

## ÇEVİRİLER/Translations

### Küreselleşmenin Motoru Olarak Meta Estetiği\*

*W. F. Haug*

*Çeviri: Emir H. Ülger\*\**

#### 1. Eleştirinin Modasının Geçmesi Hakkında

Brecht'in suç hakkında söylediği şey -saf alanları ile görünmez olurlar- ifadesi meta estetiğinin etkilerini gösterdiği yöntemlere de uygun gibi görünmektedir. Eğer meta estetiği bugün bir şekilde geçerliliğini yitirmiş gibi görünüyorsa, Wolfgang Iser bunu şöyle gözlemlemiştir; "Bu onun geçersiz olacağından dolayı değil, gerçek yoğunlaşmasını (şiddetini) aştığı içindir". (Welsch:1990:19) Ancak meta estetiğindeki bu artış analiz edilmediği ve kuramsallaştırılmadığı sürece ve bunun eleştirisi gözden geçirilmedikçe "kültürel eleştiri", eleştirilen kültür olarak nükseder. Bu geriye düşme ne Welsch'in yaptığı gibi yanlışın ajanları olma duyularını suçlayarak ne de "bizi memnun eden bizi mahvedecektir" ünlü deyişinde ifade edildiği üzere duyulara dayanmayı inkar ederek engellenebilir. Bu durum "medya dünyasının ilk ilkesinin gerçeğin yerine kendi değiştirilmiş abartısını koymayı" iddia etme eleştirisini güçlendirmez. Böyle bir eleştiri genelleme yapma ve kendi isteklerine düşkün olma tuzağına düşmektedir. Buradaki mesaj kullanılan vasıta değildir. Daha ziyade, mesaj bir yöntemin alıcıları ve onların özel şartlarını

---

\* Bu makale, W.F.Haug'un, *New Elements of a Theory of Commodity Aesthetics* adlı eserinin içerisinde yer almaktadır. "This essay is based on a paper given in December 1997 at Duke University, Literature Program; a German version was published under the title "Warenästhetik als Globalisierungsmotor" as a chapter of my book *Politisch richtig oder Richtig politisch. Linke Politik im transnationalen High-Tech-Kapitalismus* (Hamburg: Argument 1999) and subsequently translated into Japanese and Greek. The present English version with its 'German English' has been established by the author, who is greatly indebted to Martin Potschka and E. San Juan Jr. for their original translation, and to Karen Kramer, director of the Berlin Dependence of Stanford University, for revising the final text.

\*\* Yrd. Doç. Dr., Başkent Üniversitesi-Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi.

takip ettiği tutum şartlanmaktadır. “Yeni bir durum karşısında taviz vermemek için, bir kişinin önemli noktaları yeniden özetlemesi gerekir” (Haug: 1997:39) yani teorik eleştirinin önceki başarılarını yeniden düşünmek gerekir ve aynı zamanda analiz edilen durumun bu zaman içerisinde nasıl bir değişim gösterdiğini dikkate almaktır. Meta estetiğindeki artan hayal gücü dikkate alınır, oluşumu, sermaye kazanımını gerçekleştirmedeki rolü ve potansiyel alıcıların ihtiyaçları ve kullanım değeri açısından sürekliliği ve değişimini analiz etmek zorundayız. Meta estetiğinin temel kuralları ve temel fonksiyonu değişmemiştir: meta eşyasının sermayesinin gerçekleşmesine hizmet eder ve bunu yapmaktaki “Archimedan” rolü sunulan şeyin ne olduğu değil kimin hedeflendiğinde yatmaktadır. Onun değer biçimi kullanım değerinin estetik vaadidir. (cf.1986:17&1997:121f) Asıl değişen meta estetiğinin görünüşünün yeniden üretilebilirliği için teknik temeldir ve hem tanıtılan eşyaların ve daha da önemlisi değişen şartlar altında hedeflenen alıcı için mesajın belirlenmesidir. Stuart Hall’un belirttiği gibi, piyasaların küreselleşmesi hibrid, karışım, diaspora ve dil yozlaşması üretmesidir.

Tüketici eşyalarının başarılı şekilde şirket ürünlerine ya da estetik kullanım değeri açısından tekeli elinde tutan (Haug:1986: 24ff) “*Ticaret maddelerine*” dönüştürülmesi genel olarak temel ya da jenerik ürünlerin yerini almıştır. Fordist dönemine ait meta estetiği eleştirisi belki de anlık olarak açıldı çünkü işletim unsurları, üretim ya da oluşumunu ve kullanım değerinin eşya estetik vaadi dışında kalan eşyaların kullanım şekli ile pratik bir temas yoluyla kazanılmış olan tecrübe dayanağını hala koruyan dünyaya girdi. Bu genel bilgi olası bir direniş konumunu saptadı. Tıpkı halk hekimliğinin bir zamanlar akademik ya da kimyasal ve teknik tıbbın baskısı altında kaldığı ve ezildiği gibi, el becerisi ve ev ekonomisine dayanan bilgi tarifleri de bu zaman içerisinde hazır üretim eşyalarının baskısı altında kalmıştır. Eleştirinin açıklığı ile ilgili daha az önemli olmayan bir diğer unsur ise, kapitalizmin yönetici düzenine bir alternatifin var gibi görünmesidir. Bu esnada, devlet sosyalizminin ve kapitalist toplumlar içerisindeki sosyal demokrat reformlarının çökmesi ile birlikte üretim şeklinde hızlı yöntem değişikliklerinin olması ufukta tarihi değişime yol açmıştır. Tüm bir jenerasyon ve onun karakteristik düşüncesi için tüm alternatifler buharlaşmış ve yerini meta estetiğinin serap dünyası devralmıştır. Postfordist meta estetiği neredeyse alternatifsiz şekilde ufku işgal ederken bu artık bir konu değildir. Sanki aşırı baskın ve meydan okunmayan mevcudiyeti onu görünür olmaktan çekmiş gibidir. Bu görünmezlik, komünizmin sonrası durumun imzasını fazlasıyla ortaya koymuştur.

