

TELEVİZYON: DÜŞ MÜ ? GERÇEK Mİ?

Doç.Dr.Nurçay TÜRKÖĞLU
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
İletişim Fakültesi

Teknolojinin bulunduğu her yeri iyi ya da kötüye doğru mutlaka etkilediği savını fazla ileriye götürenleri uç iyimserlikler ya da uç karamsarlıklar karşılar. Televizyon her eve giren bir "mediator" olduğundan bu yana içimizdeki teknolojinin, üstelik hareketli görüntü canlılığıyla bir hedef noktası olmuştur. Aşağıda sunduğumuz Anders ve Rabassiere çevirilerimiz bugün bile zevkle okunan bir tartışma zemininin başlangıcıdır.

TELEVİZYONUN DÜŞ DÜNYASI / Gunther Anders

I

Çağdaş kitle tüketimi, tek tek uygulamaların bir bütünüdür; her tüketici, kitle insanının üretiminde çalışan ücretsiz eviştir.

Radyo ve televizyonun kültürel muslukları her evde standart gereç haline gelmeden önce Smith'ler, Miller'lar kendileri için üretilen basmakalıp kitlesel ürünleri topluca tükettikleri sinema salonlarını dolduruyorlardı. Kitlesel üretimin biraraya gelmiş kitle tarafından tüketilmesi gerektiğini düşünenler yanılmaktadır. Bir metanın aynı anda olabildiğince çok tüketicinin hoşuna gitmesi kitlesel üretimin asıl amacının işine yarar. Bu tüketimin "gerçek ortaklık deneyimi" mi yoksa bireysel deneyimlerin bir toplamı mı olduğu kitle üreticisi için farklı bir konudur. Üreticinin istediği fiziksel olarak biraraya gelmiş, yoğun bir kitle değil, olabilecek en geniş tüketici sayısı ile parçalanmış ya da atomize edilmiş bir kitledir; tüm tüketicilerinin üretilmekte olan benzer bir isteği temel alan benzer ürünleri satın almalarını ister.

Pek çok endüstride bu ideal durum az çok elde edilmiştir. Sinema endüstrisinin bunu başarabilmesi ise kuşkuyla görünüyor. Çünkü sinema, tiyatro geleneğini sürdürmektedir: ürettiği meta geniş bir izleyici tarafından anında tüketilmek üzere düzenlenmiş bir görünümdür. Böylesi bir durum geçersizdir. Kuşkusuz radyo ve televizyon endüstrileri, televizyonun hızlı gelişimine karşın sinema ile rekabete girebilirdi: tüketilecek metaya ek olarak tüketilmesi için gereken oyunlar, beceriler, sinema filmlerinde olmayan hemen herkese satılabilme becerileriyle bu iki yeni endüstri pazarlama olanaklarından yararlanmaktadır. Bundan böyle Smith'ler, Miller'lar eskiden sinema salonlarında birlikte geçirdikleri akşamları evlerinde geçirmeye başladılar. Sinema salonunda gerçekleştiği varsayılan durum, yani kitlesel ürünün kitle tarafından tüketilmesi, ortadan kaldırılmıştır. Bunun kitlesel üretimin yavaşlaması anlamına gelmediğini, dahası kitle insanı için kitlesel üretimin, kitle insanının kitlesel üretiminin kendisi tarafından hızlandırılmakta olduğunu söylemek bile gereksiz. Milyonlarca dinleyici zaten eş ürüne hizmet etmekte; her birine bir kitle insanı, "belirsiz bir nesne" olarak davranılmakta; her biri kendi karakterinde -ya da karaktersizliğinde- bir kitle insanı olarak kabul edilmekteydi. Ama bu değişiklikle alıcıların kitlesel üretimiyle toplu tüketim aşırı bir durum aldı. Smith'ler kitlesel ürünleri ailece hatta tek başlarına tüketir oldular. Daha çok izole olup, daha çok kazanç kapısı oldular. Kitlesel üretilmiş "hermit" (=münzevi) yeni bir insan tipi olarak ortaya çıktı ve şimdi birbirinden ayrılan ama hâla birbiriyle bağdaşık milyonlarcası evlerinin hücrelerinde kalıyorlar. Amaçları dünyadan vazgeçmek olmasa da ekrandaki dünyanın en küçük kırıntısını bile kaçırmamak için çırpınıyorlar.

Bir kuşak öncesine dek üstünlüğü su götürmeyen endüstriyel merkezileşme ilkesinin artık büyük ölçüde stratejik nedenlerle yerini dağılım ilkesine bıraktığı biliniyor. Bu dağılım ilkesinin kitle insanının üretimine de uygulandığı ise gözardı ediliyor. Dağılmış tüketim üzerine hep konuşulur ya, üretim için de aynı şeyi söyleyebiliriz. Çünkü bu durumda ikisi de birbirine uygun düşüyor.

Materyalistik anlamında değil ama Alman atasözünde olduğu gibi "Mensch ist was er isst" (insan ne yiyorsa odur): kitle insanı kitlesel malların tüketimi yoluyla üretilmektedir. Böylece kitlesel metanın tüketicisi, kendi tüketimiyle, kitlesel insana dönüşümüne yardım eden işçilerden biri haline gelmektedir. Diğer bir deyişle tüketim ve üretim uyum içindedir. Tüketim "dağılmış" ise kitlesel insanın üretimi de öyledir. Ve bu üretim, tüketimin olduğu her yerde -her radyonun, her televizyonun önünde gerçekleşmektedir.

Boş zamanda kendisine sunulan kitlesel ürünü tüketmesiyle kendisini kitlesel insan haline dönüştüren işi uyguladığı için herkes, deyim yerindeyse bir ev işçisi -alışılmadık bir ev işçisi- olarak kullanılmaktadır. Eski ev işçisi tüketim eşyasını ve boş zamanını en az düzeyde karşılamak üzere meta işlerdi. Çağdaş ev işçisi ise kitlesel insanın üretimine yardımcı olmak üzere boş zaman ürünlerini en yüksek düzeyde tüketmektedir. Paradoksu tamamlamak için ev işçisi yaptığı iş için ücret almak yerine kullandıkça kitlesel insana dönüştüğü ürünü (alıcı setlerini, çoğu ülkede yayın kanallarını) satın almak için para ödemek zorundadır. Diğer bir deyişle kendisini satmak için para ödemektedir: üretilmesine kendisinin yardımcı olduğu esaretin karşılığını vermesi gerekmektedir.

