demokrasinin en saf formlarına burada yani tüketirken ulaşabiliriz. Yeter ki sizin adınıza kurulan hayalleri esas alan düşünme şekillerini öğrenme hevesiniz olsun! Kurulan bu dünyanın içinde başka bir dünya getirme talebiniz olmasın!

Güçlü olmak, görünmekten geçmektedir. Oysa dünyaya hükmeden otorite, herkesin görünür olmasını istemez. Kendisi ile uzlaşan ve söylemini yayacak grup ya da bireylerle yoluna devam etmek ister. Medya, röportajlarında ve oturumlarında sıkça bu insanları ağırlar. Ya da konuklarına kullanılacak özel dili öğretir. Özel dilin ve düşüncelerin yayıcısı olarak halktan, gündelik konuşma kalıpları içinde bu konuşmaları tekrarlayarak bir söyleme dönüştürmeleri beklenmektedir. Yeni söylem biçimi, alternatif söylemleri taşıyan insanları da susturarak sessizleştirir ve görünmez kılar. Bu insanlar, görüntü ile var edilen dünyadan uzak tutularak kitleleri etkilemeleri engellenebilir. Büyük toplum kesimlerine ulaşması istenmeyen görüşlerin yerineyse ana fikri aynileştirilmiş hayatlarımız yerleştirilir. Kütleye dönük üretimin kuvvet toplaması ve cesaretini artırıp başarılı gözükmesi sağlanır. Bu kritik eşiğin arkasından toplum ölçeğinde bireylerde şaşırtıcı benzerlikler oluşmaya başlar.

Toplumdaki bağımsız düşünme tesirini kaybettikçe birbirine çok benzeyen kapitalist görme ve yapma biçimleri etkisini artırır. Yeni görme biçimlerinin insan bedenleri üzerinde kalıp davranışlar üretme kapasitesi genişler. Çağımızda görüntülü araçlar daha fazla iş yapmayı kolaylaştıran araçlara dönüşmüş durumdadır: İnsan, Yenidendoğuş yüzyılından itibaren

evre evre mekanikleştirilerek inceleme objesi haline getirildi. Bedenin teslim alınabilirliğine ilişkin kanaatleri pekiştiren gelişmelerle birlikte son evreye de görüntü enstrümanları ile geçilmek istenmektedir. İnsanın canını alacak son hamle görüntü dünyasından yapılmaktadır. İddiaları haklı çıkaracak birçok gelişme de yok değil: Düşünmek ve birikimli olmak yerine imajların içinde yaşamının yeterliliğine inanmak gibi. En somut misal ise eski ABD başkanı Ronald Regan'dır. Başkan, halkın siyasetçilerde aradığı devlet adamı tecrübesini ve zekasını bir gülümsemede toplayabilmesi ve sinema aktörlüğünden gelen bu imajı sayesinde rakiplerini alt etmiştir. Baudrillard, popüler Regan imajına değinirken "Nasıl oluyor da bütün savunmalar onun karşısında düşüyor? Nasıl oluyor da hiçbir yanlış adımı, hiçbir başarısızlığı ona zarar vermiyor ve bu saygınlık böyle paradoksal biçimde güçleniyor?" sorusunu sormaktadır [Baudrillard,1996:132].

Belki de Regan'ın gülümsemesi Amerika demektir. Baudrillard şöyle devam eder: "Söyleyecek bir şeyiniz yoksa gülümseyiniz, özellikle söyleyecek hiçbir şeyiniz olmadığını ya da başkalarını ya da başkalarına aldırış etmediğinizi gizlemeyiniz. Bu boşluğun, gülümsemenizdeki bu derin aldırılmazlığın kendiliğinden görünmesine izin veriniz; yüzünüzü neşenin ve hazzın sıfır derecesinde aydınlatınız, gülümseyiniz, gülümseyiniz... Amerikalıların kimlikleri yoktur, ama hayran olunacak kadar güzel dişleri vardır." [Baudrillard,1996:132].

Güçlü olmak, görünmekten geçmektedir. Oysa dünyaya hükmeden otorite, herkesin görünür olmasını istemez. Kendisi ile uzlaşan ve söylemini yayacak grup ya da bireylerle yoluna devam etmek ister. Medya, röportajlarında ve oturumlarında sıkça bu insanları ağırlar.