Doğunun ufku batı dünyası eşyalarının neon renkli ütopyası ile doluyken, 1989/1991 devlet tarihi bölünmesi sosyalist alternatifin on yıllar süren aşınmasından daha sonra olmuştur: *Ex oriente lux*<sup>1</sup> but *exoccidente luxus*.<sup>2</sup> Özellikle uydu temelli

1 Işık doğudan yükselir.

2 Bilgi batıdan

dağıtımla küreselleştikten sonra televizyon hoş görüntüyü tüm sınırların ötesine iletmiştir. Televizyon aynı zamanda sivil toplum hakkındaki bilgiyi nakletmiş ve sosyal ve demokratik olarak düzenlenmiş olan bir kapitalizmin kuvveti sadece bu sahteliği desteklemiş ve hep birlikte daha iyi bir hayat izlenimine neden olmuştur. Berlin duvarının çökmesini takiben ve sol görüşten gelen siyasi müdahalelerin zorlukları da dikkate alınırca, siyasi doğruluk üzerine yapılan sembolik kavgalar bu sahneye baskın hale gelmiştir. Solda, “total piyasanın” yükselen aşırılığı, muhalefetin karşı bir saf kullanım değeri ütopyasına sürüklenmesine yol açmıştır.

Oldukça farklılık gösteren modern endüstriyel toplumdan küçük tarımsal toplumların sözde ideal dünyasına tüm toplumun geri çekilmesi perspektifi şiddet ve yıkım için bir potansiyel olmakla suçlanmıştır. Bu bağnaz, dar ideolojiler ve tarihi gelişmeye yönelik onların diyalektik olmayan muhalefetleri ilerlemede diyalektik olmayan bir yaklaşımın hayal kırıklığından beslenmektedir. Onlar şu gerçeği saklamaktadırlar: “eğer onların gerçekleşen doğrusu insanların büyük bir çoğunluğunu faydasız tüketicilere dönüştürebilirse yok olmaya mahkumdur.” Bununla birlikte, neoliberal piyasa ütopyasının yönetici aşırılığı, dolaylı yıkıcı etkilerini konuşmak bir yana direk şiddet potansiyeline de yataklık yapmaktadır. Onun özgürlüğü, hayatta kalma mücadelesi içindir ve hem insanları hem de tüm kültürleri buna maruz bırakmaktadır. Onun paradigmatik ideali Brecht’in *Mack the Knife*: ile duyurulmaktadır. “Güçlü adam savaşır, zayıf adam ölür”. Sistem rekabetinin yok olması bu olasılığı azalttığı halde, bu sosyal Darwinci ideoloji için savaş daha az kabul edilebilir değildir. Serbest piyasanın eşitlik sonrası dönemi aslında bir dizi savaş başlatmıştır. Kuzeyin ittifak güçlerinin güneydeki günah keçilerine karşı bir savaşı olan ve diğer kapitalist büyükler tarafından desteklenen Saddam’a karşı Amerika’nın giriştiği yüksek teknolojiye haçlı seferine etnik bir sivil savaş dalgası eşlik etmiş ve bu savaşlarda mazlumlar birbirlerine pusu kurarak cesur yeni dünya düzeni tarafından büyütülmüşlerdir. Bu zincirlerinden kurtulmuş olan kanlı güçlerin görüşüne göre, Onları serbest bırakan kansız güçleri yok saymak kolaydır. Bu paradigma çöküşten hemen sonra Avrupa’da çalışılabilir: Zengin piyasa Avrupa’sının emici gücü, şüphesiz Sırp liderliğinin demagogik körlüğünden de yardım alarak Yugoslavya’nın bölünmesini başarmıştı.

## 2. Kapitalizm Öncesi ya da Yarı Kapitalist Toplumlara Doğru Benzerlik Olmanın Önüne Geçiyor

Piyasalardaki dünya düzeni ticaret eşyalarının güzel görünüşünü mesajı olarak ileri sürmektedir. Onların imajı gerçekliklerini çok daha uzaklara götürmekte, tv antenlerinin gölgesinde kalmıştır. Televizyon, suyun tedarik edilmesinden çok önce olmuştur. Uluslararası ileri teknoloji kapitalizmin kapitalist öncesi ya da yarı kapitalist toplumlara genişlemesi en güçlü motorunu burada bulmaktadır. Benjamin R. Barber, *Ticarette bulunandan daha fazla küreselleşmeye yol açan bir faktör var mıdır?*

