GÜNDELİK HAYAT KILAVUZU

Susan Willis



İngilizceden çevirenler:
Aksu Bora-Asuman Emre

AYRINTI

SUSAN WILLIS

Kuzey Carolina Duke Üniversitesi'nde doçenttir. Edebiyat ve kültür kuramları konusunda dersler vermektedir.

Specifying: Black Women Writing the American Experience (1987; Özgülleştirme: Amerikan Deneyimini Yazan Siyah Kadın Yazarlar) adlı bir kitabı daha vardır.

Ayrıntı: 82
İnceleme dizisi: 43

Gündelik Hayat Kılavuzu
Susan Willis

İngilizceden çevirenler
Aksu Bora - Asuman Emre

Yayıma hazırlayan
Tuncay Birkan

Kitabın özgün adı
A Primer for Daily Life

Routledge/1991
basımından çevrilmiştir.

© Routledge

Bu kitabın tüm yayın hakları
Ayrıntı Yayınları'na aittir.

Kapak illüstrasyonu
Marcel Broodthaers

Kapak düzeni
Arslan Kahraman

Basıma hazırlık
Renk Yapımevi 516 94 15

Baskı
Renk Basımevi 518 54 36

Birinci basım
Kasım 1993

ISBN 975-539-054-5

AYRINTI YAYINLARI
Piyer Loti Cad. 17/2 34400 Çemberlitaş-İstanbul Tel: (212) 518 76 19 Fax: (212) 516 45 77

Susan Willis

GÜNDELİK HAYAT KILAVUZU

N C E L E M E D Z S

ŞENLİKLİ TOPLUM
İvan Illich/2. basım

YEŞİL POLİTİKA
Jonathon Porritt/2. basım

MARKS, FREUD VE GÜNLÜK HAYATIN ELEŞTİRİSİ
Bruce Brown/2. basım

KADINLIK ARZULARI
Günümüzde Kadın Cinselliği
Rosalind Coward/3. basım

FREUD'DAN LACAN'A PSİKANALİZ
Safiet Murat Tura/Tükendi

NASIL SOSYALİZM? HANGİ YEŞİL? NE İÇİN SANAYİ?
Rudolf Bahro

ANTROPOLOJİK AÇIDAN ŞİDDET
Der: David Riches

ELEŞTİREL AİLE KURAMI
Mark Poster

İKİBİN'E DOĞRU
Raymond Williams

DEMOKRASİ ARAYIŞINDA KENT
Kürşat Bumin

YARIN
Sanayi Toplumu Yol Ayrımında
Eleştiri ve Gerçek Ütopya
Robert Havemann

DEVLETE KARŞI TOPLUM
Pierre Clastres

RUSYA'DA SOVYETLER (1905-1921)
Oskar Anweiler

BOLŞEVİKLER VE İŞÇİ DENETİMİ
1917'den 1921'e Devlet ve Karşı Devrim
Maurice Brinton

EDEBİYAT KURAMI
Terry Eagleton

İKİ FARKLI SİYASET
Levent Köker

ÖZGÜR EĞİTİM
Joel Spring

EZİLENLERİN PEDAGOJİSİ
Paulo Freire

SANAYİ SONRASI ÜTOPYALAR
Boris Frankel

İŞKENCEYİ DURDURUN!
İnsan Hakları ve Marksizm
Taner Akçam

ZORUNLU EĞİTİME HAYIR!
Catherine Baker

SESSİZ YIĞINLARIN GÖLGESİNDE YA DA TOPLUMSALIN SONU
Jean Baudrillard

ÖZGÜR BİR TOPLUMDA BİLİM
Paul Feyerabend

VAHŞİ SAVAŞÇININ MUTSUZLUĞU
Siyasal Antropoloji Araştırmaları
Pierre Clastres

CEHENNEME ÖVGÜ
Gündelik Hayatta Totaliterizm
Gündüz Vassal/3. basım

AĞIR ÇEKİM
Değişen Erkeklikler/Değişen Erkekler
Lynne Segal

CİNSEL ŞİDDET
Yaşayanlar/Yaşatanların Antropolojisiyle
Alberto Godenzi

ALTERNATİF TEKNOLOJİ
Teknik Değişmenin Politik Boyutları
David Dickson

ATEŞ VE GÜNEŞ
Platon Sanatçıları Niçin Dışladı?
Iris Murdoch

OTORİTE
Richard Sennett

TOTALİTARİZM
Simon Tormey

İSLAM'IN BİLİNÇALTINDA KADIN
Fetna Ayt Sabbah

MEDYA VE DEMOKRASİ
John Keane/2. basım

ÇOCUK HAKLARI
Der: Bob Franklin

ÇÖKÜŞTEN SONRA
Sosyalizmin Geleceği
Der: Robin Blackburn

DÜNYANIN BATILILAŞMASI
Gezegenimizin Birörnekleşmesinin Anlamı, Önemi ve Sorunları Üstüne Bir Deneme
Serge Latouche

TÜRKİYE'NİN BATILILAŞTIRILMASI
Cengiz Aklar

SINIRLARI YIKMAK
Feminist, Yeşil Bir Sosyalizme Doğru
Mary Mellor

KAPİTALİZM, SOSYALİZM, EKOLOJİ
Yönelim Bozuklukları/Arayışlar
André Gorz

AVRUPAMERKEZCİLİK
Bir İdeolojinin Eleştirisi
Samir Amin

AHLÂK VE MODERNLİK
Ross Poole

GÜNDELİK HAYAT KILAVUZU
Susan Willis

HAZIRLANAN KİTAPLAR

GÖSTERİ TOPLUMU VE YORUMLAR
Guy Debord

DEMOKRASİ VE SİVİL TOPLUM
John Keane

SİVİL TOPLUM VE DEVLET
Avrupa'da Yeni Yaklaşımlar
Der: John Keane

DAHA AZ DEVLET/DAHA ÇOK TOPLUM
Özgürlük/Ekoloji/Anarşizm
Rolf Cantzen

AMERİKA
Jean Baudrillard

MODERNLİĞİN SONUÇLARI
Anthony Giddens

TARİH VE TİN
Özgürleşme Felsefesi Üzerine Bir İncelerne
Joel Kovel

YÖNTEME KARŞI
(Gözden Geçirilmiş Yeni Basım)
Paul Feyerabend

TUHAF HAVA
Sınırlar Çağında Kültür, Bilim ve Teknoloji
Andrew Ross

POSTMODERNİZM VE TÜKETİM KÜLTÜRÜ
Mike Featherstone

MEDYA, ULUS VE ŞİDDET
Philip Schlesinger

ÖLESİYE EĞLENMEK
Gösteri Çağında Kamusal Söylem
Neil Postman

Gündelik hayatı soyutlanmaktan kurtarmak için
şunlara güveniyorum:

Eleştirel hayalgücünü tutuşturacak cüretli dostlara,
sosyalizmi hedefleyen mücadele arkadaşlarına,
bazen de,
salt tutkuya.

Bütün bu anlamları yüklediğim insanlara
bu sayfada ve daha özel biçimlerde
teşekkür etmek istiyorum.

YAZARIN NOTU

Bu kitaba *Gündelik Hayat Kılavuzu* adını verirken, bir yandan burada ifade edilen gözlemlerde Henri Lefebvre ile Michel de Certeau'nün bir "günlük hayat" ("*la vie quotidienne*") kavramı geliştirmek yönünde yaptıkları öncü çalışmaların payını teslim etmek, öte yandan da bir ayrım yapmak istedim. "Günlük hayat" terimi Avrupa'nın kitle kültürünün gelişimine verdiği tepki içinde doğdu; kökleri temelinde şehir yaşantısında bulunuyor. Burada söz konusu yazarların toplumsal hayatın ve pratiğin sıradan yönleri üzerinde yaptıkları vurguyu korurken, bunları daha çok ABD'ye ve banliyölere özgü bir bağlama yerleştirmeyi amaçlıyorum.

Gündelik hayatın nihai sonucu meta biçimidir: Meta kapitalizminin bütün çelişkileri ve bunları dönüştürmeye yönelik ütopyacı arzularımız burada kapsanır.

İÇİNDEKİLER

I. KULLANIM DEĞERİ: AMBALAJIN AÇILMASI 9
II. META OLARAK CİNSİYET 33
III. MUZDAN ÖĞRENDİKLERİMİZ 53
A. Dünkü muz: Tatminin ikâmesi 55
B. Bugünkü muz: Logo diyarına yolculuk 63
C. Miki'den öğrendiğimiz: Logonun evrimi 68
IV. EGZERSİZLER 76
A. Bedenimiz, kendimiz 76
B. Egzersiz 79
C. Çalışma 88
D. Jem ve hologramlar 94
E. Peri masalından aşk romanına 97

V. EVCİLİK OYUNU 102
Kültür olarak ev içi emeği
A. Ce-ee: Görünmeyen görünür oluyor 108
B. Annie, Betty ve Barbie ile yemek pişirme 111
C. Haydi evcilik oynayalım 118
VI. SİYAH OLANI İSTİYORUM 126
Meta kültüründe Afro-Amerikan kültürüne yer var mı?
A. Farklı olmak 126
B. Canın çıkana dek alışveriş et 130
C. Siyah suretlerden Michael Jackson'a 135
D. Minstrel: Disney versiyonu 151
VII. TATLI RÜYALAR 154
Meta kapitalizminde kâr ve bedeli
A. Şeker: Saf zehir 154
B. Şeker: Saf kâr 159
C. Krak: Uyuşturucu kültüründe yaşamak 169
D. Krak: Bedel 177
VIII. DEPREM ÇANTASI 183
Sıradanın politikası
A. Deprem çantası: Postmodern bir radyasyon sığınağı 185
B. Bodrumda kamp kurma 191
C. Bir çuval patates ve evlerle dolu bir cadde 195
D. Aile fotoğrafları 206
SON SÖZ 208
KAYNAKÇA 211

I. KULLANIM DEĞERİ: AMBALAJIN AÇILMASI

Her şey ambalajlandı. Yirminci yüzyılın sonunda meta üretimi, gündelik hayatın en az dikkat edilen yönlerinden biri olacak kadar bizzat meta biçiminin bir parçası haline gelen ambalaj ile el ele gidiyor. Ancak 20 kiloluk siyah plastik çöp torbalarını taşıyıp sürüklemek zorunda kaldığımızda ambalajın ne boyutlara vardığını anlayabiliyoruz. Yoksa, eczane ve indirimli satış mağazalarında bile satılan malların %80'inin ambalajlanmış olduğu gözden kaçmaya devam eder. Tek tek kutulanmış ya da sergilenmek üzere bir rafa dizilmiş ürünlerin çoğunda ambalaj, ürünün görülebileceği bir naylon pencereye sahiptir. Gündelik hayatın bir parçası olarak neredeyse görünmez olduğu halde tüketicinin bakışını cezbeden ambalaj, renk kullanımı ve tasarımıyla tüketiciyi belli bir markaya

yöneltmenin ve ilgisini çekmenin bir aracıdır. Plastik örtü, vitrinin yerini alarak, her bir kalemin sergilenmeye layık olduğunu gösterir.

Ambalajlama aynı zamanda ağırlık ve ölçülerin standartlaşmasını da sağlar. Bugünün tüketicisi için "net ağırlık" etiketi, bir çamaşır deterjanının gerçekten 2kg ya da belli bir kavanozdaki fıstık ezmesinin 0.5 kg ağırlığında olduğunun tek garantisidir. Ağırlıkların ve ölçülerin standartlaşması, satıştaki rasyonelleşmenin göstergesidir; tıpkı üretimde Taylorizasyonun yaptığı gibi. Taylorizasyon işyerinde üretimi rasyonelleşmiş birimlere bölerek, üretim araçları sahiplerinin, üretim süreci üzerinde daha fazla denetim kurmalarını ve işgücünü daha sistematik bir biçimde sömürmelerini sağlayarak, verimliliği ve etkinliği artırmıştır. Nihai hedefi rasyonelleşmiş meta birimlerinin tüketimidir. Bugün mutfak dolaplarımızı dolduran pek çok temel besin maddesi, krakerler, tahıllar, un, turşu, önceleri ambalajsız olarak, kiloyla satılıyordu. Richard Ohmann, Quaker marka yulaf ezmesinin ilk kez ambalajlanmış olarak piyasaya çıkışını anlatırken, kitlesel meta ambalajlarının on dokuzuncu yüzyılın sonundaki ilk örnekleri ile bu ülkede bir tüketici kitlesi oluşturan ilk sınıf olan serbest meslek sahipleri ve ücretlilerin çoğalması arasında ilişki kuruyor (Ohmann, 1988). Daha önce açıkta satılan ürünlere kıyasla kiloluk kutularda satılan Quaker yulaf ezmesi gibi kitlesel olarak üretilen ve ambalajlanan ürünlerin reklamı, bunların temel ev ihtiyaçlarını satın almanın ve saklamanın daha etkili bir aracı oldukları üzerinde durularak yapılıyordu. 1890'lardan başlayarak artan kentleşmenin giderek daha fazla ailenin ambalajsız satılan mamulleri saklayacak yerden yoksun olması anlamına geldiği doğru olmakla birlikte, ambalajlamanın asıl etkisi, satılan malları standart birimlere indirgemesiydi; böylece, üreticilerin, tüketim üzerinde daha büyük bir denetime sahip olmaları ve reklamlarla tüketicileri daha sistematik olarak sömürmeleri sağlandı. 1890 öncesinde daha sonra Quaker yulaf ezmesi adı verilen ürünün reklamı yapılmıyordu; çünkü böyle bir reklam sadece genel olarak yulaf ezmelerinin satışını artırırdı. Reklamın özelliği, belli bir malı (ve bunun uzantısı olarak, tüketiciyi) ayrışmış bir birim olarak göstermesidir.