Burada imajın belirgin bir niteliği vurgulanmaktadır: Ne bildiğin değil, kendini nasıl tanıttığın önemlidir. Hangi yoldan giderseniz gidin bütün zaafı yutacak bir imaja sahip olmalısınız. Gösterinin uydusu haline getirilen toplumu ikna etmek için canlı ve sağlıklı görünmeye çalışması şarttır. Bu imajinatif yaşamın müptelası yalnızca siyasetçiler, sanatçılar olmamıştır. Toplumun değişik kesimleri de her yıl

İmaj oluşturan sektörlere büyük paralar harcamaktadır. İmaj dünyası, görüntü-klişeleri sayesinde gerçeği ve kimliği hakkında fikri olmayanlara cerrahi müdahaleleri anımsatan boyutlarda bakir hayatlar bahsedebilmektedir.

Görüntüler, hayatımızda bir başına anlamsız imajlar taşımazlar. Girdikleri toplumlarda değiştirmek istedikleri düşünceler ve yenilenen halleriyle nesnelere dünyasına bir daha bakmamız için bize türlü oyunlar oynarlar. Verdikleri mücadeleyi kazanırlarsa, büyük dünya nüfusuna hükmetme ve yönlendirme hakkını elde ederler.

Görüntüsünü değiştirerek başkalaşacağına inananların sayısı arttı. Ve bunu yapan, eğitim alarak çağın içinde kalmaya çalışan insanlar... Sürekli araçlarını yenileyerek, bedenine müdahale ederek çağına ayak uyduracağına ve çağında kalacağına inanan insanlar: Dişleri, dudakları, perukları, ilerleyen yaşlarına rağmen yaşlarının gereğini yapmak yerine gençliği arzulayan insanlar...

İnsan bedeni esaretinin ve bedenini ihtiyaçlarını doğal seyirinde karşılaması ile ilgili yaşadığı sorunların bir tarihi vardır. Bu tarihle hesaplaşmadan neler olduğunu da anlama şansı görünmez. Ancak, bunu nasıl yapmamız gerektiği hususunda görüntü-klişeleri üzerinden duygularımızın sürekli hareket halinde tutulduğunu ve taciz edilen bir varlık olduğumuzu unutmadan bir yol haritası belirlememiz elzem görünmektedir.

Görüntüsünü değiştirerek başkalaşacağına inananların sayısı arttı. Ve bunu yapan, eğitim alarak çağın içinde kalmaya çalışan insanlar... Sürekli araçlarını yenileyerek, bedenine müdahale ederek çağına ayak uyduracağına ve çağında kalacağına inanan insanlar: Dişleri, dudakları, perukları, ilerleyen yaşlarına rağmen yaşlarının gereğini yapmak yerine gençliği arzulayan insanlar...

Görüntü ve Din

Günümüz görsel üretimi büyük oranda kapitalin çoğaltılması için yapıyor. Kapitalizmin değer verdikleri ile en fazla tezdadı ise dinler yaşıyor. Para, imaj, statü endeksli bir hayat dinlerce hoş karşılanmıyor.

Kapitalizm de kendi emin ilerleyişinin önünde son engel olarak dinleri hoş karşılamamaktadır. Bu yüzden onları yok etmeye çalışanlardan farklı bir yol izleyerek varlığını pasif olarak sürdürmesini istemektedir. Böyle bir dünyada kapitalizmin görüntü dünyasının imkanlarını da kullanarak ilerleyişi karşısında dinler alternatif sığınaklar olarak düşünülebilir mi?

Duygularımızı denetlememize yardım eden ahlak kurallarının ise sömükleştirilmesi ve belirleyicilikten uzak ayrı bir kategori olarak yalnızlaştırılması, hayata müdahale etmeyen bir doktrinel yapı haline getirilmesi vicdan kalesinin düşmesiyle beraber anılabilir. Camiler, kiliseler, havralar yeni paradigmalarda karşısında afallatılmış durumdadır. Kutsal mabetlerin bahçe duvarlarının her iki tarafı da kendi gerçekliğini yaşıyor. Hakikat medeniyetleri olarak adlandırabileceğimiz bu medeniyetler çağa yetişebilmiş ve kendi reflekslerini görsellikle yeni alanlarda gösterebilmiş değildiler. Yeni görme biçimlerine ilişkin reddiyeci bir tavır, halihazırdaki alanlarını daraltmaya hizmet etmektedir. Dinlerin kurulu din anlayışlarından taşarak yaşadığımız zamana hitap edebilmelerinde türlü gecikmeler vardır. Yeni dünya koşullarına razı edilmeye çalışılan ve görüntü ablukası altındaki insanlar için dinlerin gerçekliğe ilişkin tasavvurları uğultuya dönüşmektedir.