diye sormaktadır; O şu tanıtım sloganından alıntı yapmaktadır: “*Reebak dünyasında/ gezegeninde sınır yoktur*”. O, aşırı fakirliğin eşyalar için aşılamayacak bir engel oluşturabileceği ve küreselleşme aktivitelerinin insanların çoğu için Spooky bir ticaret olduğundan bahsetmektedir. Eşyalar için sınırlamalar vardır ancak estetik tasarımları için ne sınırlamalar ne de limitler yoktur. Dünya nüfusunun büyük bir çoğunluğu için meta estetiği vaatleri gerçekleştirilebilir bir karşılığa sahip değildir. Ancak, bu sanallık bu vaatlerin gücünü bozmamaktadır, daha ziyade onların etkilerini kullanmalarına olanak sağlamaktadır. Meta dünyanın kullanım değeri vaatleri eşya olmaksızın nereye varırsa varsın, aslında bu yolla *başka bir dünya* vaat ederler. Meta estetiği sadece sınırlarını ürünlerinin gittikçe daha az ayırt edilebilir olduğu kültürel endüstrilere doğru genişletmekle kalmaz aynı zamanda bu sınır dünyadaki devasa yoksulluk kemeri içerisinde anlamına kaybetmektedir. Temel geçinme maddelerine bile erişimi olmayan insanlar için, eğlence endüstrisinin metaları yaşam şekli üzerinde propaganda olarak hizmet etmektedir. Dünyanın kapitalizm öncesinde olan ya da yarı kapitalist bölgeleri için karşı konulmaz bir cazibe yani küreleşmenin en güçlü itici kuvveti olarak hizmet etmektedir. Köylerin küreselleşmeye entegre olması ile kıyaslanırsa “küresel köy” terimi sığ bir şaka olarak durmaktadır. Rota ilk başta şehre yönelir. Kapitalist medeniyetlere dahil olmayı amaçlayan adayların çoğalması bunu çevrelemektedir. Küreselleşme küresel şehre akan evsiz insanların akıl almaz bir kentleşmesi olarak başlamıştır. Gregory Navas’ın epik şiiri El norte’de- ki bu yeterince övgü almamıştır- kuzey güneydeki insanlara çok uzaktan ve parlak basılı reklamlar yoluyla kutsal bir şehir olarak parlamaktadır. Film, ordu tarafından insanların kanlı şekilde bastırılmasına sırtını dayamış olan dünya piyasasına ürün yetiştirmekteki toprak sahipleri tarafından yaşayanların sömürüldüğü bir Guatemala köyünde başlar. Kız ve erkek kardeş olan iki geç insan bir kuzey Amerikan dergisine bakarlar. Metin İngilizcedir ve bu yabancı metinde ne yazıldığını hiç birisi anlamamaktadır. Asıl anlaşılan şey ise hayal edilemeyecek şekilde farklı yaşam vaat eden toprakların resmidir ancak bu durumu gösterenler ise makaleler değil reklamlardır. Köylüler için parlak çinilerle kaplı parlak bir zeminin önünde bir su tuvaletinin aşırı parlak görüntüsü mucizevi diğer tarafı yani kuzeyi arzulama duygusunu ortaya çıkarmaktadır. Hikaye, iki kahramanın yürek burkan hikayesini anlatır ve onların Amerikan duvarına tırmanmaya çalışması ve devamında Amerika’da yeşil kartı olmayan yasadışı insanlar olarak varlıklarını sürdürmeleri bir cehenneme dönüşür ve genç bir kadının ve onun erkek kardeşinin feda edilmesi ile son bulur.

Daha farklı olmayan, aksine kıyaslanamayacak şekilde daha yüksek yaşam standartlarına ve eşya arzına sahip olan Alman Demokratik Cumhuriyetinin eski vatandaşları kapitalist batı hayal dünyasına katıldılar. Bir gün şu slogan patladı: *Eğer D mark bize gelmiyorsa biz D mark’a geleceğiz*. Bu Alman Demokratik Cumhuriyetinin çökmesine karar verdi. Yaşam standardı açısından en zengin uluslararası bir zamanlar 11.sırada gelen Almanya Cumhuriyeti para birimine Almanya para birimine yani sadece yaşam standardı açısından değil aynı zaman-

da üretkenlik açısından çok daha üstün olan para birimine geçince nükleer darbe yemiş gibi birden çöktü. Batı Almanya'nın metalleri ülkeye akın edince, imajları ve isimleri uzun süredir insanların aklına yerleşmiş olan yerli ürünler satmayan ürünlere dönüştü. Onların üstün kullanım değeri ve düşük fiyatları bile yardım edemedi. Mükemmeli ararken lezzetten yoksun olduğunu anlatmak için kullanılan "Hollanda domatesi" terimi bile bir insanın tadını kolayca anlayabileceği yerel ürünün yerini aldı. Belki de bu Zapatista Subcumandante Marcos "kapital bombasının" nükleer bombadan daha az tehlikeli olmadığını ifade ettiğinde Zapatista'nın kafasında olan düşünceydi. (cf: Marcos: 1997)

### 3. Farklılık ve Baskın Olma: Yoksulluk Turizmi ve Küresel Toplu Turizm

Göçmen işçilerin rotasını tersine çeviren seyahatin ne kadar farklı olduğunu, örneğin zenginlerin yoksulluk turizmi ne kadar farklıdır. Kapitalist zengin kürenin merkezindeki tüketicilere güneşe olan toplu turizm yoluyla kolayca tüketilebilen parçalar sunulur. Bu uzak mesafe kişiye özel yapılan uçuşla ulaşılabilir. Video ekranları tamamıyla turizmi artırmaya yönelik filmler ile eğlendirdiğinde havada bu süreç ikiye katlanır. Onların operasyonları sürrealizmi turist eşyasının estetik uyarıcıları ile birleştirir. Turist bu deneyimi ortak (patchwork) olarak deneyimler. Video klipi tarzında ise, her saniyede birçok görüntü birbirini takip eder ve dünya boyunca ufak parçalar uyarıcı değerine göre sıralanır. Bunlar sıklıkla fakirlerin dünyasından alınır ve tam olarak yoksulluk görüntüsü bunların temsilinden çıkarılır. Ancak muazzam güzel ve fotojenik görseller şeklinde yerli ülke ile ilgili unsurlar bu imaja dahil olurlar.