Kaliforniya kuru üzümleri için yapılan ve çok tutulan reklam kampanyası, postmodern kapitalizme uygun yeni bir meta kavrayışına işaret ediyor. Önceleri Kaliforniya kuru üzümleri belli bir marka ile (Sun Maid gibi) pazarlanırken; artık "Kaliforniya Üzümleri" adıyla, Kaliforniya güneşiyle ısınırken "Bunu Kulaktan Duydum" şarkısını söyleyen ("I Heard it Through the Grapevine"- grapevine, hem asma hem de kulaktan kulağa haber nakli anlamına gelir - ç.n.) siyah, buruşuk yüzlü, sıska "züppe" resmiyle sunuluyor. Bu yeni sunum biçimini marka öncesi döneme dönüş anlamına almamak gerek; burada rock müzikle ve siyah kültür kahramanlarıyla bağlantısı sayesinde üzerinde "Üzüm" yazan plaj havlularından acayip bebeklere kadar uzanan çok geniş bir yan ürün alanına sahip olan bir hiper-ürün söz konusu. Eğer marka pazarlamacılığı tüketicilerin Taylorizasyonunu temsil ediyorsa, kitlesel pazarlamanın yan ürün reklamları da post modern biçimin temsilcisidir. Postmodern reklamcılık, geniş tüketici kitlesini birbirinden farklı ve yönetilebilir birimlere ayırmak yerine, tüketici özneye aynı anda değişik açılardan yaklaşılabileceğini varsayar. Ağzımıza kurutulmuş meyve sürmesek bile, "Kaliforniya Üzümlerini" tüketebiliriz.

Ambalajın bir diğer önemli işlevi, ürünün saflığını bir değer haline getirmesidir. Henry P. Crowell yulaf ezmesini ilk ambalajladığında, ürünü çuvalla satılan ve tezgâhtarların ellerine, öksürüğüne ve açık havaya maruz kalan yulafla karşılaştırarak, "saf" bir ürün olarak pazarlamıştı. Yirminci yüzyılın sonlarındaki tüketici kültüründe, "hijyen" karmaşık ideolojik çağrışımlara sahip. Bunların çoğu, Birinci Dünya'nın gelişmiş ülkeleriyle Üçüncü Dünya'nın azgelişmiş ülkeleri arasına temel bir ayrım koyan ilerleme anlayışından kaynaklanıyor. Saflık, her bir malın ayrı ayrı raflara dizildiği, ezilmiş meyvelerin, bozulmuş etlerin, son kullanma tarihi geçmiş sütlerin atıldığı, soğuk hava yayılan (ki soğukluğu ve yapaylığı saflığın neredeyse simgesidir) modern Birinci Dünya süpermarketiyle aynı anlamda kullanılır. Ne de olsa, mikroplar soğutulmuş havada yaşayamazlar. Ve Birinci Dünya'da saflık, mikroptan arınmışlık anlamına gelir; bu saflığa ulaşmanın yolu çok miktarda böcek öldürücü, kimyasal katkı maddeleri, buharla dezenfektasyon, radyasyon ve diğer yapay tekniklerin kullanımını gerektirse bile. Bi-

rinci Dünya, Üçüncü Dünya'nın açık pazarlarını, tam bir pislik yuvası olarak tahayyül eder. Çürümüş meyve, et ve peynir kokusu bakteri korkusuna kapılmaksızın düşünülemez. Yiyecekler sepetlerden taşar, kasalarda ya da kaldırımda karmakarışık durursa mallar, daha da kötüsü insanlar birbirine karışmış demektir. Birinci Dünya'da, ambalaj saflığın, yani en kapsamlı anlamıyla, kendini güvencede hissetme arzusunun, fetişleştirilmiş işaretidir. Meta kapitalizminde en dayanılmaz tecavüz, ürünün saflığına halel getirmektir. Saflık idealinin korkulu rüyası, kızdıkları ya da canları sıkıldığı için henüz dondurulmamış ya da paketlenmemiş yiyeceklere tüküren, hatta işeyen yiyecek sektörü işçileriyle ilgili hikâyelerdir. Benzer şekilde, güvence özlemi içindeki tüketicinin en büyük kâbusu, ürünlere tehlikeli maddeler karıştıran delilerdir. O deliler ki, Tylenol şişesinin mühürlü kapağını görünce içine siyanür koyma isteğine gem vuramazlar!

Ambalajın bu işlevleri ve bunların ideolojik içerimleri, meta tüketiminin atıklarının, bir bütün olarak içinde yaşadığımız kültürü anlamanın en verimli yolu olabileceğini gösterir. Yukarıda değindiğimiz konular karmaşık ve ilginç olabilir; ama hiçbiri, ambalajlamayı bizzat meta biçiminin bir boyutu olarak incelemez. Böyle bir tahlil, ambalajı metanın biçimsel ekonomik çelişkisinin bir metaforu olarak görecektir. *Kapital*'de Marx, tam bir kapitalist ekonomik ilişkiler sistemi tahlilini, metanın tarifiyle başlatır. Hem kapitalizmi hem de çelişkiyi anlama araçlarının temeli bu kavramdır. Marx metayla başlamıştı; ben metayı ambalajında metaforik olarak yinelendiği biçimiyle anlamaya başlıyorum.

Bugün kitlesel olarak üretilen malların ambalajında en önemli öğe, naylon kullanımıdır. Naylon, hem ürünle tüketici arasında bir engel işlevi görür hem de ürünü çıplak olarak tüketicinin gözleri önüne serer. Bazen ürünü tamamen saran naylon, tüketicinin eli ile nesne arasında şeffaf bir deri gibidir. Hem biçimlendirilmiş ve çıplak hem de örtülü ve dokunulamaz olan ürünlerin teşhiri, "cinsel" bir nitelik kazanır. Naylon ambalaj, erkek ve kadın fantezilerini harekete geçiren bir tür saklambaça dönüşür: Striptiz ya da örtülü fallus. Ambalaj, belli bir nesneye duyulan isteği, bir cinsel arzuya dönüştürür.

Ambalaj, ürüne sahip olma sürecini uzatır. Alıcı, belli bir malı



seçer, parasını öder, ama plastik ya da karton kutusunu açana kadar ona tam anlamıyla sahip olamaz. Tüketici, ürünün kullanım değerini ona sahip olduğunda elde eder. Ambalaj tüketiciyi kullanım değerine ilişkin farkındalıktan ayırma rolünü üstlenir ve belli bir mala sahip olma ya da onu kullanma beklentisini artırır. Ambalaj, yılbaşı ve yaşgünü hediye paketlerini çağrıştırabilir. Ne var ki naylon ambalaj, hediye paketinin gizlediğini gözler önüne serer. Paketteki hediyeyle ilgili beklenti, bilinmeyen bir nesneye duyulan ilgiden kaynaklanır. Naylon ambalajlı ürünle ilgili beklenti ise, ne olduğu önceden belli bir ürünü kullanmanın nasıl olacağı hayaline dayanır. Bütün tüketim edimlerimizde, annesini en son çıkan Hayalet Avcıları oyuncağını alması için ikna etmeye çalışan çocuktan farkımız yoktur. Ambalajlı oyuncağı rafta gördüğü andan kapıdan çıktığı ana kadar çocuk ambalaja dokunur, çizgilerini yoklar, gözleriyle oyuncağın ayrıntılarını inceler, Hayalet Avcısı'nın saçlarını diken diken edip gözlerini yuvalarından fırlatacak kıskacı itmenin

ve paketin içindeki henüz dokunamadığı jelatini yavaşça çıkarmanın nasıl bir şey olacağını hayal eder.

Tania Modleski, pembe dizilerle (soap-opera) ilgili tahlilinde (Modleski, 1982), ambalajın deşifre edilmesinde ipucu olabilecek bir noktaya parmak basıyor. Modleski'ye göre pembe dizilerde en göze çarpan bilimsel özellik,"bekleyiş"tir. Hepimizin bildiği gibi, bu tür dizilerde gerçekte hiçbir şey olmaz; hiçbir sorun tam anlamıyla çözülmez. Belli bir bölümdeki kişiler, iki üç gün ortada gözükmeyebilirler; bir kişi dramatik bir olayı veya bir skandalı haber verebilir, ama bunun etkileri haftalar sonra ortaya çıkabilir. İzleyiciler, bölüm bölüm, inanılmaz bir "sonunda ne olacak" beklentisi içinde, entrikaları ve insanları askıya almayı öğrenirler. Modleski'nin dediği gibi, "pembe diziler, biraz da sona ermemeleri nedeniyle izleyicileri için önemlidirler... Hikâye, arzu ve tatmini arasına gittikçe daha karmaşık engeller koydukça, beklemeyi kendi için amaç haline getirir" (Modleski, 1982:88). Modleski zekice bir benzetmeyle pembe dizilerin temel bir özelliği olarak bekleyişi ev kadınlarının günlük yaşantılarıyla karşılaştırır. Evde yalnız, kocası işte, çocukların bazıları veya hepsi okulda olan ev kadını, tam bir bekleyiş havasıyla kuşatılmış olarak, evin tüm günlük gereksinimlerini karşılar:

> Pembe diziler, kadınların gündelik yaşamının temel öğesine, bekleyişe, zevki soktular: Telefonun çalmasını, bebeğin uykuya dalmasını ya da dizideki aile dağılmamak için savaş verirken, az sonra ailesinin birarada gelmesini beklemek.
>
> (Modleski, 1982: 88)

Modleski, pembe dizilerin çekiciliğinin, bekleyişi bir zevk haline getirmeleri olduğu sonucuna varıyor. Pembe dizi, beklemeyi bir estetik haline getirir. Bu da ev kadınını gerçek ve asap bozucu bekleyiş halinden çıkarır. Onun bekleyişi bir zevk olarak algılamasını sağlar.

Modleski'nin gözlemlerini, tüketici olarak bizlerin, ürünlerin kullanım değerleriyle ilişkimize uygulayacağım. Ambalaj, pembe dizinin bekleyişi bir yaşantı olmaktan çıkarıp bir biçime dönüştürmesi gibi kullanım değeri beklentisini bir estetiğe dönüştürür. Hiç-

bir mal, alıcısının arzu ve beklentilerine tam yanıt veremez; çünkü meta kapitalizminde, kullanım değeri tam olarak gerçekleştirilemez ve ancak tükettiğimiz nesnelerde fetişleştirilmiş görünümleri ile karşımıza çıkar. Ekonomik tüketim düzeyimiz ne olursa olsun bu durum geçerlidir. Reklamlarda vaat edilen tatmini sağlamayan pespaye bir mal, daha az pespaye olacağı umulan bir sonraki malın beklentisine sokar bizi. Benzer şekilde, tüm beklentilerimize cevap verecek gibi görünen üst sınıf bir mal, örneğin muhteşem ve pahalı yeni moda bir giysi, alıp eve götürerek bıktığımız eskimiş giysilerimizin yanına astığımızda, yeni bir alışveriş güdüsü yaratır. Kullanım değeri beklentisini meta biçimi içindeki zevk alanı olarak tanımlayan kapitalizm, tüketiciyi (ister kadın, ister erkek, çocuk ya da yetişkin olsun) Modleski'nin evkadını için tarif ettiğine benzer bir konuma koymuş olur. Beklemek, ancak toplumsal olarak yalıtılmış ve güçsüzleştirilmiş kişiler için estetik bir zevk kaynağı olabilir. Beklemeyi bir zevk olarak değerlendiren ev kadınının, günü geçirmenin daha aktif ve daha olumlu bir tarzını bulabilmesi güçtür. Bunun gibi tüketici de kullanım değeri beklentisi ile zevki birlikte düşünmeyi öğrenir; çünkü tüketim kültürü kullanım değerinin kendi başına anlam taşımasına ya da değerlendirilmesine izin vermez.

Kullanım değeri kendi beklentisini yaratmaktan başka bir şeye hizmet etmez görünürken, kullanım değeri beklentisini geliştirir. Kullanım değeri ile beklenti arasında böylesi bir ayrışma, Wolfgang Haug'un *Critique of Commodity Aesthetics*'inde (Meta Estetiğinin Eleştirisi) geliştirdiği tahlilin temelini oluşturuyor. Haug, geç kapitalizm bağlamında bir meta fetişizmi tanımı geliştirebilmek amacıyla reklamlarda odaklanıyor. Marx'ın meta fetişizmi tanımını izliyor; ama Marksgil değişim değeri/kullanım değeri çelişkisini, temel çelişkinin alıcı ile satıcı arasında görüldüğü pazar ekonomisinin terimlerine tercüme ediyor. Marx'ın metayı insan emeğinin soyut biçimi ve bunu da değişim değeri yaratma sürecinin temeli olarak gördüğü yerde, Haug, mamulün kullanım değerinin satışın hizmetine sokulduğunu görüyor. Alıcı, "metayı yaşamak için gerekli bir araç olarak değerlendirir"ken, satıcı için "bu tür gereksinimler, değer kazandırma aracıdır" (Haug, 1986:15).