Dini yasaları bugün yorumlayanlar cesaretle her şeyin üzerine gidemiyorlar ve insanlara cesaret veremiyorlar. Dolayısıyla toplum üzerinde oluşması beklenen haleyi (burada hayranlık ve farklılık) açığa çıkarmakta zorlanıyorlar. Görüntü aygıtları en "zeki" ye değil, en çok insanı hedefleyen kütlelere ihtiyacı beyan etmektedir. Kalabalıklar, dinler ve ideolojiler gibi tarih boyu insan hakkında sözü olan muhalif odakları boğmada değerlendirilmektedir. Göstergeler diğer göstergelerle yan yana gelerek bir bütün oluşturmaktadır. Yaşamda olan bitenlerle imajlar arasında giderek sıkı bir bağ kurulur. İmajlara can veren yaşam algısı geleneksel yapı ve modern yapı da farklı anlamlar içermektedir. Eski ve yeninin bağlandıkları göstergeler de değişmektedir.

İslam dini misalinde düşünecek olursak karşımıza çıkan resimlerden yola çıkarak bazılarının yorumunu yapabiliriz. Gece, farklı bağlamları olan bir kavramdır. Ancak işlevselliği açısından baktığımızda modern dünya ve din açısından farkı görmemiz ko-

laylaşır: Kur'an gecenin bir kısmını dinlenme bir kısmını da ibadet için ayırırken [Esed, 73/Müzemmil Sûresi 6, 7, 8] görüntülü yaşamda gece, neredeyse bitmeyen gündüzdür. Alımlı insanlar, binbir zahmetle yan yana getirdikleri gösterişli aksesuarlarıyla sabahla birleşen bitmeyecek bir gece imajına zihinlerini hazırlar. Geceye bakışta meydana gelen dikatomik ayırım, hayatın diğer alanlarına da bağlularınca algıladıkları şekliyle taşınır: Resim, sinema, roman, televizyona aktarımı benzer biçimde olacaktır.

Bir diğer misalse seküler hayatın ürettiği mekanlardan getirilebilir: McDonalds gibi mekanları başka yeni düzenin mekanları ile iç içe gözlemleriz. Genç insanların buldukları, çalıştıkları, arkadaş edindikleri yeni paradigmanın merkezleridir. Ancak, bir süre öncesine kadar dinî mabetlerin, geleneksel şehir yapısında buna benzer yapılanmanın merkezinde olduğunu biliyoruz. Günümüzde işbirliğini sağlayacak çarşı, pazar gibi yan mekan unsurları yeni tarzdaki bir sanayi şehrine göre kurgulanmaktadır. Fizikî mekandaki bu değişim görüntünün imkanlarıyla desteklenerek insanların zihinlerini bu yeni sürece uyarlamaya yardımcı olmaktadır. Yeni algıda, cami nostaljidir. İbadet yeri olma vasfından çok tarihî bir mekandır.

Diğer bir önemli mekan da evdir. Modern dönemle birlikte evsizlik ile tanışan insan bugün de evine aynı bakış açısından yaklaşmaktadır. Özellikle sosyo-ekonomik seviyesini iyileştirenler ve yeni dünyanın şartlarına ayak uydurma gibi zorunluluklar eve bakışı da değiştirmiştir. Dışarıda kalış süreleri ile beraber evlerde kalma süreleri kısaldı. İlişkilerde ve mekanda evrilme başladı. Bu durum evdeki kadın rollerindeki değişime paralel olarak eve bakışı da etkiledi. Bazı odaların kıymetinin de düşmesine neden oldu. Bazı bölümleri de müze haline geldi: Kirlenmeyen mutfaklar ve banyolar gündeme gelmeye başladı. Bunların dekorasyonları ona göre yapıldı. Mimarlar, yayınladıkları ev fotoğraflarında neyi nasıl kullanacağınıza ve giyim kuşamın bu yeni dekorasyona uyumuna ilişkin set halinde fotoğraflar yayınladılar. Sanki, bu resimlerde bir ev değil, yaşam tarzı satın alınmaktadır ya da kiralanmaktadır: Mesela, tanıtılan evlerin önünde arabaların ne işi olduğu ve ne ifade ettiği sorgulanmalıdır [Berger,1995:140]. Tanıtımı yapılan tek bir eşya ise fotoğraf/resmin üzerinde yoğunlaşması beklenir. Arabanın dikkat dağıtıcı bir yanı olmasını düşündüğümüz sırada her şey tepetak-

lak oluyor; hepsi aynı albümden fırlamışçasına benzer birçok resimle karşılaşırız.