Nietzsche'nin "diğer ırklar için aşırı şehveti" cezbedici görüntülerle burada soluksuz şekilde sunulur. Bu seçici sıralama yoluyla, dünya tanıtıcı broşür karakterini kazanır ve fotoğraf karelerinin bir bütün içinde verilmesi ile kendisini tüketiciye bir teşvik olarak sunmaktadır. Bir yeri görme tüketiciliğinin masraflı duygusallığı açılır. Sergilenen vücut ve yabancı bakış, doymak bilmez bir boşluğa sunulan görüntü bolluğu olup fantastik şekilde arzulan istekler fenomonolijisine dönüşür. (Kojeve: 1947)

Klasik Avrupa sömürge gücünün insanlara bakışını temsil eden "ingiliz gözü-nü" Stuart Hall'un analiz etmesi, "zengin-yoksulluk" turistinin bakışına da uygulanabilir: O her şeyi, kendisi bakışını direk olarak dünyaya yönelttiğini fark etmeksizin algılar. Bu bizzat kendisini algılama ile eş anlamlı hale gelir. Şüphesiz yine de ikili olarak güçlü şekilde merkezlenmiş yapılanmış ve kültürel bir temsildir. Nerede ve nasıl olduğunu bilerek, o her şeyin yerini belirler. Mutluluk için arzu perspektifi altında, zengin çevrelerden ortaya çıkan yoksulluk turizmi olarak kendini ortaya koyar. Ve bu durum estetik tüketicilik kriterine uygun şekilde kendini göstermektedir. Aşırı arzusunda (lasciviousness), yoksul bölgelere giden turist kendinden kaçmaktadır.

Aynı zamanda bir erkek, üstün toplum kalıbı olarak kendini gösteren Anglo-Saxon düşüncesi hakkında Hall'un söylediği şey postmodernist zevkçilik anlayışının (hedonism) altında yatan şeyi ifade etmektedir oysaki görünüşte şöyle ifade etmektedir: *Bir kişi tüm evreni gezer: Bir kişiyi başka birini tanıdığına o artık diğerlerinin olmadığı şeydir. Kimlik, bu yüzden her zaman bir şeyi sadece olumsuzun dar bakışı yoluyla algılayan yapılanmış bir temsildir. Kendisini kuramadan önce diğerinin gözünden geçmek zorundadır.*” (Ibid) Tüketici kendisini diğerlerini nahoş edebilecek olan her şeyi sona erdirecek bir teklif yoluyla sunar. Hall oldukça kararsız şekilde *“sermaye her şeyin farklı olduğu bir dünya yaratmaya çalışır. Ve bu onu boş yapar ancak farklılıklar aslında sorun olmaz”* diye iddia etmektedir.” Yoksul bölgeleri gezen turist sanki bir kurşun geçirmez cam yoluyla izliyormuşçasına gerçekten soyutlanmış olan estetik olarak soyut bir biçimde farkın keyfini çıkarır. Yoksul bölge turizmi ile turist, belli bir çevre için yola çıkar ve gördüklerinin kendi hayal gücüne girmesine izin verir. Çevre için bu yola çıkmada merkez daha az önemli değildir ama farklı bir şekildedir ve bu ortamın turistik versiyonu küreselleşme sürecinde yeni bir başlangıç yolu duyurmaktadır. Hall'un “baskın olan kültür, post modernitesinin karakteristik yeni kalıpları” olarak algıladığı şeyin “bir taraftan Homojenleşme ve kendini verme ve diğer taraftan ise çoğulluk ve çeşitlilik olduğunu” ifade ederek, “Amerikanca konuşan” (Hall'un inanisına göre İngilizce değil) küresel batı merkezli toplu kültür hakkında önceden fikir vermektedir ancak bunu bölgesel olarak farklı ve değişik şekillerde yapmaktadır.