Haug, metaların "ikili bir gerçeklik"e sahip olduğu sonucuna varır: Birincisi, metanın bir kullanım değeri vardır. "İkincisi ve daha önemlisi ise, kullanım değerinin *görüntüsüne* sahiptirler" (Haug, 1986:16). Haug'a göre kullanım değeri görüntüsü, nesnenin kendisinden "kopuk"tur (Haug, 1986:17). Reklamcıların yakaladığı, sözcükler ve imajlarla duyumsal olarak algılanabilir hale getirilen, metanın işte bu yönüdür. Metanın Haug tarafından görüntü olarak tanımlanan yönü, beklenti kategorisine tekabül ediyor diyebiliriz. Her ikisi de metanın fetişleştirilmesinin, tüketici için kullanımın fetişleştirilmesi olduğu fikrini içeriyor. Marx, "farklı ürünlerimizi değer olarak eşitlediğimiz her mübadelede, aynı zamanda bu ürünlere harcanan farklı emek türlerini de emekgücü olarak eşitlemiş oluruz. Bunun farkında değilizdir, ama yaparız" (Tucker, 1978:322) derken, buna dikkat çekmişti. Metaların fetiş niteliği emeğin soyutlanmasından kaynaklanır ve bu, tüketici olarak bizlerin doğrudan fark edebileceğimiz bir şey değildir. Gündelik hayatımıza daha çok, fetişleştirilmemiş bir kullanım değerini tam olarak kavrayamama, hatta tahayyül bile edememe olarak girer.

Haug'un meta estetiğine ilişkin açıklamaları, özellikle, insan duyarlılığının tamamen soyutlanarak ve piyasa değerine dönüştürülerek kullanım değerinin görüntüsünde içkin hale getirildiğini düşünmesi, eski Marksist entelektüellerin geliştirdiği "şeyleşme" kavramıyla güçlü bir benzerlik gösterir. Şeyleşme üzerine yazılmış dönüm noktası niteliğindeki bir metin, Georg Lukacs'ın *History and Class Consciousness* (Tarih ve Sınıf Bilinci) adlı yapıtında yer alır. Lukacs, Marx'ın bir cümlesiyle başlar: "Emeğin toplumsal karakteri, insanlara metada o emeğin ürününün ayrılmaz ve nesnel bir özelliğiymiş gibi gelir" (Lukacs, 1971: 86) ve meta fetişizminin hem nesnel hem de öznel bir olgu olduğu fikrini geliştirerek devam eder (Lukacs, 1971:87). Nesnel olarak, yasalarını kavrayabileceğimiz, fakat yine de "kendi güçlerini yaratan görünmez kuvvetler"e itaat eder gibi görünen bir piyasa ekonomisi ve metalar dünyası vardır (Lukacs, 1971: 87). Öznel olarak ise, meta kapitalizminde, insanlar kendi etkinliklerine yabancılaşırlar; çünkü bu etkinlikler artık metalaşmıştır. Lukacs'ın şeyleşme tanımında düğüm noktası şudur: İşgücü bir kez insan etkinliğinin soyutlaması haline gelince,

etki alanını insani nitelikler ve kişilik alanlarını da kaplayacak şekilde genişletir. Böylesi bir nesnelleştirme, fazlasıyla bölümlere ayrılmış ve rasyonelleştirilmiş kapitalist üretim süreciyle birleşince, hem bilinçte hem de işgücünde, "bireyin atomize olması"nı (Lukacs, 1971: 91) doğurur. Şeyleşme, meta fetişizminin insan hayatı terimlerine tercümesidir.

> Meta ilişkisinin "hayaletimsi bir nesnelliği" olan bir şeye dönüşümü, insan ihtiyaçlarının giderilmesine yarayan tüm nesnelerin metalara indirgenmesiyle yetinemez. Damgasını bir bütün olarak insan bilincine kazır; insanın nitelikleri ve yetenekleri kişiliğinin organik bir parçası olmaktan çıkar, tıpkı pek çok nesne gibi "sahip olduğu" ya da "sattığı" şeyler haline gelir. İnsan ilişkilerini kalıba dökecek bir doğal biçim yoktur; insanın psikolojik ve fiziksel "nitelikleri"ni bu şeyleşme sürecinin boyunduruğuna vermeden oyuna katabilmesinin yolu yoktur
> (Lukacs, 1971:100).

Lukacs ve Haug'un meta biçimine ilişkin tahlillerinde ortak nokta, kapitalizmde insan niteliklerinin ve hayatın duyumsal boyutunun nesnelleştirdiği ve soyutlaştırıldığı ya da insanlardan ve onların etkinliklerinden "koparıldığı", böylece "şeyleşmiş" ya da "estetize edilmiş" metalar haline geldikleridir. Mesele, bu sürecin nasıl tersine çevrileceği ya da kırılacağıdır; meta biçiminin soyutlayarak olumsuzladığı insan niteliklerinin yeniden nasıl keşfedilip olumlanacağıdır. Bu çizgideki en heyecan verici düşünce, Theodor Adorno'nun *Negative Dialectics*'inde (Olumsuz Diyalektik) bulunabilir. Lukacs gibi Adorno da bilincin -kendimizi ve dünyayı kavramlaştırma biçimimizin- kapitalizm tarafından karşı konulmaz şekilde biçimlendirildiğini görür. Adorno da doğrudan Marx'ın meta kuramından, özellikle de eşdeğerlilik olgusundan yola çıkar. Mübadelenin gerçekleşebilmesi için, çok değişik özelliklerinden dolayı aslında farklılaşması gereken metalar, bir eşdeğerliliğe ulaşmalıdırlar. Daha önce de işaret edildiği gibi eşdeğerliliği sağlayan, emeğin soyutlanarak işgücüne dönüşmesidir. Marx'ın dediği gibi, "en farklı türden emeklerin eşitlenmesi, ancak onların eşitsizliklerinden soyutlanmalarının ya da onları en küçük ortak paydalarına (yani insanın işgücü harcama sürecini soyut emeğe) indirgemenin

bir sonucu olabilir" (Tucker, 1978: 322). Marx "eşdeğer"den söz ederken, daha felsefi bir noktadan hareket eden Adorno, "özdeşlik" kavramını geliştirir. (Adorno, 1973: 146) *Negative Dialectics*'in tamamı, köklerini ekonomiden alan ve tüm insan davranışlarını ve düşüncelerini tahakkümü altına alan bir biçim olarak özdeşleştirmenin baskısını ortadan kaldırmak için "tam özdeşlik görüntüsünün aşılmasını" amaçlar (Adorno, 1973: 146).

> (Mübadele) ilkesi, -insan emeğinin evrensel soyut ortalama çalışma saatleri kavramına indirgenmesi- temel olarak, özdeşleştirme ilkesiyle benzerlik gösterir. (Ekonomik mübadele) bu ilkenin toplumsal modelidir ve bu ilke olmaksızın (mübadele) olmazdı; özdeş olmayan bireylerin ve girişimlerin ölçülebilir ve özdeş haline gelmesini sağlayan şey (mübadele)dir. Bu ilkenin yaygınlaşması, tüm dünyaya bütün ve özdeş olması yolunda bir zorunluluk dayatır.
>
> (Adorno, 1973: 146).

Adorno, negatif diyalektiğin mümkün oluşunu, kapitalizmin bir sistem ve bir bilinç biçimi olarak hem bütünsel hem de bütünsel olmamasına dayandırır. Eşdeğerlemeye imkân veren insan emeğinin soyutlanması, çok sayıda ve nitelik olarak farklı emeklerin varlığını hem reddeder hem de öngerektirir. Bu kapitalizmin çelişkisidir. Adorno'ya göre çelişki "özdeşliğin gerçek olmadığını gösterir" (Adorno, 1973: 5); kapitalizmin dışında tamamen başka bir konumun varlığını onayladığı için değil, "özdeşlik görünümü altında özdeşsizlik (nonidentity)" olduğu için (Adorno, 1973: 5). *Negative Dialectics*, kapitalizmde gündelik hayatın toplumsal pratiklerini yeniden düşünmek ve uygulamak için muazzam imkânlar içerir; çünkü, "şeyleşme" kavramının yaptığının tersine fetişizmi, tahakkümün soyutlayıcı güçleri ile onların ütopyacı antitezleri arasında bir gerilim olarak anlar. Peki çelişkiyi nasıl anlayacağız? Adorno, bir ekonomik sistem olarak kapitalizmdeki çelişki imkânını çelişkiyi düşüncede gerçekleştirme imkânı ile bir tutar. Adorno'ya göre şeylerin kendilerini tanımlayan kavramlara dönüşüm süreci bazı şeyleri dışarıda bırakır: Kavramın çelişkisi olarak işlev gören bir "bakiye." Negatif diyalektiği gündelik hayata tercüme etme projesi, bu yüzden eşdeğerlenme sürecinde asimile edilemeyen dirençli

(hatta dolambaçlı) pratikler ve ilişkiler malzemesinin, yani tüm bakiyelerin bulundukları yerlerden çıkarılmalarını gerektirir.

Negative Dialectics, özdeşlik yönündeki engellenemez eğilim ve bunun felsefedeki yansımalarının acımasızca serimlenişidir. Gündelik hayatın daha sıradan dünyasında, negatif diyalektik, standartlaşmanın bir kalite işareti olarak pazarlandığı ve nitelik olarak birbirinden farklı toplumsal ve kültürel biçimlerin metaların tasarım ayrıntılarına dönüştüğü kitle kültürünün türdeşleştiriciliğine karşı çıkar. Adorno'nun yazılarındaki en ilginç nokta, özdeşlik kavramı ve tüm sonuçları tamamen açıklandığı halde, "özdeşsizlik" kategorisinin hiçbir zaman tam olarak tanımlanmaması ya da çözümlenmemesidir. Adorno, böyle bir çözümleme girişiminin "özdeşsizlik"in çelişik karakterini yok edeceğini ima eder. "Özdeşsizlik"i felsefi terimlerle belirlemeye en yaklaştığı yer, "Marksist terminolojideki 'kullanım değeri' kavramı özdeşlik kavramına tabi olamaz" dediği önsözüdür. (Adorno, 1973:11)

Bu önerme, tartışmayı başlangıçtaki noktaya, meta kapitalizminde kullanım değerinin olup olamayacağı problemine- ya da Haug ve Lukacs'ın dedikleri gibi tüketicinin tanım gereği, soyutlama ile kuşatıldığı ve kullanım değerini ancak "görünüş" ya da "şeyleşme" olarak anlayabileceği tartışmasına geri götürür.

Bu mantık yürütme tarzının karşısında, Marksist popüler kültür eleştirisinde tamamen farklı bir yaklaşım yer alır: Somut kullanım değerlerini kurtarma imkânını bir kenara bırakan bu anlayış, kapitalizmin tek toplumsal gerçekliği ve bu yüzden toplumsal hayatın dönüşümünün tek alanı olarak görüntüler dünyasına yönelir. Bu yaklaşımda, imgesel olanın (imaginary) karmaşık boyutlarına bürünen görüntü, Haug'un kuramındakinden daha fazla şey ifade eder. Haug kullanım değerinin görüntüsünü tamamen fetişleştirilmiş ve yönlendirilmiş bir kavram olarak çizerken, imgesel olan, toplumsal ve psişik hayatı, gereksinim ve arzuları bir araya getiren; toplumsal hayatı tahakküm altına almayı, denetlemeyi ve massetmeyi hedefleyen güçlerle arzu, anlam oluşturma ve kültürel direniş pratiklerinin karşı karşıya geldiği bir mücadele alanı olarak görülür. İmgesel olanın popüler kültürdeki işlevinin bu tanımı, Walter Benjamin'in bir dönüm noktası oluşturan "Mekanik Yeniden Üre-

tim Çağında Sanat Yapıtı" başlıklı makalesinde yer alır. Bu belki de Marksist popüler kültür eleştirisinin geliştirilmesindeki en önemli makaledir. Mekanik yeniden üretimin (reproduction) etkilerinin önemini cesur ve özgürleştirici bir biçimde göstermiştir. Yine de bugün pek çok öğrenci, bu makalenin devrimci yönünü anlayamıyor ve bunun yerine metni Benjamin'in büyük geleneksel sanatın eşsiz ve sihirli özelliklerini tanımlamak için kullandığı "aura" kavramının kaybolmasından nostaljik bir yakınma gibi algılıyorlar. Biri devrimci, diğeri nostaljik birbirinden bu kadar farklı iki okuma nasıl gerçekleştirilebilir? Belki de Benjamin, okuyucusunun nostaljiyle hesaplaşmak zorunda kalmasını amaçlamıştı. Ne de olsa hepimiz sanatı özelleştiren, ona ayrıcalıklı bir anlam ve bir "aura" bağışlayan sınıf tarihinin ürünleriyiz. Dahası, mekanik yeniden üretimin demokratikleştirici potansiyelini tam olarak anlamamızı sağlayacak olan dönüşüme, toplumun sosyalist dönüşümüne henüz tanık olmadık. Bu açıdan, Benjamin'in bazı sözleri kaçınılmaz olarak "keşke böyle demeseydi" dedirtiyor. "Aura"nın "solmakta oluşu"ndan söz eden Benjamin (Benjamin, 1969: 221) bize, Mekanik yeniden üretimin sanatın "değerini düşürdüğünü" söyler (Benjamin, 1969:221). Özgün sanat yapıtlarını belirtmek için kullandığı "sahicilik" sözcüğü bile, somut bir şeye özlem uyandıran bir sözcüktür; özel mülkiyet pahasına alınıyor olsa bile.