Semavî dinler ise, insanla ilgili her şey hakkında yüzyıllar boyu fikir beyan etmelerine karşın bu yeni olan bitenlerle ilgili sessizliklerini bozamyorlar. Belki de en fazla kızabiliyorlar. Sürekli yenilenen yaşama biçimleri, karı koca ilişkileri, değiştirmenin her türlüsüne [eş, ev, eşya, zihin, reklam vs.] karşı bir şey söylemekte zorlanıyorlar.

McDonalds gibi mekanları başka yeni düzenin mekanları ile iç içe gözlemleriz. Genç insanların buldukları, çalıştıkları, arkadaş edindikleri yeni paradigmanın merkezleridir. Ancak, bir süre öncesine kadar dinî mabetlerin, geleneksel şehir yapısında buna benzer yapılanmanın merkezinde olduğunu biliyoruz.

Ötekinin perspektifinde mabetler, dinî formları ile değil, turizm gibi yeni dünyanın ticarethanelerine beşiklik etmektedir. O gözle görülme istenmektedir. Tarihî yönleri ile öne çıkarılarak nostaljik bir nesneye dönüşürken bu boşalan alanlara yeni paradigma gereği devrin seküler mabetleri geçirilmektedir. Böyle bir dönüşümde ideolojik aygıt olarak görüntüler kullanılmaktadır. Bu süreçte o kadar ileri gidilmiştir ki Müslüman ülkelerde alışveriş merkezleri için "Konseptimizde cami yok." diyen iş adamları; bunu dedirten mekanı besleyen diğer göstergelerin verdiği cesaret eşliğinde yaparlar. İş adamı, Müslüman ülkelerde bunu gündeme getirdiğinin bile farkında değildir. Ya da bu azınlık gruplara, karşı tarafın neler yapamayacağı farkında olarak bu kadar cüretkar davranabilmektedir. Hakikat medeniyetleri² bu görüntü güdümünde sanki hakikate kendi "iradeleri"yle değil, bir "taktir"le varmak istemektedir. Görüntünün boyadığı dünyanın yabancılaştırıp güçsüzleştirdiği insana söyletmek istediği, insanın yeni yaşamın dinamikleri karşısında yaşadığı bozundur. Müslüman coğrafyalara çaresizliği öğreterek, insanın rol alıp değiştirebileceği bir şeyin olmadığı cihe-tine gitmektir. Görüntü imparatorluğunun imkanları, geleneksel yapıyı yeni dünyanın ideolojik saldırıları için açık hedef haline gelmesine bir adım daha yaklaştırmış olur.

Belki de bu yüzden toplumdaki tek tanrı imajı hiddetten arındırılmış yalnızca merhamet eden bir yola sokulmuştur. Oysa iki yönü ile de kutsal kitaplarda anlatılmasına rağmen gelinen son kerte yalnızca affeden, gazab etmeyen, merhametli bir tanrı anlayışına varılmış olur.

Yeni dünyanın oluşturucularının korkutan, celalli bir tanrının bu dünyada yer almasını istemedikleri açıktır. İnsan, gerilimi öte bir dünya için değil, bu dünya için yaşamalıdır. Bu dünyada elde edemedikleri için üzülen [Şeriatî, 2004: 89, 90], bütün geleceğe ilişkin gözden geçirmelerini stresli, umutsuz ama şöhretli bir hayat için yapmalıdır. İnsanın toplumdaki serüveni fark yaratma ve fark ettirme üzerine kurulur. Yaşantısının sıradanlaşmaması için fark yaratma devam edecektir. Sıradanlaşma korkusu bile uzmanların eline kendimizi bırakmamız için yeterlidir. Programlara dayalı hayatın ilk halkaları bileklerimize kelepçelenir. Dinler, insanda farkın güzel söz ve davranışla oluşacağını söyleyerek ikazlarını ve yönlendirmelerini yaparlar. Dışta oluşan fark yerine insanın inşasını içerden çatmaya taliptirler. Modern dünyanın farktan anladıklarıyla kendi anlam vermeleri taban tabana zıttır: Görüntü toplumu üyeleri kalıp davranış üretim merkezlerinin refakatinde “hayran olduktan” sonra “hayran bırakmak” üzere modalaşan zihin ve eşyaları hayatlarına katarlar. Dinler ise insandaki mümin şuuru artıkça doğal akış içinde farkın kendiliğinden çıkacağına inanır.

