

SOVYET SONRASI DÖNEMDE GERÇEKLİĞİN YİTİMİ VE GENERATION “II” ROMANI

The Loss of Reality in Post-Soviet Era and Generation “II” Novel

Zeynep GAYRAN

Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü
zeynep.gayran@gmail.com

Orcid ID: 0000-0003-1736-0371

Öz

Rus edebiyatının önde gelen temsilcilerinden Viktor Pelevin, 90'lardaki çağdaşı birçok post-Sovyet yazarın aksine eserlerinde sadece Sovyet dönemini eleştirmekle kalmamış aynı zamanda Sovyetler Birliği dağıldıktan sonra Rus toplumunun karşı karşıya kaldığı yeni toplumsal sorunları da ele almıştır. Komünist ideolojinin çökmesiyle birlikte Rus toplumu kendini gerçeklik duygusunun kaybolduğu düşünsel ve ideolojik bir boşlukta bulmuştur. Uzun yıllar boyunca sahip olduğu bütün değerler sistemini kaybetmesinin neticesi olarak da yeni bir kimlik arayışına yönelmiştir. Rus kültüründeki düşünsel ve ideolojik boşluk olgusu, yeni bir kimlik arayışı Pelevin'in eserlerinin ana konusu olmuştur. Bu makale, Rusya'da ekonomik, sosyal ve politik dönüşümlerin hızlı bir şekilde gerçekleştiği 1999 yılında yazılan *Generation “II” (P Kuşağı)* adlı eseri incelemektedir. *Generation “II”*, düşünsel ve ideolojik boşluğu tüketici kapitalist hayallerle doldurmaya çalışan yeni ütopyacı düşünceyi eleştiren distopik bir eserdir. Yazar, Rus toplumunun kültürel dönüşümünde kapitalizmin ve tüketimin etkisini distopik bir bakış açısıyla yansıtarak ele alır. Bu etki, eserde genç ve idealist bir şairden reklam metni yazarına dönüşen eserin kahramanı Vavilen Tatarski'nin deneyimleri aracılığıyla tasvir edilmektedir. Pelevin ayrıca post-Sovyet dönemdeki reklamcılığın ve Sovyetler Birliği'ndeki propagandanın, kullandıkları yöntem ve sahip oldukları manipülatif etki bakımından paralellik gösterdiğine dikkat çekmektedir. Bu çalışmanın amacı ise eserin eleştirel söylemini ve bu söylemde İngilizce sözcükler ve reklam sloganları gibi dil araçlarının işlevini tanımlamaktır. Eser, bir distopya olarak ele alındığından edebiyatta distopya türünün tarihsel serüvenine kısaca değinilmiştir.

Anahtar kelimeler: Post-Sovyet, Distopya, Pelevin, Generation “II”, Rusya

Abstract

Unlike many other contemporary post-Soviet authors in 90's, Viktor Pelevin one of the leading representatives of the Russian literature, simultaneously criticizes the Soviet past and new social problems that Russia has faced after the collapse of the Soviet Union. As communist ideology went bankrupt, Russian society found itself in the state of intellectual and ideological emptiness, devoid of the sense of reality. Having lost its once fundamental, decades-lasting system of values, Russia embarked on the search

for a new identity. The phenomenon of intellectual and ideological emptiness and a quest for a new identity have become the main themes of Pelevin's works. This article reviews *Generation "II"*, written in 1999 when Russia was still in the midst of rapid and profound economic, social and political transformation. The novel criticizes the new utopian thinking years that tried to fill this intellectual and ideological emptiness with consumerist capitalist dreams. Through a dystopic lens, the author exposes and examines the impact of capitalism and consumerism on the cultural transformation of Russian society. In the novel, this impact is depicted through the experiences of the protagonist, Vavilen Tatarski who transforms from a young idealistic poet into a copywriter. Pelevin also draws attention to parallels between the methods and manipulative effects of post-Soviet advertising and mass media and the Soviet-time propaganda. The article's main goal is to describe the novel's critical discourse and the function of language tools, such as anglicisms and advertising slogans, in its construction. The article also includes a brief summary of the historical development of dystopian genre in general.

Key words: Post-Soviet, Dystopia, Pelevin, Generation "II", Russia

Giriş

İngiliz yazar, Thomas More'un 1516 yılında kurgusal bir ideal ada devletini anlatan eserinde kullandığı "Ütopya" (*Utopia*) kelimesi edebiyatta yeni bir türün adı olmuştur. Ütopya kelimesi, Yunanca "οὐ" (yok) ön ekiyle "τόπος" (yer) kelimesinin birleşimiyle ortaya çıkmış "var olmayan yer" anlamına gelmektedir. Ayrıca bu sözcük, "εὖ" (iyi) ekini de çağrıştırdığından "iyi yer" anlamında da kullanılmıştır. Daha sonraları Thomas More'un ideal toplumdaki etkilenerek ideal toplumu konu alan birçok eser kaleme alınmıştır. Ancak 20. yüzyıla gelindiğinde teknolojik gelişmelerin olumsuz yönleri, savaşların yıkıcı etkisi ve totaliter yönetimlerin baskıcı yapısı edebiyatta distopya türünün ortaya çıkmasına neden olmuştur. Distopya "δυσ" (kötü) ve "τόπος" (yer), sözcüklerinin bir birleşimi olarak "kötü yer" anlamına gelmektedir (Homburg, 2010:7-9). Günümüzde distopya türünde yazılmış eserler "Distopya", "Antiütopya", "Kakotopya" gibi farklı kavramlarla adlandırılrsa da bu kavramlar birbiri yerine kullanılabilir (Smirnov, 2006). Distopya türünün en güçlü örneklerinden biri Rus yazar Yevgeni Zamyatin tarafından 1920 yılında kaleme alınan "Biz" (*Mıy*) adlı eserdir. Aldous Huxley'nin "Cesur Yeni Dünya" (*Brave New World*) adlı eseri ve George Orwell'ın, "1984" ve "Hayvan Çiftliği" (*Animal Farm*) isimli eserleri distopya türünün bilinen diğer eserleridir. Adı geçen distopik eserler, farazi bir gelecekte kurgulanarak, diktatörlükle yönetilen toplumlarda bireyin yitimi, kitlesel psikolojik ve fiziksel şiddet, ütopya tasarımlarının insan eliyle bir kâbusa dönüşmesi gibi sorunları ele almışlardır. Distopik eserlerde toplum, propaganda ve devlet araçlarıyla kontrol edilirken bireyin düşünme ve sorgulama yetisi elinden alınmıştır. Ancak 20. yüzyılın ortalarında değişen sosyo-ekonomik şartlar distopya türünde de değişikliklere yol açmıştır. Kapitalizmin yaşamı her yönüyle kapsamıyla birlikte kimi çağdaş distopyalarda devlet gücünün baskıcı etkisinin yerini küresel şirketlerin gücü almıştır (Moylan vd., 2003:135-136). Yeni distopik toplumlarda insan devlet araçları