> Yeniden üretim tekniği, kopyalanan nesneyi gelenek alanından koparır. Yapılan kopyalar tek "asıl"ın yerine geçer. Ve röprodüksiyonun, satın alan ya da dinleyenle onun kendi koşullarında karşı karşıya gelmesine olanak vererek yeniden üretilen nesneyi harekete geçirir. Bu iki süreç, gelenekte bugünün krizinin (faşizm) tersi ve insan türünün yenilenmesi anlamını taşıyan muazzam bir *sarsıntıya* yol açar. Her iki süreç de günümüzün kitle hareketleriyle yakından bağlantılıdır. En önemli araçları, filmdir. Filmin toplumsal önemi, (özellikle en olumlu biçimiyle) yıkıcı ve boşaltıcı yönü yani kültürel mirasın geleneksel değerinin *tasfiyesi* yönü de dikkate alınmadan kavranamaz.
>
> (Benjamin, 1969:221)

Benjamin burada pek çok yeni Marksçı popüler kültür eleştirisine temel oluşturmuş iki nokta tanımlıyor: 1. Mekanik yeniden üre-

tim geleneksel biçimler ve bunların anlamlarını tahrip eder. 2. Röprodüksiyon, "satın alan ya da dinleyenle kendi özel koşullarında karşılaşmak suretiyle" insanların fiilen kendi kültürel anlamlarını oluşturmasına olanak verir. "Aura"nın ortadan kaldırılması, böylelikle kitle kültürünün radikal bir şekilde iyimser bir tanımının yapılmasına temel teşkil eder. Benjamin'in çağdaş yorumcularından genç İngiliz altkültür grupları üzerinde çalışan Dick Hebdige, bu tür grupların ırk ve sınıf tanımlamalarını nasıl *sarstıklarını*, müziği ve giysileri yeni toplumsal anlamlar kurmak için nasıl kullandıklarını gösterir (Hebdige, 1979). Benjamin'in bir başka izleyicisi olan John Fiske, alışveriş merkezleri ve süpermarketlerle ilgili olarak "anlam kurma"yı temel alan karşıkültürel bir yaklaşım getirmiştir. Fiske, üretim ve tüketimin taleplerine karşı işleyen tüm etkinlikleri (sözgelimi, alışveriş merkezlerinde oyalanmayı) bizim bireyler olarak denetlediğimiz ve tanımladığımız kullanım örnekleri olarak görür. Fiske'nin kalkış noktası, süpermarketteki yiyeceklerin fetişize edilmiş metalar oldukları; ama onları eve götürüp pişirdiğimizde, -ister sıradan bir yemek olsun, ister özel- gündelik hayatın kültür anlamlarını yarattığımızdır (Fiske, 1989). Kitle kültürüne bu yaklaşımı en iyi şekilde özetleyen ve Benjamin'in çalışmasını izleyen eleştirmen Simon Frith, rock müzik hakkındaki *Sound Effects* adlı yapıtında kültürü anlamlar üzerinde bir mücadele olarak resmeder. Benjamin'in söylediklerini başka biçimde dile getiren Frith, "kültürel ürünlerin sanatsal otoritesi kırıldığında, önemleri tartışılır hale gelir; kitle kültürünün ideolojik anlamı tüketim sürecinde kararlaştırılır ve belli ürünlerin belli izleyiciler tarafından kavranması, psikolojik değil politik bir olaydır" der. (Frith, 1981:57).

Benjamin'in sanat ürünlerinin mekanik yeniden üretimine ilişkin gözlemlerinin bugüne uygulanması bazı sorunlar yaratıyor. Benjamin'in makalesi, kültürel üretim tarihinde filmin hâlâ yeni bir olgu olduğu, yeniden üretilemeyen sanat ürünü kavramının kitlesel kültür üretimi tarafından yok edilmediği bir ana tekabül eder. Müzik dinleme isteğinin radyo, teyp, pikap ya da CD ile karşılandığı ve oyun seyretmenin gecede iki üç video kaset kiralamak anlamına gelebildiği kendi tarihsel anımızdan çok farklı olarak, Benja-

min, *Moskova Günlüğü*'nde (1986), tiyatronun günlük etkinliklerin düzenli bir parçası olduğu, çocuğa armağan almanın elyapımı oyuncaklar almak anlamına geldiği bir dünyayı anlatıyor. Bir kültür olarak, yeniden üretilemez bir işitsel ya da görsel sanat ürününün ne olabileceğine dair bir fikre sahip miyiz? Benjamin filmin geleneksel sanat biçimlerine ve onların taşıdığı anlamlara bir darbe olduğunu söylerken, geleneksel biçimlerin ve onların anlamlarının daha iyi hatırlandığı bir dünyayı belgeliyordu.

Bu dönemle karşılaştırıldığında yirminci yüzyıl sonu kapitalist kültürü, sayıları durmadan artan, halihazırda defalarca yeniden üretilmiş sanat ürünleri çöplüğüne dönmüştür. Böyle bir dünyada anlamlar etrafında dönen mücadele, çoğu kez, kültürel metaları çelişik biçimlerde tanımlar. 1988'de, Las Vegas narkotik ekipleriyle ilgili bir TV reklamında, "aynasızlar", geleneksel olarak uyuşturucu kullanıcısı ve satıcısı olarak gösterilen genç haydutlar gibi giyinmişler ve onlar gibi konuşuyorlardı. "Aynasızlar"ın arabasının ön tamponu koçbaşı biçimindeydi ve bu araba insanların kapılarını yıkarken bir yandan da bangır bangır yine sokak serserilerini çağrıştıran rap müzik yayını yapıyordu. Bugün altkültür grupları gerçekten de anlamlar kuruyor ve gelenekleri yıkıyorlar, ama aynı şeyi düzen koruyucuları da yapıyor. Anlamlar bir kez geleneksel biçimde tanımlanmış sınıf sanatındaki yerlerinden koparıldıklarında, tıpkı kültürel nesneler gibi herhangi bir sınıfın çıkarı doğrultusunda herhangi bir biçimde kullanılabilir, tanımlanabilir ve yeniden tanımlanabilirler. Kitle kültürünü bir anlamlar mücadelesi olarak algılayan eleştiri ekolü, bazen devrimci bazen massedilmiş anlamlardan oluşan bir sisteme yakalanma riskini taşır. Topluma böyle bir bakış ve kültüre böyle bir yaklaşım, çelişkiyi tam anlamıyla kavrayacak durumda olmayabilir. Bu tür bir bakış, kültürel pratiğin özgürleştirici potansiyelini dile getirirken kendi direnme ve massedilme tanımlarına hapsolmuş bir kültür anlayışının ötesine geçemeyebilir. Çünkü anlam kurma ve anlam mücadelesi kavramı esas olarak meta biçiminin kavranmasına dayalı değildir. Metayı kitle kültürünün kaçınılmaz bir gerçeği olarak kabul eder, ama fetişizmin yaratılan anlamlar üzerindeki sonuçlarını sorgulamaz.

Meta fetişizminin Marksgil yorumu kullanım değerinin olum-

suzlanmasını temsil etmez. Aksine, fetişleşmiş tüketim nesnelerimizin diyalektik olarak kullanım değerine atıfta bulunduğunu gösterir; tıpkı tüm kitle kültürü ürünlerinin yabancılaşmamış toplumsal ilişkilere duyulan arzuyu taşıması gibi. Bu kitle kültürünün ütopyası gündelik hayatı tahammül edilir kılabilir, ama ihtiyaçlarına cevap veremez. Bu kitaptaki yazılar, günlük hayatın toplumsal pratiğinde karşımıza çıkan kullanım değerlerinden yararlanma yollarımızı açığa çıkarmayı amaçlıyor. Kullanım değeri büyük oranda fark edilmeden kalır; çünkü giderek türdeşleşen bir dünyada, diyalektik düşünme yeteneğimiz körelmiştir, Adorno'nun tarif ettiği çelişkiyi örnekleyen çok az modele sahibiz. Yine de kapitalist sistem, değişim değeri ile motive edilse de kullanım değerlerinin üretimine dayalıdır; Adorno'nun deyişiyle, "(Kullanım değerinin gerçekleştirilmesinin vaat ettiği) ütopya, ezeli düşmanını da barındırır" (Adorno, 1973:11). Kullanım değeri, bütün olumsuzlamalarının içinde mevcuttur. Gerçekleşmesine izin verilmediğinde bile varlığı yadsınamaz. Kullanım değerinin nasıl görünür kılınacağını tasarlarken, karşımıza çıkan büyük sorun, onu bir kez eleştiriye açık hale getirdiğimizde, yine şeyleşmiş bir tüketim nesnesine dönüştürmek tehlikesiyle karşı karşıya kalmamızdır. Adorno'nun "özdeşsizlik" kategorisini tam olarak tanımlamadaki gönülsüzlüğü, tanımlama çabasının "diyalektikteki ötekilikten vazgeçme"yi göze almayı gerektireceği (Adorno, 1973: 375) ya da katılaşıp "diyalektiği durduracak" kadar aşkın bir şeyler önermek durumunda kalacağını fark etmesinden ileri geliyor olabilir.

Bununla beraber, çağdaş kitle kültürü kullanım değerinin yeniden gündeme gelmesini istiyor. Bu özlem özellikle "tarih parkı"nda çok aşikâr biçimde karşımıza çıkıyor. Bu parklardan bazıları (Conneticut'taki Mystic Seaport ya da California'daki Calico Ghost Town) Massachussets'deki Sturbridge Village tarzı parklardan daha ticari amaçlıdır. Hepsi restore edilen gerçek SİT alanlarına kurulan parklar özel işletmeler ya da kamu yönetiminde turizm işletmeleri olarak kamuya açıldı. Tarih parkları, tiyatro, müze ve lunaparkın çeşitli yönlerini bir arada barındırır. Yirminci yüzyılın sonundan bir ziyaretçiyi 100 yıl öncesinin kasabasının, 200 yıl öncesinin köyünün, 300 yıl öncesinin kalesinin, yeniden yaratılmış

gündelik hayatına sokar. Tişörtlü ve şortlu turistler fotoğraf makineleri, bebek arabalarıyla, parkın tarihsel görünümünü titizlikle yansıtan toprak veya taşlı yollarda canlandırılan döneme özgü kıyafetler giymiş personelle yan yana yürürler. Bir tarih parkında "orada"sınızdır; 1960'ların başında, bu adla yayınlanan oyundakinden çok daha gerçek ve hissedilebilir biçimde "tarihin içinde"sinizdir.

Tarih parkı ziyaretçisi, elinde program ya da harita, mekânın değişik binalarına girip çıkmakta özgürdür. Parkta (okul binalarında, demirci atölyesinde ya da gemi kilerinde) malzemeler müzede olduğu gibi sergilenmez; kullanılarak, oynanarak sergilenir. Mystic Seaport'ta, fıçıcılar, kalafatçılar, nalbantlar günlük işlerini yaparlar. Zanaatkârlar ürünlerini yaparken, yapım sürecini ve malların kullanım amacını turistlere açıklarlar. Bunu yaparken zorunlu olarak tarihsel olayın otantikliğine ihanet ederler; çünkü öğretme işlevi oyuncuların sadece oynamakla yetinmeyip açıklama yapmalarını da gerektirir.

Tarih parklarının sayısındaki ve popülerliğindeki artış, kullanışlı nesnelerin üretim ve değişiminin bireyin kendini diğer insanlarla ilişki içinde tanımlamasının elle tutulur temeli olduğu toplumlara duyulan güçlü merakı ve bu toplumların cazibesini gösterir. Böyle bir toplumda, gündelik hayatın nesneleri, her bir zanaatkârın hüner ve dikkatinin taşıyıcısıdırlar. Aynı şey, kadınların ev içindeki emeğini tanımlayan alet ve beceriler için de söylenebilir. Tarih parkları, ziyaretçinin kullanım değerlerinin geç 20.yy kapitalizmine göre yaşama ve ilişkilere daha doğrudan yansıdığı bir kültürde yaşamanın neye benzediğini tahayyül edebilmesini sağlar. Bu, ziyaretçinin herhangi bir tarih parkında görebileceği nesneleri bulabileceği geleneksel müzelerde mümkün değildir. Müzedeki nesneler, kullanışları kavransa bile, kullanım değerlerini düşündürtmezler. Müze ortamında, yerlilerin kullandığı iğnelerden sömürge dönemi çıkrığına, her şey bir alet olarak tanımlanır: Nesne tarihsel bağlamından koparılmıştır; tek varlık amacı, üzerinde çalışılmak, korunmak ve sergilenmektir. Nesne, ziyaretçinin rolünün katılımcıdan çok izleyici olduğunu vurgular; ziyaretçi nesneyi üreten toplumsal ve tarihsel bağlamdan tamamen yalıtılmış, yalnızca ilginç bir şey olarak algılayabilecek biridir.