Bu sonuç çok abartılı bulunabilir. Herkesin kabul edebileceği gibi günümüzde istenen kitlesel insanın üretimi için insanların kitle halinde toplanması gerekmemektedir. Her bir kişinin bireyliği silinip akılcılığı kendi evinde düzeysizleştirildiği için, Le Bon'un kalabalık psikolojisi üzerine görüşleri yanılıya uğramaktadır. Kitlelerin Hitler'in yaptığı gibi bir araya getirilecek biçimde düzenlenmesine gerek kalmadı. Bir insanı hiç kimse (ve hiç kimse olmaktan gurur duyan biri) haline dönüştürmek; kitle içinde sesini kısmak ya da kitle örgütünün gönüllü gerçek bir üyesi yapmak gerekli değil artık. İnsanı kişisizleştirme, insansal güçlerinden yoksun bırakma yöntemlerinden hiç birisi kişinin özgürlüğünü ve kişilik haklarını korur gibi görünen yöntemlerden daha etkili değildir. Dahası bu koşullanma her bireye kendi evinin yalnızlığına, milyonlarca hücrel ev içine ayrılarak aktarırsa başka bir şeyle kıyaslanmayacak kadar başarılı olur. Bu koşullanma "eğlence" görünümü altında gizlendiği için kurbandan herhangi bir şey bağışlamasını istemez gibi görünür; olay kişinin kendisini kendi özelliği, en azından özel evi konusunda yanıltmayı sürdürdüğü bu durum tam bir giz olarak kalır. Eskilerin "insanın kendi evi altın kadar değerlidir" deyişi yeniden ama tümüyle yeni bir anlamda gerçekleşmektedir. Bugün için ev yalnızca kendi sahibi için değil, ev sahiplerinin sahipleri için, ev sahibine her gün hizmet eden radyo ve televizyoncular için de değerlidir.

II

Radyo ve televizyon ekranı kötü bir aile masasına; aile minyatür bir izleyici kitlesine dönüştü.

Kitlesel tüketim pek de sanıldığı kadar doğru adlandırılmıyor. Çoğu zaman -ikiyüzlülükle- ailenin yeniden doğuşu olarak da sunulduğu oluyor.

Gerçekte burada tartışılan kitlesel tüketim tipi, aile yaşamının birlikteliğini beslemek kılıfı altında aileyi tehdit etmektedir. Çünkü şimdi evde baskın olan, televizyon sayesinde gerçek ya da kurgusal bir dış dünyadır. Bu dış dünyanın ev içindeki hakimiyeti öylesine sınırsız ki, evin gerçekliği yalnızca dört duvar ve mobilya değil, tam olarak paylaşılan aile yaşamı da geçersiz ve düşsel hale gelir. Uzak olan yakınlaşınca yakın olan da uzaklaşır. Düş gerçeğin yerini alınca gerçek de düş haline gelir. Ev bir "kutu" haline gelir, işlevi dış dünya için bir görüntü ekranını kapsamaktan başka bir şey değildir artık. Düşün egemenliği evin egemenliğini yener; üstelik hiç bir çatışma şansı olmadan. Televizyon seti eve girdiği anda başarıya ulaşır: gelir, görür ve fethe-der. Önceleri tavan delik deşiktir, duvar saydamlaşmaya başlar, aile bireyle-ri birleştiren çimento dökülür, paylaşılan özellikler parçalanır gider.

Yıllar önce ailenin toplumsal damgası; oturma odasının ortasında ailenin toplanma noktası görevini yapan ağaç masa çekicilik gücünü yitirip terkedilmeye yüz tutmaya başlamıştı. Sonunda oturma odası masası çağdaş evlerden kaldırılmıştı. Otantik ardılını şimdi buldu. Toplumsal simgesi ve inandırıcılık gücü önceki masayla karşılaştırılabilen bir mobilya parçası olan televizyon oldu bu ardıl. Ancak bu durum televizyon setinin aile merkezi olduğu anlamına gelmez. Tam tersi televizyonun yaptığı daha çok ailenin eski merkezietçiliğini parçalamaktır. Böylece tersine dönmüş bir aile masası olduğunu söyleyebiliriz. Ortak bir merkez değil, ortak bir kaçış alanı sağlayarak yapar bunu. Masa merkeze yaklaştıran bir gücü; varlığıyla çevresinde oturan aile bireylerinin ileri-geri giden ilgi, bakışma ve konuşma mekiği gibi aile yaşamı giysisine bürünmelerini sağlıyordu. Televizyon ekranı ise merkezden uzaklaştırıcı bir etki yapar. Ekran karşısına oturma yerleri öyle düzenlenmiştir ki aile bireyleri yüzyüze gelemezler; birbirlerine ancak ekrandaki birşeyleri kaçırma karşılığında bakabilirler; yalnızca rastlantısal olarak konuşabilirler, hâla birbirleriyle konuşabiliyorlarsa ya da konuşmak istiyorlarsa! Artık birlikte değildirler, yalnızca izleyiciler olarak yanyana otururlar.

Orada biçimlendirdikleri ya da paylaştıkları bir dünyadan söz edilemez. Aile bireylerinin birlikte yaptıkları tek şey hiç bir zaman bütünleşmiş bir aile grubu olarak değilse de, gerçek dışı bir alanda, aslında hiç kimseyle paylaşmadıkları bir dünyada gezintiye çıkmaktır.

Bu dünyanın içinde kendileri de aslında yer almamaktadır. Paylaşsa-

lar da onlara benzeyen ve onlarla aynı anda televizyon ekranlarının karşısında olan milyonlarca kitlesel tüketim "solist"leriyle paylaşabilirler. Aile minyatür bir izleyicikitles, evminyatür bir sınımasal onuhaline dönüştürülmüş tırtık.

III

Çünkü alıcı setleri bizim yerimize konuşur, bizi konuşmanın gücünden ayırarak edilgen dayanaklara yöneltir.

Televizyon izleyicilerinin hâla konuşma isteğine ve yeteneğine sahip olsalar bile birbirleriyle ancak rastlantısal olarak sohbet ettiklerini söylemiştik. Radyo dinleyicileri için de bu durum geçerlidir. Konuşma istek ve yetenekleri günden güne azalır. Gerçek anlamda sessizleşmezler ama konuşkanlıkları tümüyle edilgen bir hale dönüşür. Alıcı setleri yanımızda konuştuğça bizim konuşma yeteneğimizi, konuşma olanaklarımızı ve hatta kendimizi dışı vurma zevkimizi giderek bizden çalıyor. Tıpkı gramofonun ve radyonun evlerimizde yaptığımız canlı müziği çaldığı gibi.

Hudson, Thames ya da Tuna sahillerinde taşınabilir radyoyla gezinen sevgililer birbirleriyle konuşmayıp bir üçüncü kişiyi dinlerler. Peşlerine takılan, daha doğrusu kendilerinin bir çift köpek gibi peşine takıldıkları halkın sesini, genellikle kimliği belirsiz programın sesini dinlerler. Yayının sesini izleyen minyatür bir izleyici oldukları için yalnız başlarına değil, bir üçüncü kişinin eşliğinde yol alırlar. Yakın konuşmalar kısa zamanda bırakılır ve sevgililer arasında oluşan içten bağlantılarda kendileri tarafından değil, bu üçüncü kişi tarafından, sevgililere neyi nasıl hissedip yapacaklarını anlatan programın sert ve emredici sesi tarafından sunulmaktadır. Bir üçüncü kişinin huzurunda kendilerine söyleneni akustik açıdan düşüncesizce yapmaktadırlar. Boyun eğişleri sevgililere eğlendirici gibi görünse de, sevgililerin birbirlerini eğlendirmedikleri, ikisinin de yalnızca sesi olan bir üçüncü kişi tarafından eğlendirildikleri kesindir. Bu ses onları yalnızca meşgul edip oyalayarak eğlendirmekle kalmaz, destek de sağlar. Birlikte oldukları üçüncü kişi olarak neler yapabileceklerini bilmedikleri için birbirlerine veremediklerini vererek onlara yardım eder. Gerçekte bugün sevişmenin bile radyo eşliğinde olduğu gerçeğini açıkça kabul etmeliyiz. Olabilecek her durumda benimsenen ve istenen radyo, eskilerin aşklarına tanık olmasına izin verdikleri, çağırdıkları elinde meşale taşıyan yol gösterici kadını anımsatıyor. İki durum arasındaki ayırım, çağdaş yol göstericinin toplum yararına düzenlenmiş olmasıdır. Öyle ki meşalesi yalnızca ışık değil sıcaklık sağlama görevini de üstlenir. Hiç bir zaman ağzını kapamamalıdır, tam tersi hep konuşması beklenir. Şarkı ve