ya da propagandayla değil, kitle iletişim araçları ve tüketim güdüsüyle manipüle edilerek kontrol altına alınmaktadır. Artık korkulması gereken şey, bireyi yok sayan acımasız kolektivist sistemler değil, tüketim çılgınlığıyla insanların beynini yıkayarak "birey olabilme" yetisini bastıran yeni sistemdir

Sovyetler Sonrası Durumun Distopik Eleştirisi

Ütopya türünün serüveninden de anlaşılacağı üzere değişen sosyo-politik şartlar, o şartlarda var olmaya çalışan edebiyatı da etkilemiştir. Rusya, bu durumun tipik bir örneği olarak karşımıza çıkmaktadır. Örneğin Bolşevikler, devrime avangard sanatçılarla birlikte yürümüşlerdir. Fakat devrimi gerçekleştirdiklerinde bu sanatçıların gelecek tasarılarına ihtiyaç kalmamış, tüm fütüristler edebiyat alanındaki görece üstün konumlarını kaybetmişlerdir (Volkov, 2008:82-83). İlerleyen tarihsel süreçte birlikte Sosyalist Gerçekçilik, Sovyetler Birliği yönetimi tarafından kültürel etkinlik alanının resmi biçimi olarak belirlenmiştir (Bauman, 2016:98). Sanatta Sosyalist Gerçekçiliği benimsemeyen edebiyat gruplarıysa sistem karşıtı olmakla suçlanmış, ağır sansüre maruz kalmışlardır. Bu nedenle Sovyetler Birliği'nde uzun süre spekülatif-fütüristik eserler ortaya konulamamış, Zamyatin'in eserinden sonra distopik türde eserler yazılamamıştır. Yazarlar yaratıcı özgürlüğe ancak perestroyka (geçiş) döneminde ulaşabilmişlerdir. Sovyetler Birliği dağıldığında hem devlet ideolojisi hem de Sosyalist Gerçekçilik tarih sahnesinden yok olmuştur. Daha geniş bir çerçeveden bakıldığında ideoloji, sanatsal gerçekliğin yanında Rusya'daki tüm gerçekliği de alıp götürmüştür. Çünkü Sovyetler döneminde devlet politikaları, günlük yaşam ve toplumsal yapı tamamen ideoloji çerçevesinde şekillendirilmiştir.

Rus edebiyat eleştirmeni ve kültürolog Mihail Epstein, Rusya'da gerçekliğin yitimini Jean Baudrillard'ın gerçeklikten yoksun bir gerçekliğin matrisler, modeller aracılığıyla türetilmesini ifade eden simülasyon kuramıyla açıklar (Baudrillard, 2016:12-34). Baudrillard'a göre günümüz tüketim toplumlarında kitlelerin gerçek olarak kabul ettiği olgular kitle iletişim araçları tarafından yaratılmaktadır. Örneğin, televizyonda yayımlanan bir haber sorgulanmadan kabul görmekte, reklamlar aracılığıyla yaratılan imajlar sayesinde "ben kimim?" sorusu "ben x, y veya z'ye sahip olan kişiyim." cevabıyla karşılık bulabilmektedir. Özetle gerçeklik dediğimiz olgu, deneyimle değil; bir araç, bir makine, bir sistem veya bir olguya özgü işleyiş biçiminin incelenme, gösterilme ya da açıklanma amacıyla bir maket ya da bir bilgisayar programı aracılığıyla yapay bir şekilde yeniden üretilmesi anlamına gelen simülasyon süreciyle algılanmaktadır (Baudrillard, 2016:7). Epstein ise Sovyet Rusya'sında simülakrlar yaratmak için gereken teknoloji olmasa da komünist ideolojinin farklı yöntemlerle simülakrlar yarattığını belirtir. Epstein'a göre komünist ideoloji, devrimden hemen sonra kendisinden önceki tüm gerçekliği ortadan kaldırmış, yönetim araçlarını ve propagandayı kullanarak gerçekliğin göstergelerle yaratılması sürecinin tek hâkimi olmuştur (Epstein, 2000:52-59). Epstein'ın gösterge süreci olarak tanımladığı, yetmiş yıldan fazla süren ideoloji hâkimiyeti perestroyka döneminde hız kazanarak 1991'de sona ermiştir. Yok olan ideoloji kaçınılmaz olarak arkasında düşünsel ve ideolojik bir boşluk bırakmıştır. Bu

düşünsel ve ideolojik boşluğun ortasında postmodern eserler kaleme alan post-Sovyet yazarı, tarihsel deneyimi sayesinde hem gerçekliğin simülatif karakterinin hem de simülasyon sürecinde kültürel kodların önemli bir araç olduğunun farkındadır (Lipovetsky, 2001:34). Post-Sovyet yazarının bu özelliği dağılım sürecinin ardından Rusya'da kaleme alınan distopyaların ulusal karakteristik özelliklere sahip olmasını sağlamıştır. Örneğin çoğu Batılı klasik distopyalar geçmişten yoksundur. Eserde anlatılan toplumun geçmişinden kısaca bahsedilir ya da geçmişe dair tüm bilginin yönetimin kontrolünde olduğu vurgulanır. Ancak post-Sovyet distopyaları özelinde bu durum farklıdır. Gerçekliğin imajsal-kırılgan yapısına ve onun yok olabilirliliğine şahitlik etmiş post-Sovyet yazarı, bu deneyimini okuyucusuyla paylaşmak için kendi ulusal geçmişini eserin önemli bir unsuru haline getirir. Yazarların sahip olduğu bu eğilimde ulusal geçmiş kadar geleceğe dair umutsuzlukları da büyük bir role sahiptir. Çünkü Post-Sovyet yazarı, ütopyacı bir itkiyle kurulmuş ideal bir devlet tasarısının başarısızlığına şahit olmuş ve onun yıkılmasıyla belirsiz bir gelecek karşı karşıya kalmıştır (Lukaşonok, 2010:287). Post-Sovyet yazarı için gerçek ne kadar güvenilirmezse gelecek de o kadar güvenilirmezdir.