Bahçeyle uğraşırken ya da terk edilmiş bir kulübeyi karıştırırken bir at nalı ya da uzun zamandır kullanılmayan başka bir çiftlik aleti bulduğumuzda ise işleyen süreç bundan farklıdır. Kendi gündelik faaliyetlerimizi yerine getirirken tarihsel bir nesne keşfetmek, bizi izleyiciden daha fazla bir şey yapar. Dünyamızı ve faaliyetlerimizi, bulduğumuz nesnenin hayali dünyası ile karşılaştırabiliriz. Sorun, hayal kurmanın nostaljiye kayıp kaymayacağıdır. Çoğumuz Adorno'nun "nostalji hakkı onaylanamaz" (Adorno, 1982: 109) şeklindeki oldukça tatsız açıklamasını, söylenmesi yapılmasından kolay buluruz. Yine de geçmişle aktif olarak karşılaştığımız anlar, içinde bulunduğumuz andan eleştirel kopuşu sağlamada, geçmişin bizim için sadece sergilendiği örneklere göre çok daha başarılıdır. Bahçeyi kazmak kadar normal bir işin ortasında bulduğumuz at nalı, duvara raptedilmiş ve dekoratif bir nesne olarak görülen at nalından çok farklıdır. Geçmişle her karşılaşma bir geçmişte kaybolma riski taşısa da, geçmişi bugünle başetmek için kullandığımız anlar nostaljiden kaçacak gücü taşırlar.

Bir tarih parkına yolculuk, hiçbir zaman sadece nostaljik bir deneyim değildir. Çünkü ziyaretçi yalnızca izleyici değil, geçmişteki dünyanın canlandırılmasına katılan oyuncularla iletişim içinde bir katılımcıdır. Tarih parkı, izleyicilerin de sahnedeki oyunculara katıldığı bir tiyatro oyununa benzetilebilir. Gerçekte, bu tam da Walt Disney'in Disneyland ziyaretçileri ile caddeleri süpürmekten bilet satmaya, Miki ve Pluto taklidi yapmaya kadar her şeyi yapan, "büyü krallığı"nı yaşatan kostümlü çalışanlar arasındaki ilişkinin nasıl olacağına dair tanımıdır. California'daki Disneyland'de, çalışan ve iş kavramları bir kenara konmuş, tüm işler tiyatro ve sinema diliyle yeniden adlandırılmıştı. İşçilerin çoğu oyuncu sayılıyordu; yöneticiler sahne amiri ya da set direktörü olarak adlandırılıyordu. Geçenlerde Florida'da açılan Disney-MGM Stüdyoları parkı, ziyaretçi tüketicileri gösteriye daha fazla dahil ederek emeğin bir metaya dönüştürülmesinin şahikasını oluşturdu. Burada, kostümlü ve makyajlı ziyaretçiler örneğin "I love Lucy" adlı bir TV oyununun yeniden canlandırılmasında ücretli olarak çalışanlara katılıyorlar. Disney'liler buna "etkileşimli gösteri" diyorlar. Burada ilginç olan, bu tarih parkında aktörlerle izleyicilerin (ve bununla birlikte işçiler

-üreticiler- ile tüketicilerin) işlevinin ve aralarındaki ilişkinin nasıl sorunsallaştırıldığıdır. Fakat bu ilişkilerle yaratıcı biçimde düşünme saiki, eğlence parkının bir üretim mekânı olarak değil; meta olarak görülmesi nedeniyle engellenir. Ücretli çalışanların emeği ile tüketicilerin ücretsiz emeği; parkı palmiye ağaçları, Brown Derby Restaurant'ı ve Çin Tiyatrosu ile 1940'lar Hollywood'unun eksiksiz benzetisi (simulucium) olarak üretmeye ve sürdürmeye adanmıştır.

Tarih parkını Disneyland'den ayıran şey, tarih parkında da araba, sandal ve trenlere binilmesine rağmen, eğlencenin tarihi bir mekân kurmaya göre ikinci planda kalmasıdır. Tarih parkında iş, teatral tarafı yaratılan dünyanın bütünlüğü tarafından gizlenen bir gösteridir. Gerçek tarihten tek farklılık, tarih parkında üretilen nesnelerin satılmaması ve gerçekte olduğu gibi kullanılmamasıdır. Kandiller tarihsel olarak ne kadar gerçekçi olursa olsun, parkın hediyelik eşya mağazasında evlerini başka yöntemlerle aydınlatan insanlara yılbaşı hediyesi olarak satılacaktır.

Tarihsel bütünlük imajı satılma ve kullanma noktasında çözülse bile, tarih parklarında sahnelenen işler bazen bir tiyatro olmanın ötesine geçer. Bir arkadaşım, Alexander Wilson, kapitalizmde manzara kurma üzerine bir araştırma yaparken, Kanada'da Thunder Bay'deki Old Fort William köyüne ziyaretini anlattı. Aralık ortasıymış; hafif bir kar yağıyormuş. Alexander'ın yanı sıra sadece bir ziyaretçi varmış. Yine de yirmi kadar kostümlü çalışan, kanoları katranlıyor, tuzakları onarıyor, kış ayları boyunca her şeyi bahar, yaz ve güz için hazır tutan kale ahalisinin yaptıklarını yapıyorlarmış. Yalnızca iki ziyaretçi ve yirmi ücretli çalışan olduğunu düşününce, eğlence parkı, tiyatro ve on sekizinci yüzyıl gündelik hayatının üretimi arasındaki ayrım bulanıklaşıyor. Tarih parkının tarihi -Benjamin'in tanımladığı gibi zaman ve mekâna sıkı sıkıya bağlı- "aura" olarak yaratabilmesi için kullanım değerlerini tüm yıl boyunca üretebilmesi gerekir. Yalnızca sezonluk işleyen bir tarih parkı, teatral ve gülünç olmaktan kurtulamazdı.

Kullanım değerinin tamamen oyun şeklindeki üretimine tanık olmak için Thunder Bay ya da Sturbride Village'a kadar gitmeye gerek yok. Mahalledeki süpermarket, pek çok yönden tarih parkı-

nın dünyevi bir versiyonu. Gerçekten de süpermarket, bir çeşit postmodern Üçüncü Dünya müzesidir. *Ekmek meyvesi, kaktüs elması, tutku meyvesi, yıldız meyvesi* ve *boynuz kavunları* gibi egzotik meyve ve sebzeler müzedekilere benzer yazılarla sergilenir. Bu yazılardan biri, San Diego'daki bir süpermarketten: "İnkaların çok değer verdiği, şimdi Santa Barbara'da yetişen Cherimoya" Süpermarket, tarih parklarına en fazla emeğin sunuluşu açısından benzer. Pek çok süpermarkette bugünkü uygulamada, mağazanın bakımı ve müşteriye hizmetin gerektirdiği gerçek iş gözlerden saklanır ya da vasıfsızlaştırma sayesinde basit ve kolaymış gibi sunulurken üretim teatral bir biçimde sergilenir. Etiketleme, raflara yerleştirme, dükkânı temizleme, eti hazırlama gibi işler büyük ölçüde sahne arkasında, depoda ya da mağaza kapandıktan sonra geceleri çalışan işgücü tarafından gerçekleştirilir. Sipariş ve personel hakkında karar vermeyi içeren yönetim işi birkaç üst düzey çalışan tarafından yürütülür; bunların fotoğrafları bazen duvarlara asılsa da kendileri müşteriye pek görünmezler. Eskiden müşteriyle kontrol personelini karşı karşıya getiren alınan malı kontrol işi, bugün yaygın olarak, malların ağırlık ve fiyatlarını ölçen, bazen de müşteriyle konuşan bilgisayarlar sistemi tarafından yerine getirilmektedir. Süpermarketteki kontrol memurluğu işi öylesine vasıfsızlaştırıldı ki kontrol sisteminin robot-insan uzantısı haline geldi.

Süpermarket, üretken emeğin marjinalize edilmesini, hatta silinmesini telafi etmek istercesine, önemi yapılan hizmetten çok, yaratılan görünüm olan teatral bir emek alanı sunar. Bugün çoğu süpermarket, dükkâniçi fırınlar, çiçekçiler ve meze bölümlerini içeriyor. Bunlar, üniformaları pratik olmaktan çok teatral olan personel tarafından işletilir. Genellikle, çalışanların gösterişli şapka ve önlükleri, dükkânın iç dekoruna ve renklerine uygundur; süpermarket bir satış sahnesi, kostümlü işçiler de hizmet oyunu oynayan oyunculardır. Süpermarketi gündelik hayatın fetişize edilmiş nesneleriyle en sık ilişkiye girdiğimiz yer olarak ele alırsak, süpermarketin hizmeti kişiselleştirmek, görünür kılmak gibi stratejileri, amacı satın aldığımız mallarda kullanım değeri görüntüsü yaratmak olan bir teatralliğe yol açar. Bu, kostümlü çalışanlardan birinin rafların arasındaki kulvarın ortasında durup alışveriş trafiğini

keserek dükkânın özel makinelerinden birini işlettiği durumda, çok açıktır. Bu makine, kahve öğütücüsü, portakal ve greyfurt sıkacağı, fıstık ezmesi değirmeni, ananas bıçağı olabilir. Ananasları soyup çekirdeklerini çıkararak yuvarlak güzel dilimler yapan işçi, bu işlemi krom kaplı kolu bir kez çekerek gerçekleştirir. Bu gösteri alışveriş anında çalışma ve sağlıklı ürün imajı yaratır.

Bu, emeğin gerçekten gösteriye ve dolayısıyla metaya dönüştüğü bir durumdur; müşteriler iş gösterisini seyrederler; ananasları satın alsalar da almasalar da... Bu tür gösteriler ananası yetiştiren, toplayan, ambalajlayan, nakleden ve pazarlayan yüzlerce işçinin emeğine yapılacak tüm göndermelerin yerine geçer. Emeğin meta biçiminden böylece silinmesi, fetişizmin temelidir. Bu kişilerin emeğinin süpermarkette tazmin edilmesinin olanaksızlığı, bir kullanım değeri yaratma çabasını gösteri olarak kalmaya mahkûm eder.

Kullanım değeriyle ilgili, henüz burada tartışmadığım bir bakış açısı daha var: En radikal, en ütopik ve gündelik toplumsal pratiklere dönüştürülmesi en zor hayal edilen de bu. Jean Baudrillard'ın ekonomi politiğe ve kapitalizmin tarz ve mantığından türediğini düşündüğü Marksçı teoriye ilişkin eleştirisinden söz ediyorum. Baudrillard'a göre kapitalizmde, değişim değeri ile kullanım değeri arasındaki ilişkiden türeyen değer yapısı, Saussure'ün tanımladığı ve anlamın gösteren ile gösterilen arasındaki ilişkiden doğduğu gösterge sisteminin benzeridir. Bu, bilinç ile kapitalizm arasında, Lukacs'ın şeyleşme teorisinin başardığından daha temel bir birlik tanımlar. Baudrillard'a göre kapitalizmin mantığı, anlamın mantığıdır.

Böyle bir sistemde, kurtarıcı bir kullanım değeri nosyonu olanaksızdır. -Tıpkı "somut" olan ve gönderge (referent)" gibi- kullanım değeri de kapitalist ekonominin yapısında içkindir. Baudrillard için kullanım değeri, değişim değerine karşı çıkamaz, gerçekleşmesini engelleyemez ya da ona bir alternatif oluşturamaz. Tersine, kullanım değeri değişim değerini mümkün kılar, merkezi önem kazanmasını sağlar. Dolayısıyla Baudrillard'a göre kullanım değerini eleştirel mesafelenme ya da (benim yapmaya çalıştığım gibi) aşkın "öteki" olarak gören her tüketim toplumu eleştirisi, kapitalizmin

mantığı içinde kalmaya mahkûmdur. Baudrillard'ın ifadesiyle kullanım değeri, belki kapitalizmin "mazeret"i (alibi) olmasının dışında, yoktur (Baudrillard, 1988: 71).