sözcüklerden oluşan bir gürültü fonu sağlayıp, sevgilileri sevgi eylemi içinde bile pençesinden bırakmayan dehşetli boşluğu kapatması gerekir. Bu sevişme olayı yalnızca en çarpıcı örneklerden biridir. İnsanlar her durumda, çalışırken bile benzer biçimde "eğlenmektedirler"; yanlışlıkla birbirleriyle konuşmalar geri planda baş kahraman olarak radyo sesi onların söyleyecekleri bitse, hatta bu dünyadan göçseler bile konuşmanın süreceği yolunda rahatlık ve güven duygusu vererek konuşur. Onlara göre sözcükler artık konuşan değil sanki duyan birşeydir. Konuşma artık birisinin yaptığı değil aldığı bir şeydir. Konuşma olmadan varolan bu gelişmenin yer aldığı her türlü kültürel, politik ortamda radyo ve televizyon sesinin sona eriştiği aynı sonucu doğurur. Uzun zaman konuşmadığı için söyleyecek bir şeyi olmayan, hep dinlediği için dinlemekten başka bir şey yapmayacak bir insan tipi ortaya çıkar. Bu gelişmenin ilk etkileri bugünden bellidir. Gelişmiş tüm ülkelerin dilleri kabalaşmış zayıflıyor, dili kullanmaya karşı ilgi gittikçe azalıyor. Bu kadarla da kalmıyor, insan deneyimi ve insanın kendisi de gittikçe kaba ve zayıf bir hâl alıyor. İnsanın iç yaşam zenginliği ve duyarlılığı dilin zenginlik ve duyarlılığı olmadan süremez. İnsan konuşarak kendini dışa vurur ama aynı zamanda dilin bir ürünüdür.

IV

Dünyayı ancak evlerimizdeyken görüyoruz. Olaylar bize geliyor, biz hiç bir yere gitmiyoruz. İnsan doğasını böylesi bir dönüşüme uğratan tüketim malları tıpkı hava gazı ve elektrik gibi evlerimize girdi. Getirilen yeni öneriler müzik ya da radyo oyunları gibi sanatsal ürünlerle sınırlı değil. Güncel olayları, "gerçekliği" sunmak ya da yerine geçmek üzere seçilip işlenen olayları da içeriyor. "Balığı çok olan yerde" olmak için, dışarıda neler olup bittiğini bilmek isteyen kişi olayların musluktan akmaya hazır beklediği evine gitmelidir. Dışarıda gerçekliğin karmaşası içinde kalırsa bölgesel öneminden fazla "gerçeği" nasıl toplayabilir? Ancak kapıyı arkasından kapattıktan sonra dış dünya gözüne görünebilir. Ancak penceresiz monadlara dönüşürsek evren bize kendini yansıtabilir.

Bu durum bizi konumuzun odak noktasına getiriyor. Günün olayları, olayların kendileri değil raporları; futbol maçları, kilise hizmetleri, atom patlamaları, bizi evimizde ziyaret eder. Dağ peygambere, dünya insana gelir. Kitlese olarak tek başına yaşayan insan üretimine ve ailenin minyatür bir izleyici kitlesine dönüştürülmesiyle birlikte bu gerçek, radyo ve televizyonla getirilen kökten bir değişimdir.

Bu değişimin gerçek dűşünsel içeriği aşağıda deneysel olarak sıraladığımız bazı sonuçları doğuruyor:

1. Bizim gitmemiz yerine dünya bize gelirse artık "dünyanın içinde" değil, dünyanın dışında, yalnız, kayıtsız, edilgen tüketiciler oluruz.
2. Dünya bize yalnız bir imge olarak gelirse, yarı-var, yarı-yok, dięer bir deyiřle dűř-gibidir, biz de dűřselleřiriz.
3. Biz onunla konuşmadan dünya bize seslenirse konuşmaktan yoksun bırakılmış, tutsak kalmış oluruz.
4. Dünya kavranılabilir ama eyleme konu olmazsa, gizlice dinleyenlere, gözetleyenlere dűnűřürüz.
5. Belirli bir yerde oluşan olay yayınlanırsa, bir başka yerde "yayın" olarak belirirse, yer değiştirebilir, hemen her yerde bulunabilir bir nesne durumuna gelir. Kendi uzak bűlgesini, "principium individuation"ını bırakmış olur.
6. Olay belirli bir yere bağlı kalmazsa ve pek çok kez yeniden üretilebilirse basma kalıp bir ürün niteliği kazanır; evlerimize getirilmesi için ۆdemeęe bulunduğumuzda bir meta haline gelir.
7. Gerçek olay yalnızca yeniden ۆretilmiř biçimiyle bir görünüm olarak toplumsal ۆnem taşırsa, oluř ve görünűř, gerçeklik ve gerçekliğin imgesi arasındaki ayırım ortadan kaldırılmış olur.
8. Yeniden ۆretilmiř biçimiyle olay, ۆzgűn olaydan daha çok toplumsal ۆnem tařırsa ۆzgűnlük yeniden ۆretim açısından biçimlendirilme-lidir, yani olay ana kalıp ya da kendi yeniden ۆretimlerinin dűkűmű için bir kalıp haline gelir.
9. Dünya deneyimleri bűylesi basmakalıp ürünlerde benimsenerek işlendiği zaman içinde yaşadığımız dediğimiz bu dünya kavramı bir kenara bırakılır, idealistik bir yönlendirme yapılır yayınlarla.

