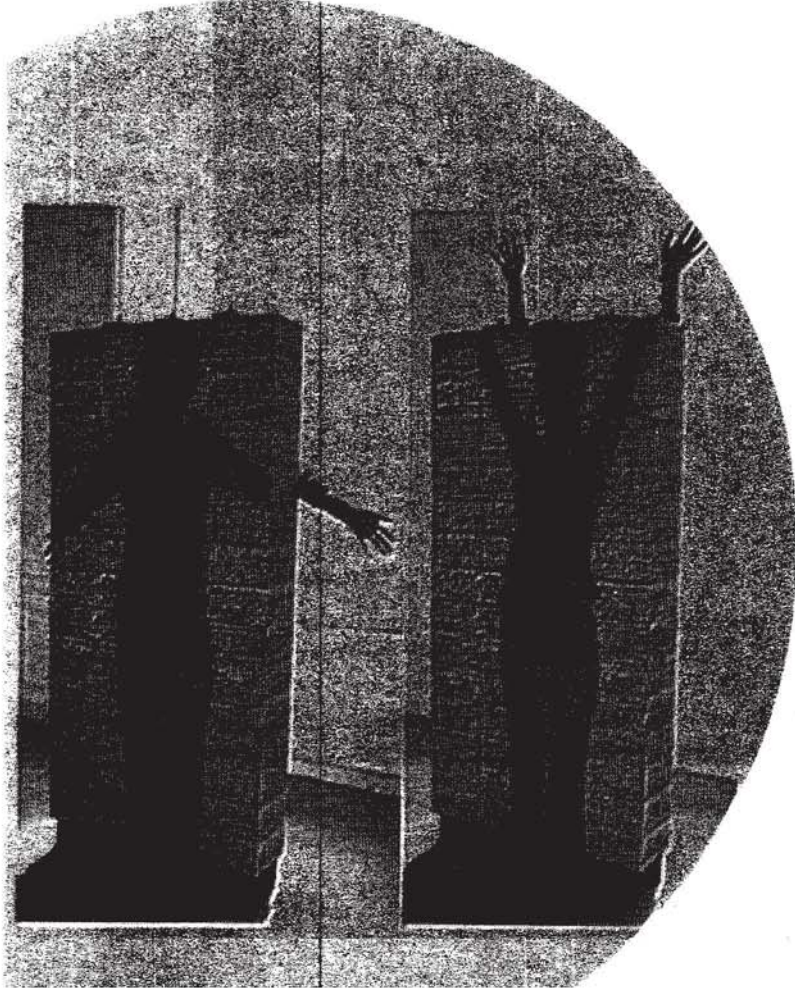


gösteri toplumunda bireyin dönüşümü

MUSTAFA ORÇAN



Gösteri Toplumunda Bireyin Dönüşümü

Modern dünya, bir gösteri ve imajlar dünyasıdır. Anlamdan ziyade, sembol ve imajlar ön plana çıkmaktadır. Modernizm, çoğunlukla kendini göstermek ve görsel olarak kendini ifşa etmek ister. Modernizm, pozitivist paradigmaya dayandığından, duyularımızla elde ettiğimiz gerçekleri, ancak gerçeklik kabul etmekte ve bunlara itibar göstermektedir. Pozitivist paradigmaya göre, gerçek olan görünür ya da gözlemlenebilir; görünen ve gözlemlenebilen gerçektir. Böylece gerçek olan, görüntüye, görünmeye ve gözlenebilir olana indirgenmektedir. Bu bilimsel yöntemin günümüzde gündelik hayattaki yansımalarını görmek mümkündür. İyi ve kötü gibi değer algılayışında bile bu felsefenin artık kendini gösterdiğini Guy Debord'ın özetlemiş olduğu, "Görünen şey iyidir, iyi olan görünür." sözünden anlaşılmaktadır (1996;16). Bu düşüncenin etkisi olsa gerek, her yıl firmalar ya da işadamları, bu yıl ne kadar kâr ettiklerini ve sermayelerini ne kadar artırdıklarını ya da geçen yıla göre ne kadar vergi verdiklerini bir övünç kaynağı olarak çeşitli reklâmlar-

la kamuoyuna açıklamaktadırlar. Zenginliğini gizleyen kültürel bir ortamdan, zenginliğiyle reklâm yapan bir sürece ve kültür atmosferine girildiği anlaşılmaktadır. Bu gösteriş, sadece iş dünyasıyla da sınırlı değildir. Din ve ahlâk gibi değerler alanında da bu gösterişe zaman zaman rastlamak mümkündür (Okumuş, 2006). Günümüzde böyle bir kültürel atmosferin oluşumunun nedeni ise, Frankfurt Okulu'nun gündeme getirdiği ve eleştirdiği kapitalist sistemin mantalitesinde ve işleyiş tarzında aramak gerekir. Bu sistemde hayat ve insan ilişkileri, değerlerden arındırılarak parasallaşma sürecine girmekte ve parasal ilişkiler ön plana çıkmakta ve dönüşüme uğramaktadır.