> Aslında, ne işgücünün kullanım değeri ne ürünlerin kullanım değeri ne de imlenenin ve göndergenin özerkliği diye bir şey yoktur. Üretim, tüketim ve anlamlandırma (signification) alanlarında aynı kurmaca egemendir. Ürünlerin kullanım değerini kendi antropolojik ufku olarak gösteren şey, değişim değeridir. Kendi somut kökeni ve emek eyleminin sonucu olan kullanım değerini türsel (generic) mazereti gibi gösteren, işgücünün değişim değeridir. Gösterilenin ve göndergenin "gerçekliğinin" kanıtını üreten gösterenin mantığı da budur. Her durumda değişim değeri, somut üretimin, somut tüketimin ve somut anlamın yalnızca çarpık, soyut biçimlerde görünmesine yol açar. Somutu, ideolojik ektoplazması, köken fantezisi ve aşkınlığı olarak kışkırtır. Bu anlamda ihtiyaç, kullanım değeri ve gönderge "yoktur". Bunlar tam da değişim değeri sisteminin gelişimi ile türsel boyut kazanmış ve üretilmiş kavramlardır.
>
> (Baudrillard, 1975:30)

Baudrillard, bizi değer kavramının tamamen dışına çıkarak düşünmeye kışkırtır. Değerin ortadan kaldırılmasına adanmış bir toplumu hayal etmeye nasıl başlayabiliriz? Baudrillard, antropolog Marcel Mauss'un yapıtlarına dikkat çeker. Mauss'un ilkel toplumda hediye (*le don*) üzerine incelemesi, bizimki gibi dağılma yerine, birikime dayalı toplumlar için bir seçenek sunar. Mauss'un tasviri ve Baudrillard'ın tahlilinde temel olan, Kwakiutl Kızılderililerinin yıllık hediye dağıtma törenleri (*potlatch*) pratiğidir; burada birikmiş servet ve mülk yeniden dağıtılmakla kalmaz, tamamen harcanır. Baudrillard bu töreni, değeri ortadan kaldıran bir mübadele biçimine dayalı, karşılıklı toplumsal ilişkiler için bir temel olarak görür. Baudrillard'ın bu tür bir toplumsal dinamik için kullandığı terim, "simgesel mübadele"dir. Baudrillard buna kapitalizmin anti-biçimi anlamını yükler. Bu mübadelenin gelip geçici ve gözlemlemesi zor biçimleri, tüketim toplumunda bile beklenmedik anlarda karşımıza çıkabilmektedir. Baudrillard oyun, beklenmeyen hediyeler, saf israf türü tahribat ve simgesel karşılıklılığı, simgesel davranış örnekleri sayar (Baudrillard, 1988:93). Toplumsal biçimler olarak

bunlar gündelik hayatlarımızda hemen hiçbir zaman tam olarak gerçekleşemez. Çoğu okur, Baudrillard'ın simgesele ilişkin tasvirlerini, alternatif pratikler konusunda daha doyurucu imgeler bulamadıkları için tatmin edici görmez. Gerçekten de Baudrillard'ın simgesel mübadeleye ilişkin örnekleri, tedrici olarak geliştirilmeye uygun değildirler. Baudrillard'ın düşündürdüğü üzere, (örneğin) işçiler kanunsuz bir grev başlattığında; "simgesel", kapitalizmin ekonomik dokusu içinden patlayıp fışkırabilir ya da bir *göz aldanması* gibi verili kültürel anlamların çözülmesine neden olarak bizi baştan çıkarabilir. Baudrillard'ın "simgesel"e yüklediği anlam, Adorno'nun "negatif diyalektik"i sunma biçimini anımsatmaktadır. Ne negatif diyalektiğin bir toplumsal gerçeklik olarak gerçekte neye benzediğini hayal edebiliriz ne de simgesel değiş tokuşa katılırsak hayatlarımızın nasıl olacağını bilebiliriz. Çünkü kapitalizm bir bütünlüktür. Hem negatif diyalektik hem simgesel mübadele kapitalizmde tam olarak fark edilmesi ve anlaşılması mümkün olmayan "başka yer"lerdir (Baudrillard, 1988:71). Dolayısıyla da "simgesel"i somutlaştırmaya yönelik her tür girişim, onu şeyleştirme ve farklılığını iptal etme riski taşır.

Açık olan, bugünkü değerin olumsuzlanmaları olarak yorumlayabileceğimiz sapkın tüketim biçimlerinin, aslında değerin olumlanması olduklarıdır. Örneğin başat toplumsal biçimin iştahsızlık (anorexia) olduğu bir toplum düşünün. Tüketimin tüm biçimlerini tamamen inkâr eden bir toplum, değeri ilga mı edecektir? Baudrillard'ın değişim değerinin mazereti olarak "kullanım değeri" kavramlaştırmasına göre bizimki gibi yüksek düzeyde metalaşmış bir toplumda tüketimden feragat, sadece hem tüketim olgusunu hem de metaların uyandırdığı baştan çıkma ve tiksinti duygularından gücünü olumlamak demek olacaktır. Potlatch'ın aksine, anoretik (iştahsız) bir toplum birikmiş değeri tahrip etmeyecek, tersine değerin ölü ağırlığının sağlam bir tanığı olacaktır. Toplumsal ilişkileri karşılıklılığın bir ifadesi olan Kwakiutl topluluğunun tersine, anoretik bir toplum, yegâne ve bunaltacak ölçüde saplantılı ilişkisi reddedilen metalar dünyasıyla olan bireyin aşırı yalıtılmışlığını örnekler.

Peki ya bulimik (açgözlü) toplum? Maksimum tüketen bir top-

lum, sonunda her şeyi kullanıp böylece değeri ortadan kaldıracak mıdır? Baudrillard'ın birikimden kaçınmak için toplumun servetinin kullanılıp tüketildiği potlatch tanımlamasıyla kıyaslandığında bulimik tıkanma, kusma, tıkanma döngüsü, yalnızca malların arzının sonsuz olduğunu ve kullanılıp tüketilemeyeceğini gösterir. Tüketici toplumunda, doymak bilmez iştah, potlatch'ın antitezi ve olumsuzlanmasıdır. Potlatch'ın arzuları dağıttığı ve hoşnutluk sağladığı yerde, açgözlülük (bulimia) arzu ve tatmin olmanın imkânsızlığının yükünü taşır. Bulimia değeri tahrip etmez, bunun yerine, tüm değeri tüketime eşitleyerek değişim değeri ile kullanım değeri arasındaki ayrımı silikleştirir.

Toplumsal biçimler olarak anorexia ve bulimia kapitalizmin "öteki"leri değildirler. Belki "tüketim sapmaları" olarak adlandırılabilirler; ama kapitalizmin biçimsel mantığını ifade ederler. Radikal bir kullanım değeri teorisi, değeri somut, böylelikle de tahayyül edilebilir ve kolayca kurumlaşabilir kılma arzusuna direnecektir. Kolaycı bir "kullanım değeri" nosyonu ise bizi, bulimik ya da anoretik bir toplumun anti-kapitalist bir "kullanım" tanımını temsil ettiğine inanmaya koşullandıracaktır. Gayatri Spivak, "edebiyatı yorumlamak için değil, zevk için okuduklarını" iddia eden öğrenciler ya da babadan kalma kelime işlem teknikleri ile övünen akademisyenlerin yalnızca kullanım değerinin elsanatları ve takas gibi şeylerle ilgili bir şey olduğu yolundaki romantik söylemi beslediklerini söylerken, böylesi basitleştirici kavramsallaştırmalara karşı savaşır (Spivak, 1987: 162) Spivak, Adorno'nun negatif diyalektik nosyonu (ben buna Baudrillard'ın simgesel mübadele yaklaşımını ekleyeceğim) ile aynı çizgide, kullanım değerinin "süreksizliği"ni vurgulayan bir teoriden yana olur. (Spivak, 1987) Spivak, kullanım değerini "yapıçözümcü manivelanın klasik örneği" olarak görür.(Spivak, 1987:162) Bu, kullanım değerinin, kapitalizmin mantığının altını oyma ve onu dönüştürme potansiyeline sahip olması demektir; çünkü, Spivak'a göre "kullanım değeri, değer belirlenim sisteminin hem içinde hem dışındadır. Dışardadır, çünkü emek-değer teorisi tarafından ölçülemez" (Spivak, 1987:162) ve çünkü şeylerin kullanım değerine sahip olduklarını ekonomik mübadeleye hazır olmalarından bağımsız olarak kavrayabiliriz. Bu-

nunla birlikte, kullanım değeri sistemin içindedir; çünkü onsuz, değişim değeri mümkün değildir. Bu, kullanım değerini istikrarsız bir kategori yapar. Hiçbir zaman bütün ya da somut değildir. "Dönüşmeden kalan (değer belirleme sistemine dahil olmayan) bir şey vardır; bu, onun çelişkisidir." Spivak'ın kullanım değerini "süreksiz" ve bundan dolayı "tüm metinsel değer zincirini sorgulamaya" muktedir olarak tanımlarken kastettiği şey tam da buradadır. (Spivak, 1987: 162)

Okuru, ileriki yazılardaki kuralkoyucu kullanım değeri modellerini okurken direnmeye çağırıyorum.

DAHA GENİŞ BİLGİ İÇİN:

Kullanım değeri diyalektiği

Kapital cilt 1 bölüm 1 ve 2'de Karl Marx, meta biçimi, meta fetişizmi, kullanım değeri, değişim değeri, işgücü ve artık değer yaratılmasını tanımlar. Bu kavramlar, kapitalist toplumda tüm değer hesapları için temeldir. Diyalektik eleştirinin değer problemiyle ilgilenen diğer örnekleri aşağıda:

Adorno, Theodor (1973) *Negative Dialectics*, Londra: Routledge and Kegan Paul

Baudrillard, Jean (1975) *The Mirror of Production*, St Louis: Telos Press.

—(1981) *For A Critique of the Political Economy of the Sign*, St. Louis: Telos Press.

Goux, Jean-Joseph (1990) *Symbolic Economics: Alfter Marx and Freud*, Ithaca: Cornell University Press.

Spivak, Gayatri (1987), *In Other Worlds*, Londra: Methuen.

Meta Fetişizmi

Geç yirminci yüzyıl kapitalizmindeki meta fetişizmini tanımlama yolunda öncülük, reklamcılığı konu alan çalışmalardadır. Haug, Wolfgang (1986) *Critique of Commodity Aesthetics*, Minneapolis: University of Minnesota Press.

Leiss, William, Kline, Stephen ve Jhally, Sut (1988) *Social Communication in Advertising*, Londra: Routledge, Chapman and H.H.

—(1985) "Magic in the marketplace: an empirical test for commodity fetishism", *Canadian Journal of Political and Socal Theory* 9 (3).

Marchand, Roland (1985), *Advertising the American Dream*, Berkeley: University of California Press.

Williamson, Judith (1978) *Decoding Advertisements*, Londra: Marion Boyers.

II. META OLARAK CİNSİYET

"Kızlarla oğlanlar mı var?"
"Hayır yalnız oğlanlarla oğlanlar"

Yirminci yüzyıl sonu kapitalizminde cinsiyet edinme, her zaman meta tüketimiyle ilgili bir şeydir. Cinsiyeti, bir giyim tarzı edinir gibi ediniriz. Uniseks ya da ultra kadınsı bir imaj seçmemiz fark etmez; satın alma edimi gerçekleşmiş, cinsiyetin bir meta olarak tanımı korunmuştur. Marx'ın tanımladığı biçimiyle meta, üretim sürecinin ve toplumsal üretim ilişkilerinin reddidir. Cinsiyet meta içinde eritildiğinde sabit ve donmuş bir şey olarak algılanır: kadınlık ya da erkeklik ifade eden bir dizi cinsel olarak tanımlanmış nitelik, süpermarketin cinsiyet imkânları rafında dizilidir.

Bugünlerde, mesleki tartışma ve pratiklerde "cinsiyet kimliği" teriminin hiç eleştirel olmayan bir biçimde kabulüne tanık oluyoruz. Bir örnek: Geçenlerde bir Kadınlar Fakülte Komitesi toplantısında kadın ve erkek çalışanların ücret farklılıkları tartışıldı. "Cinsiyet" sözcüğü en sık kullanılan terimdi ve kadınlara karşı erkeklerden daha fazla bir şey anlatmıyordu. Aslında üniversitenin cinsiyet temel alınarak hazırlanmış ücret araştırmalarını kullanması ile ilgili tartışmalar, sadece kadınların cinsiyeti olduğuna işaret eder gibiydi. Sözcüğün böyle yaygın ve eleştirellikten uzak biçimde kullanımı, cinsiyeti kadın ve erkeklerin tek boyutlu kavramlaştırılmasına indirgiyor. Cinsiyeti toplumsal ve tarihsel olarak algılama olanağını yok ediyor ve cinsiyet kimliği tanımının temeline özcü bir cinsellik anlayışının konmasına yol açıyor.

Cinsiyeti meta biçiminden kurtarmak için, onu cinselliğimizi nasıl yaşadığımızın süregiden ifadesi olarak, toplumsal ilişkilerden çıkan ve daha büyük toplumsal güçlerle ilişkili bir şey olarak görmemiz gerekir. Cinsiyetin böyle kavramlaştırılması, nesnelerin yalnız kullanım değeri terimleriyle algılanması ve yaratılmasına benzer. Cinsiyetin meydan okuyuşu, feministleri kapitalizmin gündelik hayatımızdaki yapısıyla karşı karşıya gelmeye zorlar. Cinsiyeti bir meta olarak değil bir süreç olarak kavrama çabası, metalaşmanın bütünlüğü fazlalıkla ve çeşitliliği sapkınlıkla eşitlediği bir toplumda, insan çeşitliliği ve bütünlüğüne bir temel arama çabasıdır.