V

Dünya evlerimize getirildiği için araştırmak zorunda kalmayız; dene-

yim edinmeyiz. Çağdaş insan ancak başka çare yoksa yolculuk eder. İnsana gelen bir dünyada insan incelemek ya da deneyim edinmek için dünyaya gitmek zorunda değildir. Deneyim diye adlandırılan olay gereksizleşir. Yakin zamanlara dek "dünyaya gitmek", "deneyim edinmek" deyimleri önemli antropolojik tanımları gösteriyordu. İnsan göreceli olarak içgüdüleriyle pek az beslendiğinden bu yana, içinde kendi yerini bulabilmek için dünyayı "a posteriori" (sonradan) tanımak ve bilmek durumunda kalmıştır. Ancak bu yolla amacına ulaşış "deneyimli" olacaktır. Yaşam bir araştırma yolculuğu içinde oluşmaktadır. Bunun içindir ki büyük Erziehungsromane (eğitsel roman) insanın dünyayı tanımak için -her zaman dünya içinde yolculuk etmesi gerektiğinden söz etmiştir. Günümüzde dünya insana bir imge olarak geldiği için araştırmayla uğraşmak zorunda değildir. Böylesi araştırmalarla ve deneyimlerle uğraşmak gereksiz görülür. Tüm gereksiz işlevler geçerliliğini yitirdiğinden araştırmalarla ve deneyimli olmayla uğraşmaz. "deneyimli adam" tipinin gittikçe azaldığı, yaş ve deneyimi değerli görme eğiliminin çok az olduğu açık bir gerçek. Hızlı koşan piyadeler gibi artık yollara gereksinimimiz yok. Bunun için de, eskiden araştırdığımız ve bizi deneyimli kılan dünya yolları üzerine pek az şey biliyoruz. Bununla birlikte dünya aşılabilir bir çöl haline geliyor. Eskiden yolculuk yaparak biriktirdiğimiz deneyim yerine bugün dünya gelecekte kullanılmak üzere bir kenara konmuş bir meta gibi. Dünya bizim için "depolanıyor"; olaylara gitmek zorunda değiliz, olaylar önümüzden geçiyor.

Çağdaşlarımızın bu portresi başlangıçta çarpıtılmış gibi görünebilir. Özü yolculuk etmek olan insanın sembolü olarak otomobil ve uçak görülürdü. Acaba hâla böyle mi? Çağdaş insan gezdiği bölgelerde yolculuğuna gerçekten ya da başkası yerine duyduğu ilgiden dolayı değer vermediğinden; deneyimli olmak için değil, her yerde olmak ve hızlı değişime açıklığını gidermek için yolculuk eder. Şu da var ki, hareket hızı kişiyi deneyim edinme şansından yoksun bırakmaktadır. Hız adeta kişinin kendi başına elde edebileceği tek deneyimdir. Deneyimli olmaya yarayacak ve deneyime katkıda bulunabilecek nesne sayısı, dünyayı sabitleştirme yolunda kişinin başarılı çabalarıyla sürekli artarak insanın bugün deneyimi olmadan hangi karaya çıkacağını evindeyken hissedebilmesini sağlayan bir araçtır hız. Bu gerçeğin sözü bile edilmez. Tanınmış bir havayolunun "billboard"ları taşralık ile evrenselliği bütünüyle birbirine karıştırarak müşterilerine şu sözlerle sesleniyor: "Bizim servisimizi kullanırsanız her yerde evde olursunuz". Her yerde evde olmak: bugün her gezi, Kuzey Denizinin üstünde uçarken bile elektrikle ısıtılmış kabininde rahatlıkla uyuyabilen insan için de "heryerdeliği" elde etmek eskimiş, geçersiz, rahatsız bir yöntemdir. Çağdaş insan yine de bu

yöntemi kullanır çünkü tüm çabalarına karşın evine getirilenleri, doğal hakkı olarak gördüğü bir şeyleri elde etmede henüz tam olarak başarılı olamamıştır.

Böyle bir durum varlık biçimine, dünya ile Descartes'ın hain iblisinin bile aldatıcılıkta boy ölçüşmeyeceği olağandışı bozuk bir ilişkiye işaret eder. Böyle bir varlık biçimi iki yolla "idealistik" olarak anlatılabilir:

1. Gerçekte yabancılaşmış bir dünyada yaşasak da bu dünya bizimmiş, bize benziyormuş gibi, bizim için var olmuş gibi bir yaklaşımla sunulmaktadır.

2. Evde zincirlerimizle otursak da, dünyayı böyle "alıyoruz" işte. Gerçekte yiyip bitiren bir canavar ya da fatih olarak "almıyoruz". Gerçekten sahiplenmiyoruz da. Ama ortalama radyo dinleyicisi ve televizyon izleyicisi kendisine hizmet eden dünyaya kendisininmiş gibi yeniden üretilen sesler ve görüntüler olarak bakar. Sonuçta düş dünyasında gezinen bir Peeping Tom (röntgenci) haline gelir.

VI

Radyo ve televizyonla evlerimize getirilen dünya bayağılaşmış, zevksizleşmiş bir dünyadır; sözde yakınlık bir yabancılaşma görünümüdür.

Yabancılaşmanın köken ve belirtilerini burada tartışmayacağız. Konunun literatürü ayrıca ele alınmasını gerektirecek kadar önemlidir. Burada sorgulanan temel algılama yabancılaşmanın içinde oluşmaktadır. Radyo dinleyicisi ve televizyon izleyicisi yabancılaşmış bir dünyada yaşamalarına karşın herkesle ve herşeyle büyük bir bağlılık içinde durduklarına inandırılmışlardır.

Tanımadıkları bir dünya hakkında bilgi edinmeye davet edilmezler. Bunun yerine insanlar, ülkeler, durumlar, olaylar ve bunlardan özellikle kendisine yakın olanlar, sanki her zaman biliyormuşçasına sunulmakta, önünde zevksizleştirilmektedir.

Kapı komşularımız bizi tanımazken ve onlarla aramızdaki uzaklık yıllarca köprüsüz kalırken, kişisel olarak hiç karşılaşmadığımız ama sayısız kez gördüğümüz ve ruhsal, fiziksel özelliklerini, birlikte çalıştıklarımızdan daha fazla bildiğimiz film yıldızları kızlar, eski arkadaşlarımız, ahbablarımız gibi görünürler. Otomatik bir yakınlık içinde bu kişileri ön adlarıyla anarız.

Böylesi bir durum oluşturmak, program tüketicisinin dünyaya tanıdık, bildik bir şey gibi davranmasını gerçekleştirmek için tele-imge eski bir ahbab gibi gönderilmelidir. Gerçekte her yayın bu dostça niteliği taşır. Düğmeyi çevirdiğim an benden binlerce kilometre uzakta olsa bile başbakanla şöminenin yanında oturup gevezelik etmeye başlarım. Üstelik bu yakınlık milyonlarca kişi tarafından yaşanır. Bayan sunucu ekranda görüldüğü zaman benimle sanki candan dostuymuşum gibi tümüyle samimi bir ses tonuyla konuşur. Aynı anda tüm erkeklerin de sevgilisidir.