Meta estetiği piyasaya kabulün filtrelenmesi yoluyla sürekli olarak peşinde koşulan bir şeydir. Bunun kendisini diğer insanlar üzerinde, özellikle de fakirler üzerinde gösterme şekli diyalektik yapısı ve işlevi ile açıklanabilir. Bu değer henüz gerçekleşmemiş olan gerçekliğini temsil etmektedir. Her açıdan tersinin mantığına hitap etmektedir. O alıcılar için özlem duyar ancak sadece mutlu insanlar hakkında konuşur. Mutsuzlar meta estetiği dünyasına bir cennete giryormuşçasına bakar. Sadece nicel farklılıkları dikkate alan parasal eşitçilik dikkate alındığında, temel olarak sunduğu şey farklı olanların bunu yöneten şeye olan duyarsız olmalarıdır. Hall'un söylediği gibi eğer sermaye “müzakere etmeyi” - yani daha önce ezmeye çalıştığı farklılıkları birleştirmek ve kısmen yansıtmak- öğrenmişse, eşyanın estetik soyutlanmasına benzer keskin bir sınırlama gözlemlenmek zorundadır: sadece kültürel temsiller dahil olurlar, güç ilişkileri müzakere edilmez. *Damnes de la terre'nin* estetik temsili sembolik bir telafi etme alanına girmektedir ve temsil edilenlerin kendilerini görme şekilleri için önemli değildir. Meta estetiğinin Archimedeci bakış açısı, kendisini, hizmet ettiği, ayırt edici şekilde ortaya koyduğu ve yeniden yön verdiği arzularında bulmaktadır. Alakasız olanlar *auta ta pragmata*, nesnelere gerçek fitratı, eylem ve kişisel durumlardır. Arzular yanılısma ve hayali şekli ile kullanım değeri vaatleri için interfazlar<sup>3</sup> olarak önem kazanmaktadır. Perspektif sa-

3 Bölünmüş bir hücrenin yeniden bölünmek için geçirdiği hazırlık evresi

tın alma kararını teşvik etmeyi amaçlamaktadır. Eşya estetiği sunulan arzuyu yerine getirme yoluyla yönetmekte olup, insanları arzularla doldurmaktadır. Kapitalist tüketiciliğin yaşam kalıplarına zaten baskın hale geldiği zengin toplumlarda onun büyüğü, hayal gücü sürekli olarak bu arzuların yerine getirilmesi ile uyanık tutulan yorgun ve duygusuz insanlar ile karşılaşmaktadır ki bu durum da bize arzulanacak çok şey bırakmaktadır. Kapitalist merkezlerde, sürekli uzaktan kumanda ile oynayan canı sıkılmış bir televizyon izleyicisi gibi sergilenen eşyalar arasında gezinmektedir. (Nientiedt:1990) Diğer taraftan meta estetiği dört gözle beklenen kapitalizm öncesi ya da kapitalist dünyanın fakir bölgelerine girdiği zaman kuzey, güneydeki yoksulluk içinde yaşayan kitlelere “*desirrealisables a realiser*” dağıtarak bu insanları arzularla doldurmuştur. (1943: 612) Bu şartlar altında yoksulluğun manası değişir: Yokluğun varlığı haline dönüşür. Uluslararası ileri teknoloji sermayenin tipik eşyalarının tüketiminden uzak kalarak, fakirler bunu kayıp bir şey olarak korurlar. *Marx’ın Grundriss’e*de sermayenin “medenileştirici etkisi” hakkında söylediği şey, kuzey-güney ekseninde hırçın bir cazibe olarak haklılık kazanır.

#### 4. Görünüşün Yüksek Teknoloji Üretimi

Tek yanlı olması sebebiyle “Irradiation= aydınlatma” olarak adlandırılan uydu temelli iletişim ile üretimin ileri teknoloji ile yapılması eşya estetiği düzenini küreselleştirmiştir. Aynı zamanda, teknik olarak yeniden üretilebilir olmasında devrim yapmıştır. Artık kopya halinde olmayan ancak kopyalardan elde edeceği ürün tasarımını mükemmel şekilde alan görüntüler dijital olarak yaratılması ya da dijitalleşme üzerine kuruludur. Estetik özgüllüğü anlamak için “ımağ” teriminden daha doğru olan hareket eden ımağ ya da “film” görüşü gibi görünmektedir. Ancak görsel-işitsel sıralamalar kayıt edilen bir şeyin yeniden üretilmesi ya da sahnelen-se ya da oyalansa bile bir bakıma orijinal kabul edilebilecek olan bir şey değildir. Mekanik olarak açığa çıkarılan photochemistry açısından algılanan eski ‘filmler’, şu anda dijitalleşmeden sonra elektronik sayma teknolojisinin konusu olan materyali sağlamaktadır. Hareket eden ya da ses veren görüntüler eskiden karmaşık makinelerin iyi hesaplanmış ürünleri iken, artık makineler tarafından dijital olarak yapılmaktadır.

Video klipler toplu kültürel küresel metanın modeli olarak işlev görmektedir. Müziğin her bir milisaniyesinin belli bir çevreye senkronize edilmesine olanak sağlayan bilgisayar destekli kesme hayati şekilde önemli hale gelmiştir. (sözde Mickey mousing). Bu tüm program parçalarına baskın olan tek tip klip estetiğinin ortaya çıktığı anlamına gelmektedir. (Holzer: 1997: 168) Bu durum sadece sürrealistlerin bir nesnenin tamamıyla farklı bir nesneye dönüşebileceğini hayal etmekle kalmaz (örneğin bir kibrit kutusunun yarasa olarak ya da bir zürafanın çekmece olması gibi) aynı zamanda sihirli fantezi tarafından bugüne kadar icat edilen her şeyin betimlemenin yeni üretim yönteminin etkisinde kalmıştır. Bir araba sorunsuz şekilde bir kaplana dönüşür ve kaplanda eğer istenirse bir

çikolata kalıbına dönüşür. Ovid'in *Metamorphosis* eseri ticaretteki dönüşüm ile kıyaslandığında hiçbir şey değildir ancak onun sınır tanımayan mevcudiyeti bunun büyük bir kısmını çöpe çevirmektedir yani, nihai sıklımanın şekil değiştirmiş şekilde gizlenmesidir.