Post-Sovyet Rus edebiyatının önde gelen temsilcilerinden Viktor Olegoviç Pelevin, 1962 yılında Moskova'da dünyaya gelmiştir. Moskova Enerji Mühendisliği Enstitüsü, Endüstri-Taşımacılık Otomasyon ve Elektrik Ekipmanları Fakültesinden mezun olan yazar, uzun süre mühendis olarak çalışmıştır (Polotovskı vd., 2012:11-15). Bir taraftan çalışan, diğer taraftan da kısa öyküler kaleme almaya başlayan Pelevin, 1988 yılında Gorki Edebiyat Enstitüsü Uzaktan Eğitim Fakültesine başvurur. Pelevin enstitüye kabulünden yaklaşık bir yıl sonra "Face to Face" dergisinde muhabir olarak çalışmaya başlar. Aynı yıl yazarın "*Büyücü İgnat ve İnsanlar*" (*Koldun İgnat i Lyudi*) adlı kısa öyküsü "*Nauka i Religiya*" dergisinde yayımlanır (Nehoroşev, 2001). Pelevin, daha sonra dergideki işini bırakarak yavaş yavaş münzevi bir hayat sürmeye başlar. Televizyon ekranlarına çıkmayan, fotoğrafının çekilmesine izin vermeyen ve nadiren verdiği röportajlarda bile gözlüklerini çıkarmayı reddeden yazar, zaman zaman Moskova sokaklarında goril maskesiyle görülmüştür (Volkov, 2008: 305). Zen Budizm felsefesinden etkilenen yazarın belli aralıklarla Güney Kore'de bulunan Budist tapınaklara giderek meditasyon yaptığı bilinmektedir (Cowley, 2006). Viktor Pelevin, perestroyka döneminde "*Mavi Fener*" (*Siniy Fonar*) ve "*Oman Ra*" adlı eserleriyle Sovyet ütopyalarının yapı sökümü ve mevcut sistemin yıkılmasıyla birlikte ortaya çıkabilecek olası sonuçlara odaklanmıştır (Khagi, 2008:560). Sovyetler Birliği dağıldıktan sonra "*Böceklerin Yaşamı*" (*Jizn Nasekomih*), "*Buda'nın Serçe Parmağı*" (*Çapayev i Pustota*), "*Generation "II"*", "*Kurt Adamın Kutsal Kitabı*" (*Svyaşennaya Kniga Oborotnya*) ve "*Sayılar*" (*Çisla*) gibi eserlerinde yeni dönemin toplumsal sorunlarını ele almıştır. Sovyet sonrası dönemde ortaya çıkan düşünsel ve ideolojik boşluk, yukarıda adı geçen eserlerin ana temasını oluşturmuş, eserlerin başkahramanları üzerinden toplumun yaşadığı kültürel travma edebi bir dille anlatılmıştır. Bu eserlerden 1999 yılında yayımlanan *Generation "II"*, hem Rusya'da hem de dünya çapında büyük ses getirmiştir. *Generation "II"* 2000 yılında "*Generation P*" adıyla Almancaya, "*Homo Zapiens*" adıyla Fransızcaya ve Çinceye çevrilir. Daha sonra "*Babylon*" ve "*Homo Zapiens*" adıyla İspanyolca ve İngilizceye çevrilir. 2004 yılında ise "*Homo Zapiens*"

adıyla İngilizceden Türkçeye çevrilmiş, 2015 yılında "P" Kuşağı adıyla tekrar basılmıştır. Ancak eserin İngilizce çevirisi ve dolayısıyla Türkçe çevirisi, orijinal Rusça metinle farklılık gösterdiğinden bu çalışmada orijinal metin esas alınmıştır. Yapılan alıntılar Rusça aslından çevrilmiştir. Ayrıca eser adı, içerikle sahip olduğu uyum çerçevesinde çevrilmeden orijinal haliyle kullanılmıştır.