Kutsalın Metaya Dönüşümü

Tüketim toplumu ya da gösteri toplumunda, gelecekteki dönemlerde geçerli olan ilkeler, ideal tipler, ilişkiler ve yapılar; "ilerleme" sihriyle değişime uğradıktan sonra, toplum ve birey hayatı, bazı köklü dönüşümler geçirmiş oldu. Anlamın şekle, sözün yazıya, yazının görüntüye üstünlüğü değişerek; ters bir üstünlük ilişkisi belirmiştir. İçten ilişkiler zamanla çıkar ilişkisiyle yer değiştirmiştir. Bir başka deyişle daha ontolojik, değer merkezli âlem, dünya ve gündelik hayat algısı ve yaşam tarzı; daha dünyevî, pragmatist yaşam tarzı ve dünya algısına dönüşmüştür. Soyut, efsanevî, kutsal, mitolojik ve gizemli değerler, semboller ve inanışların bile gündelik hayatımızda görsel bir malzeme olarak kullanılmasıyla bu değerlerin büyüğü bozulmakta ve gizemi eritilmektedir. Bu şekilde endüstriyel olarak hazırlanmış olan tüm kültürel değerler, imgeler ve göstergeler, bir gösterge malzemesine dönüştürülerek onların sahip oldukları kültür ve politik olay değeri kaybedilir (Baudrillard, 1997:148). Bir başka ifadeyle kültür unsuru, şov olarak ya da kültürel unsurun şovda bir çeşni olarak kullanılması ile o kültürün otantik değeri kaybolup gizemi ortadan kaybolmaktadır. Bu şekilde kültür, bağlı olduğu anlamlar dünyasından sökülerek bir meta haline gelir. Burada öznenin metalaşması ve nesneleşmesi söz konusudur.

Bu tartışma ekseninde, Müslüman toplumun önderleri ile ilgili, filmlerde ya da çizimlerde Hz. Muhammed'in suretine izin vermeyerek kutsalına sahip çıkması, oldukça anlamlıdır. Bu tür girişimlere tepki göstermekle, sadece kutsal olanın gizemini korumakla kalınmamakta, aynı zamanda görsel bir mal-

zeme ya da metaya dönüşmesine de izin verilmeyerek, sıradanlaşması engellenmektedir. Gösterilen şey gösterildiği kadardır, yani sınırlıdır. Aynı zamanda gösterilen şey sabittir ve donuktur. Kutsal standartlaştırılmaz, standartlaştırıldığında kutsallığı ve gizemi kaybolur. Fakat inancın, düşünmenin ve hayal etmenin sınırı yoktur.

Kültür Endüstrisinin Hedef Kitle

Günümüzde insan, öncekine oranla kapitalizm sayesinde daha doyumsuz hale gelmiş bir varlık olarak karşımıza çıkar. Bu doyumsuzluğunu giderebilmek için dış dünyaya ya da sunulan âleme kendini salıvermektedir. Bu âlemde yaşamak edilgenlik ister. İrade sahibi olanların pek yeri yoktur. Tüketim ve gösteri toplumunda bireyler iradelerine göre yaşadığında, yabancılık hisseder. Fakat böyle bir ortamda iradesiz bir birey olarak insan, istediğini yapmada özgürdür. İradesiz özgürlük ortamında bireyler rahat yönlendirilebildiğinden böyle ortamlarda özgürlüğü sonuna kadar desteklemek ve özgürlük alanlarını açmak gerekir. Artık irade, bireyin sahip olması gereken vazgeçilmez bir değer olmaktan çıkmış ve böylece küresel irade, birey iradesinin yerine geçmiştir (Orçan, 2008:14-15).