Hepsi çok cana yakın, pervasız konuklar yanıma gelip beni onlarla dertleşmeye hazır bulurlar. Evime getirilen bu insanlardan herbirini gayet iyi tanırım. Ve bu yalnızca kişiler için değil, herşey için, tüm dünya için geçerlidir. Nesnelere, mekânlar, olaylar, durumlar; herşey dudaklarında dostça bir gülümsemeyle yanıma gelir. Yalnızca film yıldızlarıyla değil uzaylılarla da içli-dışlı olduk. Tıpkı Marilyn ve Rita gibi "tatlı Cassiopeia"dan söz ediyoruz. Üstelik bunu şaka olsun diye de yapmayız. Sokaktaki adam da bilim adamları da uçan dairelerle eğlenen başka gezegenlilerin tıpkı bizim gibi olduklarını, gezegenlerarası yolculuktan başka dertlerinin olmadığını söylemeleri başka nasıl açıklanabilir? Demek ki evrende var olan herşeye "bizim cinsimizdenmiş" gibi bakmaktayız. Bu aslında ilkel uygarlıklardaki gibi bir antropomorfizm işaretidir. Ürküntü verici bir şey bu. Evreni basitleştirip yalınlaştıranlar, doğayı bizim düzeyimize indirmezlerse satamayacaklarını, kazançlı bir fırsatı kaçıracaklarını gayet iyi biliyorlar. Ama biz, tüketiciler, gerçek bir dostluk ve kimlik saptama sorgulaması yapmadığımız için gezegenimizdeki ve evrendeki herşeyin eğlence arkadaşı olmaktan öte gidemiyoruz.

Uzaysal uzaklıkta olan şeyler ve kişiler için söylediklerimiz zamansal uzaklıkta olanlar için de geçerlidir. Geçmiş de zevksizleştirilmiştir. Tarihsel filmlerden hep söz edilir, ben burada bunu yapmayacağım. Ama ciddi, parlak yazılmış akademik bir Amerikan kitabında bile Socrates "ne adam ama" olarak geçiyor. Yani söylemeye bile gerek yok; okuyucu "ne adam ama" olduğu için büyük insanı okuyucuya yakınlaştırmak için yapılan bir sınıflama içine konmuş. Bu niteleme okuyucuya bilinçsiz bir doyum verir. Öyle ki Sokrates uzak bir geçmişte yaşamış olmasaydı aslında bizim gibi olacaktı; bizim söylediklerimizden pek de farklı şeyler söylemeyecekti ve hiç bir zaman bizimkinden daha büyük iddiaları olmayacaktı.

Tarihsel filmlere tepki gösterenler, tarihsel figürlerin gülünç gösterilmesine karşıdır. Gülünç sunumlarıyla tarihsel figürler zaman içinde geli-

memiş yaratıklar, hatta taşralılar gibi görünürler. Tarihin köylü cahilleri ya da boş inançlı orman insanları gibi davranırlar; onların zamanına dek yapılmış her elektriksel buluşa kendi zavallılıklarının bir göstergesi olarak bakarlar. Sonunda kendilerini kesinlikle çok özel bir şeymiş gibi gördükleri için, çağdaşlarımızın pek çoğuna göre tarihsel figürler isyankâr, kuşku verici belirsiz yaratıklar gibi görünür. Nedense, bugünkü zamanda yaşamayı seçen akli başında insanlara benzemeyerek, geçmişin kovuklarında yaşamayı tercih ederler. Bazı Mark Twain uyarlamalarında bu durum çok gülünçtür. Ama geçmişin büyük adamlarına "ne adam ama", belirsiz adam ya da taşralı olarak bakılıyorsa, bu sınıflandırmalar yakınlık sağlar, ahbaplıkları çeşitlendirir.

"Bizim Sokrates" in tipik durumunda olduğu gibi, buradaki nitelikle kesinlikle, geçmiş ve şimdiki zamanın tüm devlet vatandaşlarının eşitliği savına ulaşmış olan İnsan Hakları Bildirisinde oluşturulan "tüm insanlar eşit doğar" politik ilkesine dayandırılmaktadır. Eşitlik ilkesinin böylesine uzatılması yanlış bir tarihsel yakınlık önermekle kalmayıp, herşeyden önce Sokrates'in özü "bizim cinsimizin" bir algılamaya yol açmaktadır. Nesneyi yakınımıza getirmeyi amaçlayan yöntem, gerçekte nesneyi örtmeye, yabancılaştırmaya ya da hepsini birden yapmaya hizmet vermektedir. Tarihi bir kez gönül eğlendirici bir arkadaşlığa indirerseniz "qua" (kendiliğinde) tarih olan varlığını gerçekte yitirir. Ve belki de bu, dünyanın tüm çeşitliliği ve çeşitli uzaklıktaki bölgeleri eşit olarak yakınımıza getirilirse gözden kaybolacağı yolundaki genel tezimizden daha vahim bir şeydir.

TELEVİZYONU SAVUNMAK / Henry Rabassiere

Flaman köylülerinin eğlencelerini görüntüleyen Brueghel bu eğlenceleri hayvanca, bayağı, şiddetli, kaba, belki de sersemce bulmuş olabilir. Ama yağlıboya resimlerinde köylülerin feodal lordlara boyun eğmesini sağlamak için popüler kültür yaratmaya çalıştığını kimse düşünemez. Sofu keşişler şeytanı suçlayabilirler ama ciddi tarihçiler bugün böyle görümlere aldırılmazlar. Bunlar boş inançlardır. Gunther Anders'e göre (Dissent dergisinde 1956 Kış sayısındaki makalesine göre) kâr amacıyla aldatarak ve alışkanlık yaratarak televizyon yoluyla üzerimizde karanlık işler çevrilmektedir:

1) "Kitle üreticisi....olabildiğince geniş tüketici sayısına ayrılmış bir kitleye gerek duymaktadır; tüm tüketicilerin birarada, tek ve aynı ürünü tüketmeleri istenmez (hep birlikte sinema salonunda bir filmi

izlemek gibi); herkesin birbirinden farklı ürünler satın almasını ister" (ayrı ayrı televizyon izlemekte olduğu gibi)

2) "Nesneyi yakınımıza getirmeyi amaçlayan yöntem, gerçekte nesneyi örtmeye, yabancılaştırmaya ya da bunların hepsini birden yapmaya hizmet vermektedir"; bunun nedeni de makalenin başlığının söylediği gibi, kapitalizmin bir "düş dünyası" içinde yaşayan gerçek dışı konulara gerek duymasıdır.

3) "Kitle insanının kitlesel üretimi kendisi tarafından hızlandırılmaktadır": bize yapılanların ayrımına varmadan televizyon izlemekle kalabalık haline geldiğimiz söyleniyor. Birinci sav, elektronik endüstrisinin televizyon alıcılarının satışıyla ilgilenmesini öyle yıkıcı bir saptamayla dile getiriyor ki, sanki otomobil ve buzdolapları "düş" yardımı olmadan satılabiliyormuş da ancak televizyon düşlere sesleniyormuş sonucu çıkıyor. Yazarımızı rahatsız eden gerçek düş, gri ekranın arkasındaki küçük adamdır. Oraya nasıl gelmiş, bunu kavramak zor. Birisi onu oraya koymak için para ödediğine göre bu bir "meta" olmalıdır. Bu mantukla böylesi bir malın sinema salonunda yüz kişi tarafından görülmesi daha az kazanç getirecek, aynı görünümün yüz küçük ekranda yüz kere gösterilmesinden daha az anamalı olacaktır.