Generation "II", Rusya'nın geçmişini değil komünizmin çöküşüyle birlikte ortaya çıkan dönemin sorunlarını ve küresel kapitalist kültüre adapte olmaya çalışan Rus toplumunu konu alan ilk eserlerden biridir. Eserin öyküsü yazılış zamanına paralel olarak doksanlı yıllarda geçmektedir fakat ampirik dünyaya paralel sanal bir gerçeklikte kurgulanmıştır. Kurgusal gerçeklik yerine "sanal gerçeklik" kavramını kullanmamızın nedeni yazarın, parodi tekniğini kullanarak geçmiş ve şimdi arasındaki sınırları kaldırmasıdır. Yazar Sümer-Akad mitolojisinden aldığı mitsel öğeleri metnin geneline yayarak yeni bir öykü yaratmıştır. Eserin Rusya'sı görünürde Yeltsin hükümeti tarafından yönetilse de gerçekte gizemli bir topluluk tarafından yönetilmektedir. Bu gizemli topluluk Tanrıça İştâr'a hizmet etmektedir. Çağlar öncesinin efsanelerinde yaşayan Tanrıça İştâr eserde çağdaş dünyanın Moskova'sında hüküm sürmektedir. Sümer-Akad mitolojisinde aşk tanrıçası olan İştâr hem erkek hem dişi özelliklere sahip aşk ve bereket tanrıçasıdır (Kılıç vd., 2011:187). Ancak Tanrıça İştâr, *Generation "II"*'de bilinen karakterinden farklı bir varlık olarak ortaya çıkar. İncelenen eserdeki Tanrı İştâr, efsanelerdeki gibi işitilebilen ya da görülebilen bir varlık değildir. O, zenginlik hırsıyla özdeşleştirilmiş soyut bir kavramdır. Paranın hükmettiği bu kurgusal dünyada her şeyi belirleyen serbest piyasa ekonomisinin kurallarıdır. Devlet başkanından muhalefet üyelerine kadar bütün politikacılar bilgisayar ortamında yaratılan sanal karakterlerdir. Dijital dünyanın sanal karakterleri yani politikacılar, büyük küresel şirketlerin isteklerine bağlı olarak hazırlanan senaryolarla haberlerde ve diğer televizyon programlarında görünürler ancak hakikatte maddesel bir varlığa sahip değildirler. Bu distopyada sadece ulusal politika değil aynı zamanda toplumsal yaşam da tüketici kapitalist yasalara göre biçimlendirmektedir. Eserin kahramanı Vavilen Tatarski altmışlı yılların sonunda doğmuştur ve Pepsi kuşağındandır. Eserde Pepsi, kapitalizmin ve Batı kültürünün metaforudur. Yazarın bu markayı seçmesinin nedeni Pepsi'nin Rusya pazarına giren ilk Amerikan kökenli marka olmasıdır. Pepsi, Rusya'daki ilk fabrikasını 1974'de kurmuştur. O dönem rublenin dışarı çıkması ya da dolara çevrilmesi yasak olduğundan Ruslar, satın aldıkları Pepsi özütü karşılığında Amerikalılara ünlü votka markaları Stolichnaya'nın yabancı pazarda satış hakkını vermişlerdir. İlerleyen yıllarda Pepsi özütünün karşılığını ödemekte zorlanan Rusya, bu gazlı kahverengi içecekten vazgeçmek yerine Pepsi'ye on yedi denizaltı, birer kruvazör ve fırkateyn verir (Zubacheva, 2018). Bu tarihsel olay, yazar için bir milat niteliğindedir ve yine ona göre ortaya çıkan yeni Rusya ve yeni Rus toplumunu yaratan süreç, 1991 yılından çok önce Pepsi ile yani kapitalizmin ülkeye yavaşça sokulmasıyla başlamıştır:

"Bir zamanlar Rusya'da yaza, denize ve güneşe gülümseyerek Pepsi'yi seçen tasasız ve genç bir kuşak yaşamıştı... yazları sahilde uzanıp uzun uzun bulutsuz ve mavi gökyüzüne bakan bu çocuklar Novorossiysk şehrinde şişelenen ılık Pepsi'yi içtiler ve denizin diğer

tarafındaki uzak ve yasak dünyanın bir gün onların yaşamına girebileceğini hayal ettiler. On yıl sonra o dünya önce temkinli ve nazik bir gülümsemeyle ardından da daha özgüvenli ve daha cesurca hayatlarına girmeye başladı." (Pelevin, 2015: 7-8).

Tatarski de diğer yaşlıları gibi komünist ideolojinin şemsiyesi altında yasak ülkenin içeceğinden tatmıştır. Büyüyünce Teknik Enstitüsüye girmiştir fakat Sovyet kültürünün yarattığı "edebi sonsuzluk" olgusu ve ona ulaşma ideali aklından hiç çıkmamıştır. Tatarski, Teknik Enstitüde öğrenim görürken, bir yaz tatilinde Boris Pasternak'ın şiirlerinden etkilenerek ilk şiir dizelerini yazar ve her şeyi ardında bırakarak Edebiyat Enstitüsüne kayıt yaptırır. Ancak çok geçmeden Sovyetler Birliği dağılır ve Tatarski kendini büyük bir manevi boşlukta bulur. Tatarski, toplumsal bütün temellerin çökmesiyle yıllarca inandıkları bütün gerçekleri ve gelecek umutlarını kaybeden milyonlarca insandan biridir. Pelevin, dağılış döneminin ardından insanların yaşadığı travmayı kahramanı Tatarski'nin gözünden şöyle anlatmaktadır:

"Sonsuzluk kaybolur kaybolmaz, Tatarski kendini bugünde bulmuştu. Son yıllarda oluşan bu dünya hakkında hiçbir şey bilmiyordu. Çok garip bir dünyaydı bu. Dış görünüşü çok az değişmişti, sokaklardaki dilenci sayısı biraz artmıştı, etrafındaki her şey evler, ağaçlar, sokaklardaki banklar eskimiş yıpranmıştı sanki. Bu dünyanın temelini değiştirdiğini söylemek de mümkün değildi, çünkü artık temel diye bir şey kalmamıştı. Her şeye korkunç bir belirsizlik hâkim olmuştu. Buna rağmen etrafta, kendine ve olan biten her şeye güvenen insanların kullandığı Toyota ve Mercedeslerle dolaşıyordu. Hatta gazetelere inanırsanız dış politika bile vardı.... Tatarski, Sovyet yönetiminden her anlamda nefret ediyordu ama şeytanın imparatorluğunu, şeytanın muz cumhuriyetiyle değiştirip ardından da muzları Finlandiya'dan getirtmek ona anlamsız geliyordu." (Pelevin, 2015: 15).

Görüldüğü üzere halktan biri olan kahraman yıllardır hakikat olarak kabul ettiği her şeyi kaybetmiştir. Artık uğruna ölümsüz eserler yazılacak bir sonsuzluk olgusu olmayınca Tatarski de enstitüyü bırakıp küçük bir büfede çalışmaya başlar. Burada çalışırken Edebiyat Enstitüsünden sınıf arkadaşı Sergey Morkovin ile karşılaşır. Morkovin, reklamcılık sektöründe çalışmaktadır. Tatarski'yi bir şeyler içmeye davet eden Morkovin, kahramana reklamcılığın ne kadar kazandırdığından söz eder. Çok zaman geçmeden Tatarski de arkadaşı sayesinde aynı sektörde metin yazarı olarak işe başlar. Patronu Hanin, eski bir Komsomol (Genç Komünistler Birliği) üyesidir. Kendisini eski bir ideoloji emekçisi olarak kabul eden Hanin, yaptıkları reklamcılığın daha önceden yaptıkları propaganda işinden çok da farklı olmadığını söyler. Hanin'in bakış açısı oldukça yerindedir. Çünkü Ajit-prop¹ ölümsüzdür ve zamanla değişen tek şey sözcükler ve imgelerdir. Ajit-prop, yeni sistem için yeni imgeler ve sözcükler