İlkinde, fark uzmanlar eliyle suni olarak oluşturulur. Seçme yapamadığınız bir gelecek tasavvuru vardır. Sanal bir ilerleme çizgisi doğrultusunda yapmanız gerekenlerden oluşan birbirinden renkli ancak uydulaşmaya hizmet eden programlardan oluşur. Örneğin, bu programlamalar sayesinde belli düzen ve sıra içinde bir ailenin hem hafta içi hem de hafta sonu programlanır ve haftayı nasıl geçirmesi gerektiği öğretilir. Bu programlamalar içinde ailelere seçme yaptırılır.

Şimdiden yakın zamanda aynı şeyleri düşünmeye başlayan ve mükemmel bir uyum içinde birleştirilmiş toplumların hayali kurulmaktadır; senkronize, birleşmiş, eşit !!

İnsanlığın bu kadar çağ atladıktan sonra tek hücreli yaşama geri dönmesi veya basitleşmesi...

Sürüleşme... Her şey bir diğerinin türevi sanki... Bir göndermeye yapılan, bir göndermeye yapılan, bir gönderme...!

Dinlerdeyse insanın belli ilkeler ışığında iradesini kullanarak bulunduğu eylemler neticesinde ortaya çıkan yeni durumda kişiden fark zuhur etmektedir. Gösteri toplumunun fark dediği şeyin tam zıt kutbunda riya-dan, gösteriştən uzaklaşarak oluşması beklenen bir fark...! Hem görüntü toplumu hem de semavî dinlerin tesiri ile şekillenen toplumların mozaik bir toplum oluşturma ihtimali ortadan kalkar. Biri diğeri için bozucu etki yaptığından aralarında ezeli bir mücadele sürgit devam edecektir. Görüntü kültürü ile tek tanrılı dinlerin bir aradalığı ancak dinlerin misyonundan vazgeçerek zaman içinde bozulması ile olağanlaşabilir. Yaşama ait her şeyin pornografik bir dil ve görüntü eşliğinde topluma sunulması, başlangıcı itibarıyla birçoklarımız için cazip olabilir. Fakat toplumun tercihlerindeki savrulmanın sonuçları da bir o kadar sarsıcı olmaktadır. Türkiye ölçeğinde konuştuğumuzda, dizi, sinema ve tiyatro kalitesinde müthiş bir düşünüş yaşanmaktadır. Sanatçıların topluma bir şey kazandırma misyonu ellerinden alınmış gibi gözükmektedir. Kazanmak ve yapımcı şirkete kazandırmak üzerine kurulu bir hayatları vardır. Proje maliyetlerinin çıkarılması uğruna toplumda açtıkları yaraların farkına bile varamazlar. Uzun yıllara yayılan tecrübe ve ideolojileri yeni jenerasyon yapımcıların elinde eritilip tekrar kalıplara dökülüyor. Hiç istemedikleri kapitalist dünyanın reklamını yapan odalarda, kıyafet ve aksesuarların içinde poz veriyorlar. Kendilerini, hayran kitlelerini hiç istemedikleri bu vaat dolu yeni düzene davetin taşeronluğunu yaparken buluyorlar. Görüntünün varsayımları arasında yaşamak böyle bir şey olsa gerek...■

kaynakça

- Baudrillard, Jean, “Amerika”, Çev: Yaşar Avunç, Ayrıntı Yay. İstanbul, 1996.
- Baudrillard, Jean, “Simülaklar ve Simülasyon”, Çev: Oğuz Adanır, Dokuz Eylül Yay. İzmir 1998.
- Benjamin, Walter, “Pasajlar”, Çev: Ahmet Cemal, YKY Yay. 3.baskı, İstanbul 2001.
- Berger, John, “Görme Biçimleri”, Çev: Yurdanur Salman, Metis Yayınları, İstanbul 1995.
- Esed, Muhammed “Müzzemmil Sûresi”, Kur’an Mesajı, 3.cilt İşaret Yay., İstanbul 1999.
- Palahniuk, Chuck, “Gösteri Peygamberi”, Çev: Funda Unlu Irklı, Ayrıntı Yay., İstanbul 2007.
- Şeriatî, Ali, “Sanat”, Çev: E., Okumuş, Ş., Öcal, S. Okumuş, Anka Yayınları 2004.

dipnot

- ¹ Sezai Karakoç'un medeniyetleri tasnif için kullandığı kavram.