Tüm bunlar teknolojiyi yanlış anlayan zayıf ekonomi bilgisi ve ilkel bir toplumbilim anlayışından başka bir şey değildir. Bir televizyon programı tıpkı sinemalar gibi aynı ürünü geniş bir kitleye sunar. Her iki durumda da giriş ücreti, bedel ve kazanç temeli üzerinden hesaplanmaktadır. Başka girişimler gibi eğlence endüstrisi de müşterilerini değil, ürünün satış değerini hesaplar, kaç parçaya bölüldüğü önemli değildir. Ama daha kötüsü, "kitlesel üretimci" gereksinimini müşterilerin arzusuna göre nasıl değiştirmiştir? Bazı çağdaş buluşların endüstriye bir nimet gibi gelmesi üzerine söylenecek bir şey var; Mr. Anders tümüyle farklı bir şey anlatıyor. Bu buluşlar öylesine ciddi düşünülmüş ve biz tüketiciler öylesine koşullandırılmışız ki, bu maddeler en yüksek kazançla satılabilmekte. Buyurucuların kudretine öyle inanır ki; kitlesel üretim, der Mr. Anders, öyle tasarlanmıştır ki "kitlesel tüketim kitle insanını üretir." Bu "aperçu" (genelleme) doğrusu müthiş bir şey. Kuram olarak dersiniz kafa karıştırmaktan başka işe yaramaz. Şu tümceyi ele alalım: "Eski ev işçisi tüketim eşyasını ve boş zamanını en az düzeyde karşılamak üzere meta işler, çağdaş ev işçisi ise kitlesel insanın üretimine yardımcı olmak üzere boş zaman ürünlerini en yüksek düzeyde tüketmektedir." Birinci "üzere" çalışanın amacını belirtir; ikinci "üzere" nedense, Demir Ökçe'nin gizemli gücünü anlatır. Sonraki duruma daha uygun olsun diye şöyle

denebilirdi: "Eski ev işçisi, kendisini daha çok meta işlemeye zorlayan toplumsal koşulları üretmek üzere meta işlerdi..." Bu durumda hâla ilkel toplumbilimi sürdürürdük ama hiç olmazsa üretim toplumunun kötülükleriyle, tüketim toplumunun kötülüklerini karşılaştırmış olurduk.

Son alıntıda olduğu gibi Mr. Anders yazısı boyunca sürekli olarak geçmişî idealize hatta idillize etmektedir. Lord'un üzümlü bağındaki asil işçi, dünyevi ve ruhani efendileri tarafından yönetilmiyordu sanki! Büyük ağaç masanın çevresinde toplanmış mutlu ailenin dokunaklı tablosu ise trajedileriyle ondokuzuncu yüzyıl edebiyatına ne çok malzeme vermiştir. Nehir kenarında dolaşan sevgililer de radyodan önce Cyrano'yu okuyorlardı herhalde. Üstelik hiç bir delikanlı kızı elde etmek için öyle şair sesine ya da müziğe filan bel bağlamaz. Geçmişin kahramanları politikayla uğraşmaz, kendileri için savaşa giderlerdi; sirke gitmez, sefalet romanları okumazlardı, dünya hakkında bilgi edinmek için gazetelere güvenmezlerdi, Napolyon ya da Mussolini'ye radyodan çok inanmazlardı. Sonuçta bu entellektüel devlerin dünyaya "idealistik" bir açıdan bakmalarına zaten gerek yoktu, ama onlara sınırlı bilgi edinme olanağı sağlayan tabloların ardındaki gerçekliğin her zaman ayırımındaydılar. Ne saçma! Kitle kültürüne yönelik bu suçlamalar Gutenberg kadar eskidir -Ovid'i bir kenara bıraksak da- Ortega y Gasset incelik getirmişti, Anders tüm ışıkların özgürce birleşerek parladığı Heidegger geçidinden yıldız çalıyor, parlaklığının nedeni bu.

Yeni buluşların dünya üzerindeki duygusal deneyimimizi kötüye kullanma ya da sakatlama olanakları yaratabileceğini kabul edelim; yine de kitle iletişim yöntemlerinin bilincimizi yanlış yöne yollamasını gerektirmez bu durum. Gerçek şudur ki, her dönemde toplumun üyelerinin tercih ettiği ya da tercih ettirildiği için gerçekleşen halk olayları vardır. Bu tercihi belirleyen gerçekliğin sağlanması için kurulan özel iletişim biçimleri vardır. Her dönemde insanlar dünya görüşlerini biçimlendirmek için öğretmenlerden, gezginlerden, resimlerden ve diğer ikinci el kaynaklardan yararlanmışlardır. Bugünün kitle iletişimindeki hareketlilik potansiyeli bilgi kaynaklarımızı karşılaştırmalı olarak kontrol etmemizi kolaylaştırdığı gibi, saptırmaları da zorlaştırmaktadır. Kentin duvarları olduğu gibi evin duvarları da yıkılmış, yere indirilmiştir; pazara uğur getirecek nazar boncukları, mağaralardaki koruyucu putlar paramparça olmuştur. Mr Anders bu eski ve sağlam duvarların, penates (: Lat. eski Romalılar ve Etrüsklerde aile ocadını koruyan tanrılar çn). koruyucularının yerini tiyatro putlarının gerçekdışı bir dünyayı aktardığı geniş perdenin aldığı ileri sürer.

Okuma ve görme arasındaki ayrımı küçümsemek istemiyorum. Basılı sözün kitleler tarafından neredeyse kutsal olarak kabul edilmesinin üstünden çok zaman geçmedi. Kaçışçı edebiyattan tabloidlere dek her dönemde insanlar kendi kayıtsızlıklarını sarsabilecek şeylerden çok, kendilerine güven verecek şeyleri okumayı yeğlemişlerdir. Bugün hiç kimse küçük ekrandaki görüntünün gerçek dünyayı sunduğunu düşünmez; herkes Başbakanın makyaj ve suflör kullandığını bilir; Noel babaya inanan çocuklar bile Hopalong Cassidy'nin oyuncu olduğunu bilir. Televizyon kamerası sürekli olarak, uygun açıları saptayan, en ilginç görüş noktalarını seçen yöneticinin isteğine göre deneyimli seyirciyi yönlendirir. Mr. Anders kamera yoluyla uçuş bucağı genişleyen algılama kapasitesini görmezden geliyor.

Aldanma olasılığı her zaman vardır ama bilerek ve isteyerek kötüye kullanıldığımızı, bilinçsiz telkin yoluyla koşullandığımızı her zaman söyleyemeyiz. Toplumumuzun idealleri eski Roma erdemleri kadar övgüye değer olmayabilir ama bunlarla yaşıyorsak suç televizyonda değil, popüler kültüre zemin hazırlayan değer aşınmasıdır. Çağı karakterize eden içerik yoksunluğu ve belirsizlik, kendini avant-garde olarak görmeyen seksen yıl önceki sanatçı kuşağı tarafından farkedilmeye başlanmıştı. Önceleri deneyim birikimimizde yüzeysellik görülmeye başladı, şimdi her yanımız popüler deneyimlerle dolu. Bu ortam içinde her yerde kötüye kullanılma söz konusu olabilir. Etrafımızı saranların bizi çekmek için oluşturulduğunu biliyoruz. Başka propaganda çeşitlerine bağışıklık kazandıkları gibi, bir kaç yıl sonra televizyon deneyimli insanları hiçbir şeye inanmaz hale gelebilirler. Satın aldığımız yanılmalarda -parfüm, sinema filmi, popüler şarkı, televizyondaki komedyen- bizi aptallaştırmaz; bilinçli olarak gerçek değil, yanılmalı oldukları bilinerek sunulup benimsenir. Düşler dünyasında yaşamın ötesinde tam bir hayal kırıklığı tehlikesi ile yüzyüzeyiz aslında.