Meta biçiminin cinsiyetle nasıl bütünleştiğini anlamak için öncelikle, cinsiyetin oluşma sürecine metaların etkisinin farkına varmamız gerekiyor. Kitle kültürü halini almış olan kültürümüzün cinsiyet üzerinde en güçlü erken etkilerinden biri, kitlesel oyuncak pazarında gerçekleşir. Dehşet verici biçimde görülüyor ki, bugünün piyasasında tarihte daha önce hiç olmadığı kadar cinsiyet ayrımına göre oyuncak ayrımı yapılıyor. Seksenlerde cinsel rollerin yeniden güçlenmesi, altmışların sonu ve yetmişlerin başında çocukların cinsel rol modellerini sorgulayan kadın hareketinin, sersemletici bir biçimde tersine dönüşüdür. O dönemde erkek ve kadınların giyimlerini belirleyen katı kurallar mahkûm edilmiş, kız -erkek birlikte yapılan sporlar gelişmiş, peri masalları yeniden ya-

zılmış ve oyuncaklar özgürleştirilmişti. Büyükanne ve büyükbabalarla ana babalarımızın katı cinsel rol modeli pratiklerine boyun eğdiklerini düşünmeye yatkınız. Ve altmışlarda kültürel altüst oluşun her şeyi değiştirdiğini düşünmekten hoşlanıyoruz. Gerçekte ise, bugünün kitle kültüründe, dar kadınlık ve erkeklik kalıplarına dayalı ve giderek daha katı bir biçimde tanımlanan cinsel farklılık anlayışı egemen. Herhangi bir oyuncakçıya girin; katı cinsiyet ayrımını ve ayrılığı dükkânın bölümlerinde net olarak göreceksiniz: Barbiler, küçük midilliler ve Şi-Va'lar bir bölümde, He-Man, Transformers ve Ninja Kaplumbağalar diğerinde. Pek çok kreşte bebeklerle kamyonların aynı oyuncak rafında durması, eğer herkes -özellikle çocuklar- oyuncakları kızlar/oğlanlar bağlamında kavrıyorsa, pek bir şey ifade etmiyor. Meta fetişizmi üretim sürecini siler ve oyuncak mağazasını (ya da TV reklamını) oyuncağın asıl çıkış noktası gibi gösterir. Çocuklar, oyuncaklarının yapılmış şeyler olduğunu güç idrak ederler. Henüz okuyamayanların çoğu, bebeğin arkasında isminin değil de üretici firma markasının yazdığını kabul etmez. Çocuklar, oyuncaklarının firma üretimiyle ilişkisini



Foto: Karen Klugman

inkâr ederken, nesnelerle Marx'ın meta biçimiyle eşanlamlı olarak tanımladığı türden tamamen hayali bir ilişki içinde yaşarlar. Bir çocuk için oyuncaklar, âdeta sihirli bir şekilde cinsiyetçi evrene uydukları oyuncakçının rafında sergilenmeden önce bir gerçekliğe sahip değildirler.

Çocuklar, ne oyuncakçının kızlar/oğlanlar ayrımına dayalı evrenini sorgularlar ne de bu evrenin üretilmiş bir şey olduğunu algılarlar. Bunun sebebi, raf düzenlemesi işinin esas olarak mağaza kapandıktan sonra, müşteri yokken yapılmasıdır. Bir çocuğun cinsiyeti algılayışı, bizim tüketiciler olarak metaları özerk nesneler gibi görme eğilimimizden pek farklı değildir. Üretimin gözden silinmesinden kaynaklanan meta fetişizminin en mükemmel örneğini çocukların bankalara bakışında görebiliriz. Pek çok küçük çocuk, bankayı parası bitenlere para dağıtan bir pencere gibi görür. Çocuklarına çeklerin ve tasarruf hesabının gerçeklerini açıklamaya çalışan anababalar, tüketim yönelimli bir toplumda üretim nosyonunu yeniden hayata sokmanın güçlüğünü hemen anlarlar. Oyuncakçıda, özcü cinsiyet anlayışı (kızlara karşı oğlanlar evreni) yalnızca kitlesel olarak üretilen oyuncaklar gözden düştüğünde dağılır. İndirimli satışlara düşen diğer gözden düşmüş talihsiz oyuncaklarla birlikte karman çorman bir sepete atılır ki bu sepette ne oyuncağın ne de cinsiyet ayrımının anlamı yoktur.

Seksenlerde cinsiyetçiliğin yeniden doğuşuna ışık tutmak için, çocukların cinsiyet ve metalarla ilişkilerine dair benden daha deneyimli iki kişiden alıntı yapmak istiyorum. Biri, neredeyse on yıl önce, üç yaşındayken, çocukların cinselliği çok biçimli ya da çok boyutlu olarak tanımlamalarının yalın ve doğrudan tanıklığını yapan kızım. Oyuncak ayısının kız mı oğlan mı olduğu sorulduğunda, "hem kız hem oğlan" diye cevap vermişti. Sonraları, Toni Morrison üzerine yazmaya kalkışıp, yazarın çocuk cinselliğine bakışını anlatmak istediğimde, kızımın cevabını hatırlamış ve makalemde kullanmıştım (Willis, 1987b). Pek çok okur, makaleden en çok akıllarında kalanın Cassie'nin yorumu olduğunu söyledi. Bu tepki, çalışan kadınlarla çocuklarının, eleştirel işlerde birlikte çalışabileceklerinin kabul gördüğüne işaret ediyor. Ama bence en çok takdir edilen, Cassie'nin çokcinsliliği onaylayıp kız ya da oğlan ayrımı yapmayı reddetmesiydi.

Cassie'nin yorumunu, geçen gün 4 yaşındaki oğlumun verdiği cevapla karşılaştırmak istiyorum. Cade, cinsel özellikten yoksunlukları açısından oyuncak ayıya benzeyen sünger dinozorlarla oynuyordu. Dinozorlar arasında kızlarla oğlanlar olup olmadığını sordum. "Yalnızca oğlanlarla oğlanlar" dedi. Bunu söylemekle, oğlanların yalnızca oğlan olabilecekleri ve oğlanlarla oynayabileceklerini ifade etse de cümleciğin sözdizimi erkekler *ve* kadınlardan söz edecekmiş izlenimi veriyordu. Açıkça görülüyor ki toplumumuzda oğlan çocuklar cinsiyet rollerinin farklılıkları konusunda kızlardan daha güçlü bir şekilde belirleniyorlar. Ana babalar, küçük kızları oğlanların ya da erkeklerin giysilerini giydiklerinde nadiren azarlarlar. Fakat benimle konuşan tüm yuva öğretmenleri, kılık değiştirme oynarken elbise ve etek giyen oğlanların anababalarının hoşnutsuzluğuyla (bazen azar ya da şiddetle) karşılaştıklarını söylediler. Toplumsal baskı bir yana bırakılırsa, iki çocuğumun sözlerindeki asıl farklılık, tarihle ilgili. Cassie'nin yorumu yetmişlerin ortasını yansıtırken, Cade'nin konuşması seksenlerin ortasına ve cinsiyet kimliğinin tamamen özcü cinsellik anlayışlarına oturtulmasına denk geliyor.

Devam etmeden, çocukların söylediklerini dinlemenin eleştirel bir perspektife ve mesleki uygulamalara katkıda bulunabileceğini vurgulamak istiyorum. Entelektüeller ve akademisyenler için etnik azınlıkların yaşlıların ve çocukların seslerine kulak vermek çok önemlidir. En yaratıcı yazarlardan bazıları, kulaklarını ve bilinçlerini çocukların deneyimlerine açanlardır. Yetişkin yazarın bir çocuğun gözleriyle toplumu algılayışı, genellikle, toplumsal çelişkinin en dirayetli kavranışıdır. Faulkner'ın *"Barn Burning"* (Ahır Yakma) gibi nefis kısa hikâyeleri, Paule Marshall'ın *"Brown Girl, Brownstones"*u (Karakız, Kara Taşlar) ve Toni Morrison'ın *The Bluest Eye*'ı (En Mavi Göz), çocukların eleştirel perspektifini yakalamışlardır. Çocuklar, yetişkinlerin öylece kabul ettikleri çelişkileri fark ederler; çünkü henüz üretici ya da yeniden üreticiler olarak kapitalist sisteme dahil olmamışlardır. Daha birkaç kuşak önce, çocuklar 10-11 yaşlarındayken kapitalist üretime işçi olarak sokuluyorlardı. Bugün durum farklı. Bugün kapitalizm, çocukları toplumun yeniden üreticileri olarak yönlendirmek istiyor. Çocuklar, gi-

derek daha erken yaşta tüketici olmayı öğreniyorlar. Bundan on -on beş yıl önce, beş yaşından küçük çocuklar ne düzenli olarak oyuncak alırlar ne de belli tercihler yaparlardı. Bugün, 2-3 yaşındakiler düzenli olarak oyuncak istiyorlar. Ne istediklerini ve markalarını da tam olarak biliyorlar.

Günümüzün en popüler iki oyuncağı, Barbie ve He-Man. Barbie, on yıldır aynı şımarık burnu, donuk gülümseyişi, sivri göğüsleri, sert bedeni, kalem gibi uzun ince bacaklarıyla yıllara direniyor. He-Man ise tersine, piyasadaki ikinci yılında popülerliğini korumakta zorlanıyor. Oğlanların en sevdikleri oyuncak olma konumu, Thunder Cat'in aslanı ve Vietnam'dan dönen Rambo'nun bıraktığı yerden devam eden GI Joe gibiler tarafından sarsılıyor. He-Man'in istikrarsız ünü, kitlesel oyuncak pazarının yenilenme hızının işaretidir. Geçen yıl He-Man, bu yıl Aslan O, gelecek yıl geçmişi ve geleceği olmayan yeni bir "efsanevi" halk kahramanı. TV dizilerinden fırlamış bu oyuncaklarda önemli olan, hepsinin aynı temel modelden türemiş olmalarıdır. Herbirinin farklı kılıkları ve farklı süpergüçleri var; ama hepsi genç, kaslı ve hepsinin yanında, kendileri kadar kaslı ve mitik kötüler ordusuyla savaşırken onlara yardım eden, kendileri gibi bir grupları var. Dolayısıyla He-Man'den bahsederken, özgül görünümü bugün TV programları tarafından sunulan efsanevi kahramanlara bağlı olan belli bir tür oyuncaktan söz etmiş oluyorum. Barbie ve He-Man, belli bir yaş grubundaki tüketiciler için en popüler iki oyuncak. Gözlemlerime göre, 4-5 yaşlarındaki oğlanlar He-Man isterken, 5-7 yaşlarındaki kızlar Barbie'yi tercih ediyorlar (Bu yaşlar, TV reklamlarında kullanılan çocukların görüntüleriyle de doğrulanıyor). Artık emeklemiyorlar, ama henüz ergenlik deneyinden de uzaklar; toplumumuzda gerçek çocukluğu bu yaş grubu temsil ediyor. Barbie ve He-Man, çocuğa çok biçimli cinselliğin sürdürülmesi ihtimalini ya da cinsiyet kimliği ile ilgili ucu açık bir yaklaşım sunmuyor. Bunun yerine cinsler arasında katı bir ayrım tanımlıyor ve daha kötüsü, daraltılmış bir cinsiyet kavramı geliştiriyor. Bu konuya daha sonra döneceğim. Savım her iki oyuncağın da çocukların ergenliğe dair bilinçli ve bilinçdışı nosyonlarını etkilediği. Bu oyuncaklar, çocuğun ergenlik dönüşümüyle ilgili algılamasına tek bir tarzda yaklaşıyor ve bu dö-

nüşümün bir biçiminde meta tüketimine bağlı olduğunu öne sürüyorlar.

Gelişmiş kapitalist toplum, büyüyen çocuğa bireysel gelişim ve bedensel değişim deneyimini tüketim alanı dışında belgeleyebilme açısından çok az olanak tanır. Yahudilerin *"bar mitzvah"*sı ya da Katoliklerin *"asai rabbani"*si gibi büyümeyi ve yetişkinler dünyasına katılmayı simgeleyen törenler, ABD'de marjinalleştirilmiş, zayıflatılmış ya da meta biçimine indirgenmiştir. Birinci Dünya, ilkel toplumlardaki yetişkinliğe geçiş törenlerini gerilik ya da barbarlık olarak algılama eğilimindedir, oysa bu törenler bireyin değişim anlarında hissedilen korku, heyecan ve beklentilere yoğunlaşmasını ve grup pratiği içinde bunların üstesinden gelmesini sağlar. Bizim geçiş törenlerimiz olmayabilir, ama kendimizi ve değişimlerimizi daha geniş bir toplumsal grubun sürekliliği ile bağlantılandırma ihtiyacını henüz aşmadık. Birinci Dünya'da yetişen çoğu insan için doğum günü bireyin toplum tarafından kabul edilme kaygısı ile kesiştiği andır. Doğum günlerimizi olmayan törenlerin yerine koyma eğilimindeyizdir. Bu, özellikle çocuklar için doğrudur. Doğum günlerini aylar öncesinden planlar, tartışır ve hayal ederler. Doğum günlerine kimleri davet edeceklerine ilişkin konuşmaları dışlayıcı değil, kapsayıcı bir pratiktir. Konuklarını saptarken kendi dönüşümlerini gözlemleyecek bir toplumsal grup kurmaktadırlar aslında. Sürekliliği toplumsal grubun temsil etmesi önemli olduğundan, çocuklar bütün yıl boyunca doğum günü partilerine kimlerin geleceğini konuşurlar. Yetişkinler, çocukların yılın herhangi bir zamanında doğum günlerini ve kimleri çağıracaklarını düşünmelerini benmerkezcilik olarak görebilirler. Böylelikle bunun çocukların düşsel, ütopik bir toplumsal alanın parçalarını bir araya getirmelerinin bir yolu olduğunu fark etmemiş olurlar.