Anlamın şekle, sözün yazıya, yazının görüntüye üstünlüğü değişerek; ters bir üstünlük ilişkisi belirmiştir. İçten ilişkiler zamanla çıkar ilişkisiyle yer değiştirmiştir. Bir başka deyişle daha ontolojik, değer merkezli âlem, dünya ve gündelik hayat algısı ve yaşam tarzı; daha dünyevî, pragmatist yaşam tarzı ve dünya algısına dönüşmüştür.

Böyle bir sistemde senin düşünmene, farklı eylemde bulunmana gerek yoktur. Senin adına düşünen biri, senin adına harekete geçen ve üreten birileri vardır. Bunlar genelde küresel şirketlerdir. Ve onların yöneticileri, uzmanları, tasarımcıları ve planlayıcılarıdır. Bunlar modern bireyler adına düşünür, üretir, dağıtır ve denetler. T. W. Adorno buna "kültür endüstrisi" demektedir (2007).

Kapitalist ve küresel piyasanın önemli özelliği, üretilen ürünlerin, birbirinin benzeri olmasıdır. Benzer tipte, yakın standartlarda, aynı yıl benzer renklerde ürünler üretilir. Ekonominin çıkarları doğrultusunda programlanan bu kültür endüstrisi ve ürünleri, bir-

birlerine oldukça benzer, aynı zamanda özgünlükten de yoksundurlar. Yaratıcılık ya da üretkenlik, bireylerin mülkü olmaktan çıkmış, şirketler ve uzmanların tekeli haline gelmiştir. Bu nedenle de kültür endüstrisi, tüketiciyi düşünmeye yöneltmez, tersine ona dünyanın hazır yorumlarını sunar (Atiker, 1998:52-53). Bu şekilde tüketim toplumunda kitleleşen bireyler üreticilikten yoksun bırakılmışlardır. Artık kitleleşen bireyin üreticiliğinden söz edilemez.

Geleneksel dönemde olduğu gibi bireyler, “modern zamanlar”da, fiziki baskıyla ve zorbalıkla bu sistemde yaşamaya zorlanmaz. A. Tocqueville’in özetlediği gibi farklı bir metot kullanır:

(Modern) “Despotluk bedeni serbest bırakmakta ve doğrudan doğruya ruhu hedef almaktadır. Egemen artık, benim gibi düşünmelisin ya da ölmelisin, demiyor. Tersine şöyle diyor: ‘Benim gibi düşünmemekte serbestsin, yaşamın malın, mülkün sana aittir, ama bugünden itibaren sen aramızda bir yabancı-sın.’ (Horkheimer & Adorno, 1996:22)

İnsanın çevresine yabancılaşmasının getirdiği baskıyla insanoğlu bir şeye zorlanmaktadır. Çevresine ya da dışındakilere yabancılaşmamak için iç dünyasına yabancılaşmaya itilmektedir. Çelişkiler içerisinde karmaşıklaşan ve boğulan insan, kendini akıntıya kaptırır yani kültür endüstrisiyle tasarlanan piyasanın içinde bulur.

İnsanın çevresine yabancılaşmasının getirdiği baskıyla insanoğlu bir şeye zorlanmaktadır. Çevresine ya da dışındakilere yabancılaşmamak için iç dünyasına yabancılaşmaya itilmektedir. Çelişkiler içerisinde karmaşıklaşan ve boğulan insan, kendini akıntıya kaptırır yani kültür endüstrisiyle tasarlanan piyasanın içinde bulur. Tüketerek rahatlar ve tüketerek kaybettiği “ben”i bulmaya çalışır. İradesini kaybeden insan, artık doyumsuz insandır. İnsanlar, mide-leri kadar sınırlı ölçüde yemek yerler, sınırlı ölçüde içerler, beden ve uzuvları sınırlıdır ve sayılıdır, fakat arzuların sınırı yoktur.¹ Jean Baudrillard bu durumu “İnsan niceliksel olarak sınırlı miktarda besin alabilir, sindirim sistemi sınırlıdır; ama besinin kültürel

sisteminin kendisi sonsuzdur. Dahası bu göreceli olumsal bir sistemdir.” diyerek keyfe yönelik hazzın ve arzunun sınırının olmadığını vurgular (1997:82).