Bu gelişmenin bir diğer yönü değerlerimizi yitirmemizdir. Bu duruma en az Mr. Anders kadar üzülüyorum. Ama yine, büyük ya da küçük ekranlarımızdaki savurgan gösteriler, kahramanlarımızın küçülmesinin nedeni mi yoksa göstergesi mi acaba? Cromwell ve Cortez'de olmayan ne vardı Hitler ve Stalin'de? Gary Cooper, Robin Hood'dan daha az mı gerçek? Bu konuda Mr. Anders, Sokrates'in televizyonda ve popüler bilim literatüründe bir arkadaş haline dönüştürülmesine haklı olarak dikkat çekiyor. Büyük adamların diyor, artık büyüklüklerine saygı duyulmuyor, bir görüngüler dünyasına sokuluyorlar; biricik varlıklarıyla değil, kafadarlar topluluğunun anlayabileceği biçimde tanınıyorlar. Serzenişini Aristophanes'e de yöneltebilir, kendi görüşlerini desteklemek için Plato ile başlayan tüm antik yazarları

anabilirdi. Hepsi de "profanum vulgus" (Lat. ayak takymy, aşığılık cahiller vb. halkı küçümsemek için kullanılan bir deyim çn). tarafından kuşatılmaktan yakınıyorlar; hepsi kendilerinden ve diğerlerinden nefret ediyor, insanların günlük zevklerini çok görüyorlardı. Sokrates'le tanışmak isterdim doğrusu; arkadaşlarıyla yiyip içmesini anlayışla karşılardım. Bu onun büyüklüğünü azaltmazdı. Mr. Anders'in heykelleştirmek istediği Plato'nun Sokrates'i tümüyle düzmece bir tablo, yani bir düş aslında. Milyonlarca insanın alışkın olması Sokrates'i basit bir meta haline mi getiriyor: "Olay...pek çok kez yeniden üretilebilirse klişeleşmiş bir ürün haline gelir, evlerimize gelmesi için ödemede bulunduğumuzda bir meta olur." Böylesi ilkel bir yanlışlığı yalnızca din adamına dönüşmüş profesyonel filozoflar yapar. Ben şimdi bir Rembrandt tablosunun baskısını satın alırsam, yeniden üretilen İsa'nın Emmaus'ta müritleriyle toplanması değil benzeridir. Ne olayın kendisi ne de Rembrandt'ın olay üzerine düşüncesi meta haline gelmiştir. Mr. Anders'in söylemek istediği, bir olayın meta haline dönüştürülmesi kadar da mistik değil. Belirli deneyimler -bir sanat çalışmasından hoşlanmak, büyük bir kişilikle görüşmek, derin anlamlı bir kitap okumak- aynen çoğaltılamaz.

Özgün gibi görünen yeniden üretim bize ancak özgün olanı anımsatabilir; canlı bir konserin ilginç bir anı ses bandın a kayıt edilemez; "sanat değerlendirme kursu" nda kendiliğinden algılama yerine öğrenerek algılama sağlanır. Böylesi bir ikâme doyum üreticileri gerçek nesne yerine kendi mallarını elbette bize kabul ettirmeye çalışacaklardır. Akıllı üreticiler film yıldızlarının gerçek aşk olaylarından bile yararlanabilir, ya da önceden kurulmuş ve "olay" ile birlikte verilen uygun duyguları giderek daha çok seven izleyiciye başkası yerine deneyimler oluşturmak için tüm örüntüden uygun öyküler yaratabilmektedirler. Önemli olan olayın çoğaltılması değil, bayağılaştırılması; deneyim iletişimi değil, kitle kültürünün bodur duyarlılığının yattığı deneyimlerin sindirilmesi sorunlarıdır. Benzer yollarla totaliter yönetimler siyasal sömürü için olaylar yaratabilirler. Politikaları genellikle kendi konularını sakladıkları düş dünyasını onaylamak için düzenlenmiştir. Bazen kendi fantazyaları yüzünden çökerler ve zafer yolunda ilerlediklerini sanırken uçuruma giderler. Başka her yerde kendi düş dünyasının modern çağ doğası üzerinde durmasına karşın Mr. Anders nedense totaliter söylemleri tartışmıyor. Bu makalenin daha geniş olan Almanca versiyonunda buraya ait olan önemli bir öykünme olgusundan söz eder. "Başlangıçta yayıncılık vardı" der alaycılıkla, "ve dünya ona uyduruldu". "İçimizden biri gerçek dünyayı araştırmaya kalkışsa...çok geçmeden düş kırıklığına uğrar. Orada özgün olduğu varsayılanların görünümüne öykünen taklitlerden başka bir şey bulamaz çünkü." Yayınlanmış olan parçanın Mr. Anders'i tam olarak yansıttı-

madığını düşünsem de yayınlanmamış bir şeye karşı tartışma açmak pek hoş olmayabilir. Yazar insan doğasına uygulanmak üzere ilginç bir bilinç kuramı geliştirmeye çalışıyor. Şimdi eskisinden daha açık, gözle görülebilen algılama özellikleri bulma iddiasında. Bu hiç de yeni bir buluş değil. Şimdiki toplumun özellikleri bunlar. Bilginin toplumsal bir çözümlenmeye konu olması ancak sağlıklı bir toplumbilim anlayışı ve özenli bir tarih bakışıyla gerçekleşebilir. Orson Welles'in ünlü radyo oyunundaki Mars saldırısı olayı kuşkusuz otuzların Amerika'sı üzerine bir şeyler söylemektedir. Az daha önceleri kuyruklu bir yıldız görüldüğü zaman da tufan gelecek sanılırdı. Sevdikleri soap opera kahramanı hamile kalınca bebek giysileri örmeye başlayan yaşlı bayanları ayıplarız ama, Goethe de hayali Lottes'ten yüzlerce mektup almamış mıydı ve bu yüzden de Werther'in intihara kalkışmasına neden olmamış mıydı?

Kitle iletişiminin ne ekonomik ne de teknik kolaylıkları, sahiplerinin kullanımından dolayı kınanamaz. Diğer yandan biz endüstrinin becerikliliği ya da Demir Ökçe'nin kurnaz entrikalarıyla salıverilen amansız güçleri karşısında yardıma muhtaç, güçsüz ve çaresiz değiliz. Bu düşler kültürel korumaya, Mesihçi dinlere, siyasal ve diğer nihilizmlere uçmalarını haklı göstermeye çalışan snobların sözde-köktencilüğünün sonucudur. Popüler kültür değil, kendilerinin doymak bilmez "yabancılaşma" arzuları, gerçekçi, Mr. Anders'in söyleyebileceği gibi "materyalistik" koşulları görmezden gelmelerine neden olur. Kitle eğlencesi tecimsel ve siyasal ilgilerle basitleştirilebilir. Ancak bu ilgilerin hep iletişim tekellerini beslemeleri temel koşuldur. Dünya ile gerçek bir kavgaları yoktur aslında, yalnızca öyle görünürler. İki yüzlüler! Karşı karşıya gelince acizliklerinden sızlanabilecekleri böylesi umutsuz durumlardan pek hoşlanırlar.