¹ Ajit-prop (Rusça Agitprop), ajitasyon ve propaganda sözcüklerinin kısaltmasından oluşan, Sovyetler Birliği'nde Komünist Parti'ye bağlı "Ajitasyon ve Propaganda Komitesi" (Otdel Agitatsii i Propagandi) için kullanılan bir terimdir. Ayrıca Ajit-prop, toplumu etkilemek ve ona yön vermek için ajitasyon ve propaganda tekniklerinin kullanıldığı politik strateji anlamına da gelmektedir.

kullanacaktır. Artık eski gerçeklik kaybolmuş halka kabul ettirilmesi gereken yeni değerler, sistemle uyuşan yeni bir toplum bilinci yaratma gerekliliği ortaya çıkmıştır. Yeni sistemin propagandası için çalışan Tatarski'nin görevi de Batılı reklam konseptlerinin, Rus kültürüne uyarlanarak yeniden yazılmasından ibarettir.

Bu noktada Tartu Semiyotik Okulunun kurucusu, edebiyat eleştirmeni ve göstergebilimci Yuri Lotman'ın, her kültürün temelinde kendine özgü semiyosferi olan semiosis (gösterge/ anlamlandırma süreci) bulunduğu savı akla gelmektedir. Semiyosfer, toplumsal dilden jargonlara, mimariden moda kadar uzanan farklı dillerin bir arada bulunup işlevsel hale geldiği semiyotik uzamdır. O, kültürdeki her şeye nüfuz etmiştir. Ancak bu kültür evreninde kodlar sürekli değişebilmektedir. Semiyosferin sınırları vardır. Bu sınır hem ayırıştırır hem birleştirir. Yani yabancı bir semiyotiğin metninin "kendisi" dilimize çevrilmesi işlevine de sahiptir. Lotman savını "Bizim Paganlar" terimi ile örnekendirir. Kiev Rusya'sında Rus topraklarının sınırlarına yerleşip, çiftçilik yapmaya başlayan göçmenleri adlandırmak için "Bizim Paganlar" terimi kullanılır. Pagan, "dinsiz", "yabancı", "yanlış" ve "pagan" anlamına gelen bir sözcüktür. Lotman "bizim paganlar" oksimoronunun sınırın işlevini tam olarak yansıttığını belirtmektedir (Lotman, 2000:262). Tatarski ve diğer reklam metni yazarları yeni başlayan dönemde bu sınır işlevini yerine getirecek, yabancı bir kültüre ait öğeleri dil süzgecinden geçirerek kendi kültür alanlarına dâhil edeceklerdir. Bu durum her ne kadar kültürel etkileşimi çağırırsa da erken dönem post-Sovyet Rusya'sında yaşananları kültürel etkileşim olarak değil, şok terapisi uygulanarak dayatılan kültürel bir dönüşüm olarak tanımlamak mümkündür. Pelevin, verdiği bir röportajda kapitalizmin ülkeye sokulmasıyla birlikte Rusya'da ortaya çıkan yeni dili, kültürel dönüşümü ve karmaşayı şöyle özetlemektedir:

"Hatta yeni bir dilimiz var, yeni argo kelimelerimiz. Örneğin insanlar dolara "bucksy" diyor. Ama Batı'da yaşıyor gibi de değiliz. Burada her şey daha zor ve zalim. İş yapmak istiyorsanız yasal olmayan bağlantılarınız olmalı, bütün toplum daha çok suça karışmış durumda." (Liard,1999: 182-183).

Rusya'da dönemin toplumsal yaşamındaki bu kaotik durum eserin diline de yansımıştır. Eserdeki karakterler, Pelevin'in yakındığı durumun bir örneği olarak iş hayatında, arkadaş sohbetlerinde İngilizce sözcük ve ifadeler kullanırlar. Örneğin "liberal values" (liberal değerler) ve "loser" (beceriksiz) gibi sözcükler; "Money talks" (para konuşur), "If you are so clever show me your money" (O kadar zekiysen paranı görelim.) gibi deyim ve ifadeler Rusça sözcük ve ifadelerle bir arada kullanılmaktadır. Ayrıca eserde söylem bakımından önemli sahnelerde yaratılan mekânların adları da İngilizcedir. Dahası eserin adı bile iki dillidir. Generation "П", İngilizce "kuşak" anlamına gelen "generation" sözcüğü ve kiril alfabesinde "p" sesinin karşılığı olan "П" harfinden oluşur. Türkçeye çevrildiğinde "P" Kuşağı anlamına gelmektedir ve eserde "P" kuşağı olarak imlenen kuşak, yeni sistemin ve kültürel değerlerin topluma benimsetilmesinde katalizör görevini üstlenen entelektüel sınıfını işaret etmektedir. Ayrıca "П" harfi Pepsi'yi çağrıştırmakla birlikte Rusçada "boşluk" anlamına gelen "пустота" sözcüğünü

de çağrıştırmaktadır. Eser iki dilli adıyla bir kuşağın tarihini anlattığını haber verirken diğer yandan da boşluk olgusuna ve toplumun yaşadığı kültürel dönüşüme dikkat çekmektedir. Bunun yanı sıra eser sahip olduğu dil sayesinde kapitalizmi ve tüketim toplumlarını konu alan Batılı örneklerinden farklı hale gelir. Çünkü Batılı örnekler yerleşik tüketim toplumunun sonuçlarına odaklanırken *Generation "II"*, söz konusu toplumun oluşum sürecini ele alır.