Tüketim toplumunda kültür endüstrisinin bir başka önemli özelliği de insanların gereksinimlerine uygun ürünler ürettiğini savunur, ama asıl amacı, üretilenlerin tüketilmesi için tüketicide yanlış gereksinimler uyandırmasıdır. Bu noktada kapitalizm, insanın belki de en zayıf noktasını keşfeder ve onun üzerinden otoritesini geliştirir. Tüketimin ihtiyaçlara değil hazlara dayandığını hissettirerek modern insanı ikna eder ve bu konuda başarıya ulaşır. Reklâmlar, ihtiyaç olmayan ürünleri ihtiyaçmış gibi gösterdiği gibi, alışık olmadık görüntü, imge ve sembollerini meşrulaştırma aracıdır da. Toplumsal meşruiyeti olmayan sıra dışı giyim tarzlarının yaygınlaşması reklâm görüntülerin yayınlanmasından sonradır ve bu alışkanlıklar ilk önce en genç yaştakilerde karşılık bulur. Çünkü genç kuşaklar geleneksel kültürle bağlantısı diğerlerine göre daha zayıf olan kesimi temsil eder. Bu nedenle de daha yaşlı kuşaklarla genç kuşaklar arasında bir çatışma mevcut olur. Semboller, alışkanlıklar, kılık kıyafet gibi konularda görüntü çatışması yaşanır. Kuşaklar bu şekilde sadece kendisine değil, aynı zamanda birbirine de yabancılaşmış olur.

Bedenin Vitrinleşmesi

Gösteri toplumunda bireyler bedenlerini ve kendisine ait olan mekânlarını vitrin olarak kullanır. Bireylerin giydikleri kıyafetler ve aksesuar, kullandıkları diğer eşyalar, gittikleri ve tercih ettikleri yerler, o kişinin vitrini gibi algılanmaktadır. Artık vitrin, sadece mağazada yer alan bir camekân olmaktan çıkmış, her bir birey ya da onun bedeni, bir vitrine ve camekâna dönüşmüştür. Bireylerin kullandıkları giysi ve takıları; bireyin zevkleri, hobi ve fobileri; bireylerin sosyal statüsünü ya da sınıfını gösterir hale gelmiştir. İnsan bedeninin vitrin gibi kullanımı, geleneksel dönemde de vardı. Fakat bu durum üst sınıflarla, saray ya da aristokrat çevreyle sınırlıyken; günümüzde bu durumun; orta, hatta alt sınıflara kadar indiği açıktır.

Kısaca yabancılaşan birey; kalbi ve vicdanı ile düşünmek ve hareket etmek yerine; gözüyle ve gördüğüyle, duyduğuyla ve dinlediğiyle düşünmekte ve daha çok da bedeniyle hareket etmektedir. Beden ve görüntü, düşünmeye ve zihne egemen olmuştur. İlk

önce insanın dışı, içine yabancılaşmış; sonra insanın bedeni ve bedeninin istekleri; ruhunu, zihnini ve gönlünü yönlendirir olmuştur.

Gösteri Toplumunun Cinsiyeti

Modern toplumun ya da gösteri toplumunun cinsiyeti, kadındır ya da dışıdır. Cinsiyetinin kadın olmasının nedeni, kadının görseleliğidir. Kadınlar, kapitalist toplumda, modern erkeğin ya da ailenin bir vitrini gibidir. R. Bocock, Veblen'den hareketle tüketim toplumunda erkekler, eşlerini ve kız evlatlarını, zenginliklerini sergileyebilecekleri araçlar olarak kullandıkları vurgusunda bulunur (Veblen'den aktaran Bocock, 1997:28). Gösteri toplumunda kadının vitrin olarak araçsallaştırılma eğiliminin günümüzde ilginç yansımalarına rastlamaktayız. Firmalar olup olmadık yerde, ilgili olsun ya da olmasın her türlü reklâmda ve reklâm filmlerinde kadın aktörlerini devreye sokarlar. Çünkü karşı cinse göre, daha estetik ve çekicidirler. Marka ve ürün tanıtımları, bu estetik ve çekiciliğin yardımıyla yapılır. Makyaj reklâmlarından tıraş bıçağı reklâmına, takı reklâmlarından kravattan kravata kadar ilgili ilgisiz her türlü reklâmda kadınlara yer verirler. Bu durum, kadının istismarına neden olmaktadır. Böylece günümüzde kadın imgesi, reklâmlarda verilen ve çizilen kadın imajı ile benzerlik gösterir: Sürekli olarak üreten değil, tüketen bir varlıktır artık kadın. Bu tablo, modernizmin, geleneksel toplumlardaki kadınların konumlarına yönelttiği eleştirilerinin sahiciliği konusunda insanları ciddi kuşkuya düşürmektedir. Bir diğer deyişle modern toplumda kadın, yine tüketim eksenli düşünülmektedir.