Kitle kültüründeki en son moda, kitle kültürünü küçümsemektir. Bugünlerde kitle kültürü üzerine bir kitap yazmayan ya da eski caz plaklarını biriktirmeyen herkes böyle yapıyor. Konformizm her yanı sarmış durumda; kimse "konformist" olmak için uğraşmıyor, eğlence endüstrisinin her ürününden hoşlanıyor, iki büyük parti arasındaki ayrımı görebiliyor, çoğunluk tarafından paylaşılan görüşleri benimsiyor. Solda köktenci olmayanlar hiç olmazsa köktenci ya da "yeni tutucu" olma yolunda. Bu konformist olmayanlar tersine genellikle eski ilerici takımındaki konformist olmayanlarla yanyana. Dostça yarışarak bu iki seçkin takım "kitle" ile alay etmede birbirlerinin önüne geçmeye çalışıyorlar. Bu iki partizan klüplerinin üyeleri evlerinde Partisan Review sayılarından birini yüksek stil bir tablo ile birlikte sergiliyorlar. Plaklardan yeni-tutucular Oistrakh tarafından çalınan bir

Shostakovich konçertosuyla övünürken, ilericiler Bach'ı yeğliyorlar. Temelsizliği örtmeye ve ait olduklarından onay almalarına yarayacak kurnazlıklarıyla; yabancılaşma, popüler kültür, sözde-moda (ne demekse!), kaygı, kalabalık, saçma vb. bir kaç sözcükle süslüyorlar konuşmalarını. Böyle olduğu sürece herkes onaylanabilir.

Konformist olmayan hoşgörü, sıklığa varmayı sağlayacak pek çok ayırıcı yolu seçme şansı verir. Varoluşçu, Marksist, gerçeküstücü, faşist olunabilir; korkak snob kalabalık bunlara karşı ayırım yapmayacak kadar manevracıdır. Bazı özellikleri dışlayabilirler de; çeşitli kalabalıklar arasında marjinal ayırım yapacak kadar; her biri çok özeldir. Anti-kalabalıklar kalabalığı, kendisini etkili bir dehşet unsuru olarak oluşturmaktadır. Hiç kimse kalabalığın iradesine karşı çıkmaya kalkışmaz. Groucho ile eğlenmek, Armstrong ile coşmak, Moly Goldberg (ya da bu nedenle Werther) ile hıçkırıklara gömülmek, gerilemeye, duyarlılık eksikliğine, bayağılığa ve kültürel kadar uzanır. Hesaba katılmak için yabancılaşmak gerekir. Çünkü burada sanat, orada eğlence vardır.

Günah çukuruna düşme korkusuyla entellektüeller ulusal deneyim kaynaklarından ve ulusal deneyimi biçimlendirmedeki paylarını yitirme tehlikesinden kendilerini yabancılaştırıcılardır. Popüler ve yüksek kültür ya da popüler ideolojiler ve gerçek idealler arasındaki geçişi görmeyi reddederler. Popüler kültür, dünün sınıf kültürünün sulandırılmış bayağılaştırılmış bir versiyonu olsa da, yarının ifade olanaklarının taslakları olabilir. Caz müziğine yönelik suçlamalar genellikle 130 yıl önceki vals üzerine olan benzer yargıların yinelenmeleridir. Bir zamanlar Barok, bizim kitsch deyimimize benzer bir anlam taşıyordu. Şimdi bu yüzyılın ilk yarısının "kitsch çağı" kuşağı olarak biliniyor. Böylece kitsch, çocukların, bu dönemi aşamamış olanların sanatsal dışavurum yolu oluyor ve genellikle bizim "kitle kültürümüz" ile karşılaştırılan "folk kültürü" de gerçekte bazı yeniliklere açık uygarlıkların kitle kültürüdür, ya da öyleydi. Bu ayırım kesin olsa da, kitle kültürümüzün ve konformist olmayanlarımızın aynı yönde durdukları tek yerdir. İkisi de dünün konformizm anlayışı gibi bir şeyden vazgeçmez. "Özgün yaratımlar" da çılgınca yenilik kovalamacaları popüler moda klişesine uydurularak yankılanıyor. Eğlence endüstrisindeki kütleli üretim uğraşının içeriği yenilemeci, kendiliğinden, sürekli ve dirençli bir biçimde düzenlenmektedir. Özgün materyal üretmez, tersine, tüketicisini duygulandırıcı etkisinden edilgen bir alıcısına dönüştürür. Yaratıcı uğraşında melez-aşılama yoktur. Yalnızca metanın uyuşturucu etkisine teslim olunur. Popüler kültür artık kendimiz için edindiğimiz eğlence sağlar duruma gelmiştir. Bunların hepsi

gerçektir ve ciddidir, tamam. Seyirlik sporlarımız Romalı sirk kalabalıklarının afyonudur. Varoluşlarının getirdiği cinnetten kaçamayarak, kaçıışı zamanla satın alıyorlar: kendi duygularıyla yüzyüze gelme gücüne sahip olmadıklarından kendileri adına dışavurulan duygularla oyalanıyorlar. Güçsüzlüklerine isyan edemeyecek kadara tembel olduklarından uzayı ve zamanı fetneden Superman'i izliyorlar.

Bu başkası için elde edilen doyumlar değişik bir insanlık arayışını yansıtır. Bazı kaçışçı edebiyat ürünlerinin içeriğinde isyankarlığa bir hazırlık vardır. Bazen Al Capp'ın "Li'l Abner" karikatürlerinde kabaca, ironik ütopyalara insanlığın nasıl kurban edildiği gösterilir. Popüler kültürdeki yabancılaşma uğraşının çare aramak ve geri dönmek için fazla ileri gittiğini söylemek abartıdır. Her konformist materyal konformist olmayan feryatlara dönüşebilir. Kung Fu, politik eleştirisini açıklamak için basit bir listedeki bir kaç sözcüğün yerini değiştiriverdi. Herkes yeni iletişim araçlarında pekala sanat çalışmalarını da yapılabileceğini kabul ediyor. Basın, fotoğraf, sinema, yayın, televizyon ve kayıtların teknik özellikleri deneyim ve ifade olanaklarımızın alanını sınırlamak yerine genişletmektedir.

KAYNAKÇA

- Gunther Anders, "The Phantom World of TV," Mass Culture, ed. David Manning White, Bernard Rosenberg, New York:Free Press, 1964, ss.358-367.
- Henry Rabassiere, "In Defence of Television," Mass Culture, ed. David Manning White, Bernard Rosenberg, New York:Free Press, 1964, ss.368-374.
- Nurçay Türkoğlu, Kitle Kültürü, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi yüksek lisans ve doktora programları için hazırlanan ders notları. Basılmamış çoğaltma. 1985-1994, ss.23-53.