"II" kuşağının üyesi Tatarski, Edebiyat Enstitüsünde aldığı eğitim sayesinde hem dili ustalıklarla kullanabilmektedir hem de ülkesinin kültürel yapısına vakıftır. Entelektüel birikimini paraya çevirmeye kararlı Tatarski'nin yazdığı ilk reklam metinlerinden biri "Sprite" marka içecekler için olanıdır. Tatarski, bu markayı Ruslara benimsetebilmek için Slavcılık düşüncesinden yararlanır. Ancak bu Slavcılık düşüncesi, bilindik Slavcılık değil, o dönemki hükümetin ekonomik başarısızlıktan doğabilecek ayaklanmaları bastırabilmek için ileride yaratacağı sahte ve imajsal bir Slavcılıktır. Kahramanın kendi öngörüsünden yola çıkarak hazırladığı reklam sloganı "*Sprite, Nikola için kola olmayan içecek*"tir. Bu slogan eserin orijinal dilinde "*Sprite nye-kola dlya Nikola*"dır (Pelevin, 2015:35). Rusça aslında kola sözcüğünün önüne gelen "nye" (не) eki Rusçada "*değil*" anlamında kullanılan bir ektir. Dolayısıyla "*nye-kola*" (kola olmayan içecek) söz öbeği ve Nikola ismiyle sestelik yaratılarak yerli tüketiciyle ürün arasında sanal bir bağ kurulur. Bunun yanı sıra "*nye-kola*" ifadesiyle gerçekte Batılı bir marka olan Sprite içeceği, "özgürlüğün tadı" diye anılan yine Batılı Coca-Cola'nın karşıtlığında konumlandırılacak ve Rus tüketicisinin zihninde anti-Batılı çağrışımlar yapacaktır. Böylelikle Ruslar, Batılı bir içecek markasını sanki bir yerli markaymışçasına benimseyeceklerdir. Aslında eserde ele alınan durum, bugün ülkemiz için de yabancı değildir. Bu slogan Rus tüketicisinin zihninde Batılı bir içeceği nasıl olumlu bir şekilde konumlandırıyorrsa ülkemizde Ramazan ayında ekranlarda gösterilen Coca-Cola reklamları da aynı işlevi görür. Reklamlardaki bu Amerika menşeli marka, Müslümanlar için manevi önemi olan bir ayda iftar sofralarının olmazsa olmazı gibi gösterilir. Örneğin büyük bir ailenin oturduğu sofranın başköşesinde mutlaka bir şişe Coca-Cola vardır. Kamera masanın etrafındaki farklı yüzlerde dolaşsa da kamera geçişlerinde mutlaka bir şişe Coca-Cola'ya odaklanılır. 2011 yılında yayınlanan bir diğer Coca-Cola reklamında Türkiye'nin farklı noktalarından iftar manzaraları gösterilir. Bu reklamda Ağrı'da bir çoban, Zonguldak'ta bir maden işçisi, Urfa'da büyük bir aile ya da İstanbul'da vapur çalışanları farklı zaman dilimlerinde, farklı şehirlerde iftar yapsalar da hepsinin sofrasında ortak tek bir şey vardır: bir şişe Coca-Cola. Reklamlarda yaratılan imajlar, kodlar ve sloganlar sayesinde bu ithal marka zihnimize bizden biri olarak kabul edilir.

Tatarski, küresel ölçekte yerel mantıkla çalışmanın önemini kavrayarak yazdığı bu ikonik reklam metninden sonra daha başarılı metinler yazmaya başlar. Ülkesinin ulusal kültürü onun için artık sadece bir reklam malzemesidir. Yeni düzende ayakta kalmak için her şeyi yapmaya hazır olan Tatarski, bir zamanlar uğruna tüm yaşamını adadığı edebiyatı reklam metinleri için kullanmaktan çekinmez. Klasik Rus

edebiyatına ait metinler Tatarski'nin kaleminde sıradan reklam sloganlarına dönüşür. Bu sloganlardan en çarpıcısını Parliament sigarası için kullanır:

"TATLI VE HOŞTUR ANAVATANIN DUMANI

PARLIAMENT" (Pelevin, 2015:58)

Tatarski'nin yazdığı bu satırlar, Aleksandr Sergeyeviç Griboyedov'a aittir ve bir Rus klasiği olan *"Akıldan Bela"* (*Gore ot uma*) adlı oyundan bir alıntıdır. Görüldüğü üzere Tatarski yine Rus kültürüne ait kodları kullanıp, dil aracılığıyla Parliament sigarasını kendi anavatanıyla özdeşleştirerek Rus tüketicisini manipüle etmeyi amaçlamıştır. Kahramanın klasikleşmiş edebiyat metinlerini reklamlarda kullanması hem ulusal değerlerin hiçe sayılmasının hem de yeni dönemde entelektüel sınıfının kalemini para sahiplerine kiralamasının eleştirisidir. Yazarın bu sanatsal protestosu, dönemin gerçeklerine karşı yükselen bir sestir. Çünkü para sahipleri yani oligarklar, Sovyetler Birliği'nin dağılmasının hemen ardından kendi gazete, dergi ve televizyon kanallarına sahip olmuşlardır. O yayın organlarında çalışan entelektüellerse topluma ışık olmak, toplumun çıkarına göre hareket etmek yerine kendilerinin dolayısıyla patronlarının çıkarlarına uygun bir şekilde hareket etmişlerdir (Ilin, 2005:19).

Kültürel mirasını paraya çeviren kahraman yaptıklarından pişman olmaz. Para kazandıkça yükselir yükseldikçe de daha çok para kazanır. Bununla ters orantılı olarak ahlaki bir çöküş yaşar. Çok nadir hissettiği utanç duygusunu yüksek miktarda paralar harcayarak geçirir. Kahraman günün birinde büyük bir iş alır. Ondan, tıpkı bir reklam metni yazar gibi Ruslar için yeni bir Rus mefkûresi tasarlaması istenir. Tatarski bu iş üzerinde çalışırken işvereni mafya tarafından öldürülür. Kahraman da başka bir kurumda çalışmaya başlar. Tatarski, bu kurumda sadece reklam metinleri yazmayacak, başkaları tarafından yazılan reklam metinlerini de kontrol edecek ve onaylayacaktır. Kariyerinde büyük bir sıçrama yakalayan kahraman, daha çok kazanmaya başlar. Hatta kendine Mercedes marka bir otomobil almış, Sovyetler Birliği dağıldıktan sonra ortaya çıkan ve *"Yeni Ruslar"* olarak adlandırılan yeni zengin sınıfına bir adım daha yaklaşmıştır. Reklamcılık sektörünün en tepesindeki bu kurumda para akışını sağlamak için türlü gizli ve kirli işler yapılmaktadır. Tatarski burada çalışırken içinde yaşadığımız dünyada insanın trajedisini, onun görünmez parmaklıklar ardında tüketimin esaretinde olduğunu tam anlamıyla fark eder. Tüketim toplumunda insanların sürekli yeni ihtiyaçlara nasıl sürüklendiğini, gerçek sorunların, kısa ve gündelik mutluluklarla nasıl geçiştirildiğini kahramanın ağzından dinleriz:

"İnsanlar özgürlüğü satın alabilmek için ya da biraz olsun çektikleri acıya bir ara vermek için para kazanmak isterler. Metin yazarları olarak bizler de hedef aldığımız grubun gözleri önünde gerçekliği değiştiririz ve özgürlük, bir ütü, bir kanatlı ped ya da limonatayla simgelenmeye başlar.