Dijital olarak oluşturulmuş üretim yönteminde, sermaye sonunda yeterince estetik teknik bulmuştur çünkü onlar ürünlerin kullanım şeklini umursamaz onun yerine değer kısmını önemser: İşte bu sebeptedir ki küresel temsil hakkında müzakere edemez. Barber'ın inanişına göre, "Mcworld kültürü" tek tip olmak zorunda değildir, çünkü Hall'un sözünü bir kez daha anımsarsak "farklılıklar sorun oluşturmaz". Meta propagandasının "sanat sentezi" için sermayenin görsel-işitsel yönteminde sunmuş olduğu hiçbir şey sermaye için önemli değildir. Olası tüm şekillerin, eşyaların, duyuların ve değerlerin hiçliği tek kaynak olan paradır ve bu tüm kaynaklar üzerinde kendini temsil etmektedir. İnsanlar bu negatifiğin renkli sunumuna cevap vermeye mahkumdur çünkü satın alma yoluyla kendine mal etmek onların hayat koşuludur. Değer açısından ele alınırsa herhangi bir şekil, biçimsizliğin geçici varlığı değil keyfi olarak oluşturulan bir maddedir. Bu hayal gücünün yüksek teknolojisinin sadece nesnel dünyanın değil aynı zamanda görseller dünyasının önemini de azaltmaktadır. Bu temsiller kendileri dışında artık hiçbir şeyi temsil etmemektedir. Wolfgang Welsch'in ileri sürdüğü gibi, "İletişim kurmak için iletişimin karşılayabildiği şeyin devam etmesi" ya da "çeşitlenme ya da heterojenlik" yoluyla fazla tüketime karşı çıkmak sadece modern "aşırı tüketimi" kucaklamak anlamına gelmektedir. Stuart Hall aşağıdaki ifadeleri yazdığında, kızartma tavaşından ateşin içine kaçmak olarak yorumlamıştır. Farkı yaşadığınızda ve çoğunluğa hayran kaldıklarında bu yoğunlaşmış olan ortaklığı ya da aslında şirketler arası olan aşırı entegre olmuş, aşırı yoğunlaşmış ve toplanmış gücü kabul edersiniz.

Kapitalist zenginliğin merkezlerinde, çocuklar bile dijital teknolojinin bu görüntüleriyle yakından deneyime sahip olmuştur. Bir temsilin varlığını ortadan kaldırdığı bir prosedürde bir kişi bilgisayar oyunlarından aslında çok iyi bildiği bir uygulamayı fark edebilir. Bu soğukkanlılığını kaybetmemenin sahasıdır ki Welsch onu bir savunma "vurdumduymazlığı" ve yüksek, neredeyse "uyuşturucu benzeri heyecanlanma eşliğindeki duygusuzluk" olarak tanımlamaktadır. Welsch bunu uyuşturucu sakinleşmenin çift manası içerisinde yeni bir "anestezi olma" işareti olarak yorumlamaktadır. Bu tekniğe aşına olmayan ya da ticaret eşyası dünyasındaki bu günlük değişimlere alışık olmayan insanlar için insan olmanın yarısından fazlasını temsil etmesi anlamına gelirken, bu olaylar sihirli ya da dini bir bağlamda algılanabilecek görüşü aşmaktadır. Benzerliğin bu sıra dışı şeklinde her şey mümkün olabileceği için eğer bir şey mümkünse, gerçeğin sınırları dağılır ve geriye kalan tek arzu bu harika dünyanın sınırlarından geçmektir.