Sonuç

Görülebileceği gibi, Mevlana'dan hareketle modern toplum ile geleneksel toplumun hayat felsefelerine bakıldığında, köklü bir değişimin gerçekleştiği görülecektir. "Ya olduğun gibi görün ya da görüldüğün gibi ol!" şeklindeki çelişkisiz ve kendisiyle barışık olan insan yerine; günümüz gösteri toplumunda kendine ve tabii olana yabancılaşan bir insan ortaya çıkmıştır. Mevlana'nın insan profilinde, iç dünya ile kişinin dış dünyasının uyum içinde olduğu görülür ve insanın çelişkilerden arındırılması söz konusudur. Fakat gösteri toplumunda, iç âlemin ve anlamın bir önemi yok gibidir. Önemli olan var olan sistem içinde sistemin bir parçası olduğunu kabul ettiğini, en azından görüntüde göstermen gerekir. Yani görüntü-

nü, ideal moda ve markalarla bezemen gerekir. Bu nedenle modern bireyler, geleneksel dönemdeki bireylere göre çelişkileri bol ve çoğul kimlikleri olan bireylerden oluşmaktadır.

Özetle gösteri toplumunda, insanın iç dünyası ile dış dünyasının birlikteliğine izin yoktur. Benzer şekilde, böyle erdemli bireylerin yeri de yoktur. Ne olursan ol, ister zengin ister yoksul; ister köylü ister kentli; ister dindar ister ateist ya da deist; ister çalışan ya da işsiz, isterse öğrenci olsun, ama görüntün piyasaya (modaya) aykırı olmasın. Giyim kuşam tarzın, davranışların, zevklerin ve tattıkların piyasadan farklı olmasın. Bu çerçevede özgürsün(!) düşünebilirsin ve hareket edebilirsin. ■

kaynakça

- Adorno, Theodor W., 2007, Kültür Endüstrisi, Çev., N. Ünlü vd., İletişim Yayınları, İstanbul.
- Atiker, Erhan, 1998, Modernizm ve Kitle Toplumları, Vadi Yayınları, Ankara.
- Baudrillard, Jean, 1997, Tüketim Toplumu, Çev., Ferda Keskin, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Bocock, Robert, 1997, Tüketim, Çev., İ. Kutluk, Dost Kitabevi, Ankara.
- Debord, Guy, 1996, Gösteri Toplumu ve Yorumlar, Çev. A. Ekmekçi-O. Taşkent, Ayrıntı Y., İstanbul.
- Horkheimer, M & Adorno, T.W., 1996, Aydınlanmanın Diyalektiği: Felsefi Fragmanlar II, Çev., O. Özgül, Kabcacı Yayınları, İstanbul.
- McCracken, Grant, 1988, Culture and Consumption, Indiana University Press, Bloomington and Indianapolis.
- Okumuş, Ejder, 2006, "Gösterişçi Dindarlık", Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi, VI (2006), sayı: 2, s. 17-35.
- Orçan, Mustafa, 2007, "Türk Gündelik Hayatında Amerikanlaşma Eğilimi", Avrupa Günlüğü Dergisi, Sayı:10, ss., 125-140.
- Orçan, Mustafa, 2008, Osmanlıdan Günümüze Modern Türk Tüketim Kültürü, 2. Basım, Harf Yayınları, Ankara.
- Ritzer, George, 2000, Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek, Çev., Ş. Süer Kaya, Ayrıntı Y., İstanbul.
- Taylor, Charles, 1995, Modernliğin Sıkıntıları, Çev., U. Canbilen, Ayrıntı Y., İstanbul.

dipnotlar

- ¹ "Fakat bir bedeni vardı. Bu kadar kıyafet ve elbiseler, bir beden için çok fazlaydı. Neden?" Japon yazar Haruki Murakami tarafından yazılan Tony Takitani adlı kısa öyküden uyarlanan bir kısa filmde geçen, kocanın eşi için mırıldandığı sorular. Öyküde ve filmde, Amerika'nın Japonya'yı işgalinden sonra Japon aile ve bireylerdeki yaşanan bunalım ve sosyal dönüşüm konu ediliyor. (Tv8: 09.10.2008/Saat: 21.00'de gösterilmiştir.)