Bunun için bize para ödeniyor. Bu saçmalığı ekrandan onlara satıyoruz, onlar da birbirlerine sonra da bizlere satıyorlar, bu tam olarak radyoaktif bir kirlenmeye benziyor ve neticede bombayı ilk kimin patlattığının bir önemi kalmıyor. Herkes birbirine özgürlüğe

ulaştığını göstermek istiyor sonuç olarak sosyalleşip, arkadaşça davranırken yaptığımız tek şey birbirimize sadece siyah renkli paltolar, cep telefonları ve deri koltuklu Cabrioletler satmak. Kirli bir çevre. İşte bu kirli çevreye kara pr (public relations) denir." (Pelevin, 2015: 138)

Görüldüğü üzere Pelevin'in eleştirdiği tüketim toplumunda mutluluk, sahip olunan eşya ile doğru orantılıdır. Kendi kimliğini "*ben x, y veya z'ye sahip olan kişiyim.*" diyerek tanımlayan insanın sağlıklı düşünme yetisi yoktur. Hatta onun düşünebildiği bile tartışmalıdır. Çünkü insanın benliği kitle iletişim tarafından yok edilmiştir. İnsan artık elinde kumandayla zapping yaparak kanaldan kanala dolaşan bir Homo Zapienstir. Homo Zapiens çalışan, para kazanan ve kazandığını tüketime yatıran bir zombidir. Toplumsal yaşam biçimi de televizyon tarafından yaratılan bir simulakrdan ibarettir. Tatarski, televizyonun serbest piyasa ekonomisindeki kilit rolünü kavradıktan sonra patronu tarafından büyük oyuna dâhil edilir. İş arkadaşı Tatarski'ye kurumun en gizli sırrını verir. Politikacılar gerçekte var olmayan sanal avatarlardır ve para sahiplerinin yönetimindedirler. Tatarski'nin çalıştığı kurumda, özel bir odada 3-D teknolojiyle yaratılmaktadırlar. Ancak politikacıların dijital bir avatardan ibaret olması Rusya'ya özgü değildir. Dünyadaki tüm politikacılar aynı özelliklere sahiptir. Para sahiplerinin toplumları dijital politik avatarlar üzerinden yönetme süreci Amerika'da başlamıştır. Bu yönetim biçimi diğer ülkeler tarafından benimsenmiş, Amerikan teknolojisini kullanarak her ülkede sanal politikacılar yaratılmıştır. Tatarski, önce bu durumu kabul etmekte zorlansa da zamanla bu durumdan rahatsız olmadan, topluma karşı herhangi bir sorumluluk duymadan işini yapmaya devam eder. Kariyerindeki basamakları hızla tırmanarak tüm insanlığa hükmeden sistemin başındaki kişi haline gelir. Yeni görevini devralmadan önce bir tören düzenlenir. Moskova'da bulunan Ostankino televizyon kulesinin yakınında, yerin yüzlerce metre altında düzenlenen bu törende Tatarski'nin 3-D teknolojiyle dijital bir kopyası yaratılır. Kahramanın da gerçeklikle bir bağı kalmaz.

Sonuç ve Öneriler

Generation "II"'yi bir dönem panoraması olarak ele almak mümkündür. Batılı tüketim toplumları olgunlaşmış kapitalist sistemlerin ürünüyken Rusya'da 90'lı yıllarda şekillenmeye başlayan tüketim toplumu, henüz olgunlaşmamış kapitalist sistemin ve kapitalizme zıt bir geçmişin izleri taşıyan bir kültürün paradoksal sentezi olarak ortaya çıkmıştır. Bu tarihi gerçek, yazarın o dönemki Rusya'yı grotesk öğelerle, absürt bir şekilde yansıtmasının nedenlerinden biri olarak gözükmektedir. Eserin kahramanı Tatarski'nin reklam metinlerinde kendi kültürel değerlerini umarsızca kullanması milli bilinçten yoksun bir entelektüel sınıfının toplumsal bilinç üzerinde ne denli zehirli ve yıkıcı bir etki bırakacağına söylemi haline gelmiştir. Bu nedenle Pelevin, toplumların manipülasyonunda entelektüel sınıfının sorumluluğunu hatırlatmak için kahramana ahlaki bir çöküş yaşatmıştır. Ayrıca eserde İngilizce metinlerin çevirisinin yapılmadan Rusça ile iç içe verilmesi yayılcı Batılı pop kültürün ulusal kültürlerdeki olumsuz etkisini simgelemektedir. Yeltsin ve tüm Duma milletvekillerinin eserde teknolojik sanal karakterler olarak karşımıza çıkması yazarın demokrasiye bakış açısını yansıtır. Yazara göre demokrasi bir simülasyondan ibarettir ve tüm dünya bu aldatmacanın içerisinde. Sanal politikacıları yaratmak için kullanılan teknolojinin Amerikan