## 5. Estetik Kosmopolitiklik

Meta estetiği bu yüzden piyasaların olmadığı ya da hala marjinal ve gelişme aşamasında olduğu bir ortamda piyasaya kabul için harika bir mucizevi ilaç olarak görevini yapmaktadır. Arzu görüntüleri insanları piyasalara ve böylece de kapitalist endüstriyel toplumlara çeker. Bu durum olayın dışında tutulsa, daha fazla imtiyazlı olan insanların panikleyen ırkçılığı ile karşılaşsa ya da yeni bir emekçi durum ile karşılaşsa da değişmez. Uluslararası ileri teknoloji kapitalizminin meta estetiği ile tetiklenen küreselleşmenin bu ikinci derece öneme sahip olan itici güçlerinin sonuçlarına kurbanların toplu katliamları eşlik etmektedir ve tüketim bu “Mcdonaldlaşması” bu süreçle küresel hale gelen insanoğlu için kültürel bir mahrumiyet olarak hizmet etmektedir. Ve yine de yabancılaşma ve maddeleşme olmasına rağmen, Gramsci’nin öngördüğü gibi insanoğlunun “kültürel bütünleşme” anları da bulunmaktadır. Toplu tüketimin fordist eşyalarının başarı hikayeleri (kot pantolonlar, hamburgerler ve kola) ileri teknoloji kapitalizmin şartları altında nihayet küreselleşmiştir. Şüphesiz tüm dünya nüfusunun kapitalist eşya estetiğinin küreselleşen eşya dünyasına dahil edilmesi aslında kullanım değeri vaatlerinin tüketici açısından gerçekleştirilmesi ile birlikte çoğunluğun bu durumun dışarıda kalması ile paralel şekilde olmaktadır. Sonucunda ortaya çıkan *mondocane*’nin sarsılan evrenselliği ki bu dünyada insanlık fakir ve zengin olarak bölünmüştür, kendisi için bir görüntüye dönüşmektedir ve meta büyüünün sahte aynalarında yansıtılmaktadır ancak yine de insan türünün zayıf, mesih potansiyeli ile suçlanmakta ve ilk defa bu dışlanmada kendisini insanlık olarak oluşturmaktadır. En çok inkar edilen alanlarda, yaşam tarzındaki patlamaların düzmece anonlarında ortaya çıkar. Özel polisler tarafından korunan dolar sahiplerinin klimalı ticari veya ikamet ettikleri mekanlarında, alışveriş merkezlerinin artan galeri merkezlerinde ve özel-kamuya açık alanlarda ya da “*civilization merchandise*” eşya kültürünün yeni topluluklarında kendini göstermektedir. Standart toplu ürünler için satış oranları dünya piyasasına uyan tarzları tercih eder. Bu durum kapitalist merkezlere geri bildirim yapar ve bu dünyada satış stratejilerinin küreselleşmesi bu zaman içerisinde moda tasarımcılarına yoksulluğun çölleri içerisinde zenginliğin vadilerine de hizmet etmesi gerektiğini dikte etmektedir ve yeni kıyafetler için tasarımını minimize etmesini söyler, örneğin bu amaç için *linguafranco* olan yeni bir tasarım geliştirmek. Lüks endüstrisi uzak doğudaki piyasalara, Amerika’ya, Rusya’ya ve merkezi Avrupa’ya girdikçe (ve bunların hepsine birden girmeye çalışmıştır) zarar verici takdirin herhangi bir riskinden kaçınmak için tasarım dilini takip edecektir ve bu yüzden seçme Fransız, ifade edici İtalyan ya da sokak İngiliz değil Amerikan sportivitesinin evrensel olarak anlaşılabilir ifadesi olacaktır. Bu, satış stratejilerinden önceden belirlenmiş olan estetik hesaplardan ve küreselleşme adına ortaya çıkan farklılıklardan ortaya çıkmaktadır. Basit kalıplara sahip olan bu yeni moda, tüm farkı bu demokratik eşitliğe indirgemektedir: etik olarak uyumlu, ekolojik olarak doğru olan, sosyal olarak kabul edilen ve cinsiyet açısından tarafsız.”(Kaiser:1998)

Zenginlerin dünyadan ayrı olan rejimlerinin gettolarından bu tür eğilimlerinin serbest kalması kendini yeniden sıraya koyabilir. Hiçbir şey bugüne kadar onun en temel nimetlerinden bile yararlanamamış olanların katılımından daha çok medeniyetin önemli ölçüde derinleşmesine ve kapitalizmin bağımlı değişken statüsünden kurtulmasına yol açamaz. Tabii ki bu nimetler onlara bedava verilmeyecektir ve zengin merkezlerden yapılacak hareketler ile karşılanmadıkça onların isyanları başarısız olacaktır ve bu zengin merkezlerde refah ve iyi yaşamın alternatif yaklaşımı ile bu paylaşımı karşı çıkacaklardır ve egemen bir güçle böyle yapacaklardır. Bu yüzden, Stuart Hall “küreselleşme görüşünün zıtlasma olmaksızın tartışmasız bir alan olmadığına” inanmaktadır. Brecht diyor ki “Bu ikilemler bizim umudumuzdur.” Spinoza’nın öğrettiği üzere, “*Umut hayal kırıklığının yavrusudur*” çünkü gerçek *potentiaagendi* yokluğu ile ortaya çıkmaktadır. Bu ikilemleri anlamak önemli değildir; pratik bir ikileme gerek vardır.

### Kaynakça

- T. W. Adorno, 1961: *Noten zur Literatur II*. Frankfurt/M: Suhrkamp.
- \_\_\_\_\_, “Late Capitalism or Industrial Society”, in: Adorno, *Can One Live after Auschwitz? A Philosophical Reader*, ed. Rolf Tiedemann, Stanford University Press, Stanford, 2003 (in German: “Spätkapitalismus oder Industriegesellschaft”, Einleitungs-vortrag zum 16. Dt. Soziologentag [1968], in: Th. W. Adorno, *Aufsätze zur Gesellschaftstheorie und Methodologie*, Frankfurt/M (Suhrkamp) 1970, 149-66).
- \_\_\_\_\_, *Aesthetic Theory*, transl. Robert Hullet-Kentor, Athlone Press, London 1997 (in German: *Ästhetische Theorie*. Frankfurt/M: Suhrkamp 1973).
- G. Anders, 1962: *Bert Brecht. Gespräche und Erinnerungen*. Zürich.
- H. Arendt, *The Human Condition*, University of Chicago Press, Chicago, 1958 (1960: *Vita activa oder vom tätigen Leben*. Stuttgart).
- B. R. Barber, “Culture McWorld contre démocratie,” *Le Monde Diplomatique*, Aug. 1998, 14f.
- W. Benjamin, “Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit”, in: GS VII.
- \_\_\_\_\_, “The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction”, in: *Illuminations*, ed. By H. Arendt, trans. Harry Zohn, New York: Harcourt, Brace & World, 1968.
- M. Bense: *Die Philosophie zwischen den beiden Kriegen*.
- G. Böhme, “Warenästhetik”, in: Kai Buchholz und Klaus Wolbert (eds.), *Im Designerpark / Leben in künstlichen Welten*, Darmstadt 2004, 992f.
- W. Bongard: *Fetische des Konsums. Portraits klassischer Markenartikel*. Hamburg 1964.
- B. Brecht, *Gesammelte Werke* (GW), Frankfurt/M: Suhrkamp 1967.
- \_\_\_\_\_, *Journals 1934-1955*, transl. Hugh Rorrison, ed. John Willett. London: Methuen, 1993.
- S. Hall, “The Local and the Global: Globalization and Ethnicity”, in: A.D.King (ed.), *Cultural Globalization and the World System*, London: Macmillan 1991, 19-39.
- W. F. Haug, “Waren-Ästhetik und Angst”, in: *Das Argument*, Nr. 28, 6. Jg., H. 1, 1964, 14-31.
- \_\_\_\_\_, 1970: “Zur Kritik der Warenästhetik” (1970), in: W. F. Haug, *Warenästhetik, Sexualität und Herrschaft*, Frankfurt/M: S. Fischer 1972.
- \_\_\_\_\_, 1971: *Kritik der Warenästhetik*, Frankfurt/M: Suhrkamp 1971 (10. edition 1990).

- \_\_\_\_\_, 1980: *Warenästhetik und kapitalistische Massenkultur (1): "Werbung" und "Konsum". Systematische Einführung*, Berlin/ W: Argument 1980.
- \_\_\_\_\_, 1986: *Critique of Commodity Aesthetics*, trans. Robert Bock, Introduction by Stuart Hall, Cambridge: Polity Press 1986.
- \_\_\_\_\_, 1987: *Commodity Aesthetics, Ideology & Culture*, New York-Bagnolet: International General, 1987.
- \_\_\_\_\_, 1993: "Die Einräumung des Ästhetischen im Gefüge von Arbeitsteilung, Klassenherrschaft und Staat", in: W. F. Haug, *Elemente einer Theorie des Ideologischen*, Berlin-Hamburg: Argument 1993, 136-50.
- \_\_\_\_\_, *Philosophieren mit Brecht und Gramsci* (1996), 2nd., enlarged edition, Hamburg: Argument 2006 (English edition forthcoming, Amsterdam: Brill).
- \_\_\_\_\_, 1997: "Nach der Kritik der Warenästhetik," in: *Das Argument* 220, 39 (3) [1997]: 339-350.
- G. W. F. Hegel: *Vorlesungen über die Ästhetik*. Werke in zwanzig Bänden, Bde. 13 und 14, Frankfurt/M 1970: Suhrkamp.
- \_\_\_\_\_, *Hegel's Aesthetics. Lectures on Fine Art*, trans. T.M.Knox, Oxford: Clarendon Press, 1975.
- H. Holzer, "Globalisierung per Musikvideo", in: Johanna Klages u. Peter Strutynski (eds.), *Kapitalismus am Ende des 20. Jahrhunderts*, Hamburg: VSA 1997, 163-78.
- D. Hume: *A Treatise of Human Nature*, vol. I
- A. Kaiser, "Gleichsein in der Modewelt", *Frankfurter Allgemeine Zeitung* (FAZ), 18.4.1998, 1
- I. Kant: *Critique of Judgement; Analytic of the Beautiful*, New York, The Library of World Arts, 1963.
- A. Kojève, *Introduction à la lecture de Hegel. Leçons sur la phénoménologie de l'esprit*, ed. by Raymond Queneau, Paris: Gallimard 1947 (engl.: *Introduction to a reading of Hegel, lectures on the phenomenology of spirit*, Ed. Allan Bloom. Ithaca, NY: Cornell UP 1980).
- H. Kurzke, "Wann stieg Beys aufs Fahrrad" in: FAZ, 19.3.1990, 35.
- Marcos, Subcomandante insurgente, "La quatrième guerre mondiale a déjà commencé", in: *Le Monde diplomatique*, VIII, 1997.
- H. Marcuse, 1964: *One-Dimensional Man*, Boston Beacon Press, 1964.
- K. Marx: *Misere de la philosophie; The Poverty of Philosophy*, New York, International Publishers, 1963.
- \_\_\_\_\_, *Grundrisse*, trans. Martin Nicolaus, Harmondsworth: Penguin/New Left Review, 1973
- \_\_\_\_\_, *A Contribution to the Critique of Political Economy*, New York, International Publishers, 1970.
- \_\_\_\_\_, *Das Kapital*. 3. Bde., MEW 23-25.
- \_\_\_\_\_, and F. Engels: *Die Deutsche Ideologie; The German Ideology*, tr. Roy Pascal, New York, International Publishers, 1947.
- K. Nientiedt, "Religion zum Wohlfühlen." In *Herder-Korrespondenz* 44(3) [1990] 97-99; quoted as paraphrased in Kurzke 1990.
- V. Packard, 1962: *Die geheimen Verführer (The Hidden Persuaders)*.

- G. Ritzer, *The McDonaldization of society: an investigation into the changing character of contemporary social life*, Thousand Oaks, CA: Pine Forge Press, revised edition, 1996.
- J.-P. Sartre, *L'être et le néant*, Paris: Gallimard, 1943.
- \_\_\_\_\_, Interview, in: *Der Spiegel*, 29/1968.
- A. Smith, *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*, ed. By J.E.Thorold Rogers, Oxford: Clarendon Press, 1880 (2 vols.).
- W. Welsch, *Ästhetisches Denken*, Stuttgart: Reclam 1990 (4th ed. 1996), 19