ürünü olduğunun vurgulanması da küreselleşmede Amerikan kültürünün ve siyasetinin etkisine dikkat çekmektedir. İnsanın kendi özünden uzaklaştığı ve gerçekliğin yitirildiği bu distopya, kitle iletişim araçlarıyla insanlara gerçek olarak kabul ettirilen olguların doğasına ışık tutmuştur. Bir slogan ya da kamera açısı, kimi zaman bir nesneyi ya da kavramı özünden çok farklı göstererek topluma kabul ettirebilmekte kimi zaman da toplumun çoktan benimsediği, kendi ile özdeşleştirdiği değerlere ve hakikatlere yabancılaştırmaktadır. Ayrıca bu distopyada yiten tek şey gerçeklik olgusu değil aynı zamanda insanın kendisidir. İçinde yaşadığımız tüketim toplumlarında para kazanma hırsının ve "eşyaya" sahip olma arzusunun insani tüm özelliklerini nasıl yok ettiğinin edebi bir resmi çizilmiş, kendi benliğinden koparılan insanın, ontolojik varlığından uzaklaşarak adeta ruhsuz sanal bir varlığa dönüşmesi eleştirilmiştir. İlk bakışta klasik distopyalara benzemeyen bu eser, toplumun manipülasyonu, kötücül yönetimler gibi özelliklere sahiptir fakat eserde toplum üzerinde uygulanan bir baskı yoktur. Çünkü yaşadığımız çağda kitlelerin kontrolü için totaliter yönetimlere ihtiyaç yoktur. Artık birkaç yüz metrelik bir televizyon kulesi, binlerce hapisaneden daha çok insanı esaret altında tutmaktadır. Klasik distopyalarda bireyin yitilmesi korkusu içinde yaşadığımız çağda yerini öznenin yitirilmesine bırakmıştır. Eserde hem öznenin yitimine hem de toplumsalın yitimine dair bir endişe ön plana çıkmıştır. Eser Rusya'nın dönüşüm serüveni etrafında şekillense de söylem bakımından incelendiğinde evrensel mesajlar taşımakta, kitle iletişim araçlarıyla ve tüketimle zihni uyuşturulmuş tüm insanlığa esaretinden kurtulması için çağrıda bulunmaktadır. Özetle eser çok yönlü bir bakış açısıyla evrensel sorunların Rusya'daki izdüşümüne odaklanmıştır. Pelevin, bir taraftan Sovyetler sonrasında ortaya çıkan yeni dünyayı hayranlıkla alkışlayan entelektüellerin gerçek yüzünü gösterirken diğer yandan dayatılan yeni ütopyanın kötücül yanlarını görmesi için okuruna bir pencere açmıştır. Ülkemizde klasik Rus edebiyatına dair çevrilmiş birçok kitap, yapılmış birçok bilimsel çalışma varken, post-Sovyet edebiyatı özellikle de dönüşüm sürecinde yazılan eserler Türk okurunun ilgisine yeterince vakıf olamamıştır. Tarihsel süreci bir bütün olarak değerlendirip, toplumların yapısında dün ve bugün arasında güçlü bağlar ve neden-sonuç ilişkileri olduğu göz önünde bulundurulursa post-Sovyet eserleri Rus edebiyatının bugününü anlamak ve geleceğini görebilmek için büyük bir öneme sahiptir.

Kaynakça

- Baudrillard, J. (2016). Simülakrlar ve Simülasyon. (Çev. Adanır, O.), İzmir: Dokuz Eylül Yayınları.
- Bauman, Z. (2016). Sosyaliz - Aktif ütopya. (Çev. Araşan, A.), Ankara: Heretik Yayınları
- Epstein, M. N. (2000). Postmodern v Rossii: literatura i teoriya. Moskova: İzdatelstvo Elinina.
- Homburg, R. P. (2010). SPT Conference on Utopia, Dystopia and Critical Theory Conference Report. social & political thought, 13 May 2010, Sussex, The UK.
- Ilin, V. I. (2005). Obşçestvo potrebleniya: teoretičeskaya model i rossiyskaya realnost. Mir Rossii. Sotsiologiya. Etnologiya, 14(2),3-40.

- Khagi, S. (2008). From Homo Sovieticus to Homo Zapiens: Viktor Pelevin's Consumer Dystopia, *The Russian Review*, 67(4),559-579
- Kılıç, Y. ve Uncu, E. (2011). Eski Mezopotamya İnanç Sisteminin Yunanlılara Etkisi (İstar-Aphrodite Örneği), *History Studies*, 3 (1) 183-202.
- Liard, S. (1999). *Voices of Russian Literature*. Oxford: Oxford University Press
- Lipovetsky, M. (2001). Russian literary postmodernism in the 1990s, *The Slavonic and East European Review*, 76(1),31-50.
- Lotman, YU. M.(2000). *Semiosfera : Kultura i vzriv : Vnutri mıslyaşçih mirov : Stati. Issledovaniya*. Sankt-Peterburg : İskusstvo- SPV
- Lukaşonok, I. D. (2010). Antiutopiya Kak Sotsiokulturnıy Fenomen Naçala XXI veka, *Yaroslavskiy pedagogičeskiy vestnik*, 1(4),286-288
- Moylan, T., ve Baccolini, R. (Editör). (2003). *Dark Horizons: Science Fiction and the Dystopian Imagination*. Sussex: Psychology Press
- Pelevin, V. (2015). *Generation «II»* . St.Petersburg: Azbuka-Klassika
- Polotovskiy, S.A., Kozak R.V. (2012). *Pelevin i Pokolenie Pusotı*, Moskova: Mann, Ivanov & Ferber.
- Volkov, S. (2010). *Büyülü Koro. Lev Tolstoy'dan Aleksandr Soljenitsin'e XX. Yüzyıl Rus Kültür Tarihi*.(Çev. Gürses, S.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

İnternet Kaynakçası

- Cowley, J.(Ocak, 2000). "Gogol a Go-Go". NY Times . [Online] <http://www.nytimes.com/2000/01/23/magazine/gogol-a-go-go.html> adresinden 12 Eylül 2017'de alınmıştır. [Erişim Tarihi: 11.08.2019].
- Nehoroşev, G. (2001). *Nastoyaşiy Pelevin: Otrivki iz Biografii Kultovogo Pisatelya*" [Online] http://www.ng.ru/style/2001-08-29/8_pelevin.html [Erişim Tarihi: 11.09.2019].
- Smirnov, A.Y.(2006). *Russkaya literaturnaya antiutopiya rubeja XX-XXI vv.(problema tipologii)*. [Online] <https://elibrary.ru/item.asp?id=22825918> [Erişim Tarihi: 14.03.2019].
- Zubacheva, D. (2018). "How did Pepsi become the first American brand to take root in the Soviet Union?". *Russia Beyond*. [Online] <https://www.rbth.com/business/327568-pepsi-first-russia> [Erişim Tarihi: 18.02.2019]