Çocuklar, parti vermeseler bile doğum günlerini büyülü bir değişim anı olarak yaşarlar. Pek çok çocuk, doğum gününe yaklaşırken haftalarca duygu yoğunlaşmaları yaşar. Kızım Stacy beş yaşına basarken kırk yaşdönümündeki bir kadına yakıştırılan tüm davranışları gösterdi: Uykusuzluk, depresyon, aşırı hassasiyet, bir anı bir anına uymama... Çocuklar için doğum günleri bir yaştan diğerine geçişi gösteren soyut anlar değildir. Doğum gününde fizik-



Foto: Karen Klugman

sel değişiklikler de hissederler. Doğum günü sabahında boylarının ölçülmesini isterler; bir gecede uzamış olmayı ummaktadırlar çünkü. Bu, çocuğun beden-zaman ilişkisini nasıl algıladığını ve doğum günlerinin değişim arzusunun güçlü bir ifadesi olduğunu gösteriyor.

Ergenlik, büyümenin sahiden değişim demek olduğu bir dönem. Çocuk, ergenliği hem bilinçli hem de bilinçsizce bekler. Arzu, korku, endişe, özlem, merak, utanç, böbürlenme, hepsi bu bekleyişte mevcuttur. Tüketim toplumunda çocuğun beklentilerinin aile ve okul gibi toplumsal kurumlardan önce ve daha kolayca metalar tarafından karşılanıyor olması ilginçtir. Metalar çocuğun ergenliğe geçişle ilgili düşüncelerini ifade edecek bir araç sunar. Barbie'yi yaratırken (muhtemelen de erkek) yetişkin sanayicilerin kafasında ne olduğu önemli değil; o, altı yaşındaki bir kız için sahip olmayı düşlediği kadın bedeni. Vurgulanmış uzunluğu, çocuğun yaşı ya da yetişkinliği algılayışındaki en temel öğeye gönderme yapar. Ve vurgulanmış göğüsleri, doğrudan ve yalın bir şekilde kadınlığın işaretidir. Altı yaşındaki bir kız yetişkinliğin ve kadınlığın çok daha karmaşık olduğunu sezer. Sadece anababası aracılı-

ğıyla da olsa yetişkinliği oluşturan çalışma hayatı, endişeler, korkular, tartışmalar, arzular ve doyumları yaşar. En azından annesinden, kadınlığı tanımlayan çizgileri, yumuşaklığı, ritimleri, kokuları ve ifadeleri öğrenir. Barbie tüm bunları reddeder, tıpkı He-Man'in erkekliği güçlü ve kaslı bir bedene indirgediği gibi.

Popüler kültürde, fiziksel kuvveti ve süper güçleri penise gönderme yapan ve fallusla bağdaştırılan güç ve tahakkümü temsil eden Süper-Man, Kaptan Amerika ve Batman gibi erkek kahramanlardan oluşan uzun bir gelenek vardır.. He-Man, bu geleneğin bir parçasıdır. Ama 4-5 yaşlarındaki bir oğlan için kas, kas demektir. He-Man'in kasları o kadar acayip bir biçimde şişkin ki, oğlum onlara "şişikler" derdi. Bu, metanın erkekliğe ilişkin tek boyutlu tarifidir. Ergenliğin çocuklarda çağrıştırdığı görülebilir, denetlenebilir bir öğeyi alır ve (oğlanlar ağırlık çalışabilirler ve kaslarının boyutlarını denetleyebilirler) bu tek öğeyi yadsıdığı karmaşıklığın yerine koyar. Bugünlerde oğlanlar için satılan bir başka oyuncak da ses değiştirme makinesi. Oğlan bu alete konuştuğunda çıkan



Foto: Karen Klugman

ses, dramatik biçimde derinleşmiş ve hatta robotlaşmış oluyor. Kasların ilk kez gelişmesi gibi ses değişikliği de ergen oğlan için sarsıcı bir tecrübedir. Ses değiştirme makinesi, oğlanlara metaların başka türlü zor, belki de acılı olacak bir durumu kolaylıkla çözdüğünü öğretir. Çocuğa bu zor gelişme döneminde yardım edebilecek aile ilişkilerinin yerini bu makine alır.

Ergenlik ile metalar arasındaki ilişkiyi tahlil ederken, çocuğun oyuncakla ilişkisinde tek bir ana yoğunlaşıyorum: Arzunun tüketimde harekete geçtiği ana. Çocuğun oyuncağı gerçekten satın alması ya da sadece "bunu istiyorum" diye arzusunu dillendirmesi önemli değildir. Gelişmiş tüketim toplumunda, tüketim eyleminin illa ekonomik mübadele içermesi gerekmez. Gözlerimizle de tüketebiliriz; süpermarket sepetini dolaştırırken ya da TV seyrederken, reklam panolarıyla dolu caddede araba kullanırken... Metanın görsel tüketimi gündelik hayatımıza öylesine girmiştir ki bu tüketim edimlerinin nasıl anlamlar taşıdığının farkına varmayız. Muz etiketi logoları buna iyi bir örnektir (bkz.3.bölüm). Her bir muzun üzerindeki soyutlanmış, küçültülmüş ve armalanmış şirket-devlet nosyonunu tüketmek için muzu illa satın almamız gerekmez.



Foto: Karen Klugman

Çocuğun metayla ne yaptığı ise tamamen farklı bir konudur. Sırf çocukların Barbie ve He-Man'le oynadıkları oyunların tahlili bile bir kitabı doldurur. Barbie kocaman çığlar yaratırken He-Man bir bebek evinin sakini olabilir. Kişisel gözlemlerimin yanı sıra cinsiyet rolleri dünyasını bozan oyunların oynandığı yuvalardaki öğretmenlerden de binlerce başka örnek verebilirim. Ivan Illich, kadınların ev içi emeğini gündelik hayatı dolduran içi boş metaların "yararlı" kılınması işi olarak tanımlarken, oyunun işlevini anlamamız için ilginç bir yol öneriyor (Illich, 1982). Illich'e göre kadınların "görünmeyen emeği" dükkândan alınan anlamsız yumurtaları toplumsal ilişkileri ve bütünlüğü kuracak bir yemeğin bileşeni haline getirir. Illich'in yazılarındaki köylü toplumunu diriltme özlemini bir kenara bırakarak, çocuk oyunlarının işlevinin bu çizgiye yakın olduğunu söyleyeceğim. Çocuklar, metaları kullanım değerlerine dönüştürür ve bunları toplumsal ilişkilerini eklemlemekte birer araç olarak kullanırlar. Ayrıca çocuklar, Illich'in bugün ev kadınına folluktan yumurta alan köylü kadını örnek göstermesi gibi kaybolmuş değerleri ya da yok olmuş biçimleri yeniden yaratmazlar. Çocuk oyunları, cinsiyetin en temel nitelik değil, pek çok ilginç insan özelliklerinden sadece biri olduğu yeni toplumsal imkânlar üretir.

Tüketime, kapitalizme mahkûmiyetimizi ne denli derinden belirlese de özellikle çocuklar için ütopik boyutlar da taşıdığını göstermek için daha yakından bakmak istiyorum. Satın almak, takas gibi eski sistemleri tanımlayan toplumsal etkileşimlerin, evrensel eşdeğere yani paraya indirgendiği bir mübadele biçimidir. Çocuk, Barbie ya da He-Man alarak, ergenliğe geçişi bir tüketim eylemi olarak yaşayabilir. Bununla birlikte, çocuklar parayı kontrol edemedikleri ve soyut düşünmeleri öğretilmediği için (aritmetik dersinin ilk basamağında, toplama çıkarma öğretmek için liralar, kuruşlar kullanılmasının amacı budur), çocuğun tüketim deneyimi yetişkininkinden farklıdır. Alışverişi harçlık ya da hediye olarak eline geçen parayla da yapsa, mübadele anı, çocuk için, yetişkinlerin kasadaki görevliye kâğıt para verip üstünü bozukluk olarak aldıkları andaki hareketlerin tüm mimikleriyle taklidini içerir.

Çocuklar için tüketim anı, öncelikle cüzdanları ve kredi kartla-

rıyla ilgilenen yetişkinlerin tersine, oyun arkadaşlarını da içerir. Küçük bir kız, Barbie bebek satın aldığında ya da ona bir Barbie hediye edildiğinde, tüketimi, Barbie bebekleri olan ya da olmasını isteyen küçük kızlar topluluğu ile ilgili bir şey olarak yaşar. Çocukların doğum günleri konusundaki düşüncelerini biçimlendiren aynı toplumsal grup pratikleri, onların tüketim davranışlarını da koşullandırır. Çocuklarla karşılaştırıldığında çoğu yetişkin, tüketimi karşılıklılığa dayalı bir toplumsal pratik olarak yaşamaz. Rekabet, "X Beyler gibi olmak", çocukların tüketirken hissettikleri kolektiflik duygusunun bozulmuş ve metalaşmış yetişkin versiyonudur. Yetişkinlerin sık sık düştükleri yanılgı, çocuklarının diğer çocuklarda gördükleri oyuncaklardan istemelerini tamah ya da rekabet sanmalarıdır. Küçük bir oğlan, He-Man'i ve Aslan O'su olduğu halde, GI Joe ya da Rambo isteyebilir; bunun sebebi onların daha asker görünümlü oyuncaklar olmaları değil, arkadaşının "gösterip anlatmak" için okula GI Joe ya da Rambo getirmesidir. Çocuk gerçekten kapitalizm tarafından tüketime ve aşırı tüketime yöneltilirken, aynı zamanda, arkadaşının dünyasına ve yaşamına katılma arzusunu da ifade etmektedir. Benzer şekilde, birçok çocuk bir arkadaşının evinde gece yatısına kalmaktan hoşlanır; kendi aralarında ilk kez gece yatısına kalışlarını konuşurlar. Bu, çocukların çekirdek aileyi kırıp kendilerine yeni bir kolektivite yaratmalarıdır. Arkadaşının oyuncağıyla oynayarak, onun masasında yemek yiyip TV seyrederek, onun odasında ve yatağında uyuyarak, çocuk geniş aile olgusunu somut olarak yaşar. Tıpkı çocuk oyunlarının metaları kullanım değerlerine dönüştürmesi gibi, tüketimle ilişkileri de ütopik toplumsal boyutlar taşır.

Meta tüketiminin ayrılmaz parçası olan toplumsal boyutların bu örnekleri, daha geniş olan kapitalist sistem tarafından yoksullaştırılır ve kapsanır. Yetişkinler bu toplumsal boyutlara karşı kör ve kanıksamış bir tavır almışlarken çocuk bunları fark ediyor ve konuşma ve oyunlarında ortaya çıkarıyorsa, bunun sebebi, onun kapitalizmle ilişkisinin daha dolaylı -üretici değildir, genellikle yeniden üretim sürecine de katılmaz- ve daha kısa oluşudur. Niyetim çocukluğu temel insan doğası ya da insanlık durumuyla eşitleyerek bir tür "öz" haline getirmek değil, aksine tam da çocuğun perspek-

tifinin tarihsel ve toplumsal olduğunu göstermek. Çocuklar, dünyaya yetişkinlere ve daha büyük kardeşlerinin bakımına muhtaç olarak geldiklerinde, deneyimleri, öncelikle toplumsal etkileşim ve ilişkiler üzerinedir. Kapitalizmde toplumsallaşma insan ilişkilerinin yerine yabancılaşmayı ve metaları koymayı öğrenme sürecidir. Çocuklar, metalaşmış ilişkilerdeki toplumsal boyutları fark ettiklerinde, bize toplumsalı meta biçiminden kurtarmamız yolunda meydan okumaktadırlar. Bu, devrimci bir meydan okuyuştur. Bu, Marx'ın 19.yy'da işçi sınıfını emeğin ve emek ürünlerinin içindeki (ücretli emek ve meta biçiminin soyutladığı ve yabancılaştırdığı) insan ilişkilerini kavramaya ve yakalamaya çağırışına benzer.

Kapitalizmde, toplumsal grup pratiğimiz tüketimdir. Cinsiyet kimliği edinmenin bir süreç olduğunu kabul ediyorsak (ve bence cinsiyetçiliği anlamak için en verimli yol budur), tüm davranış ve ifadelerimiz gibi cinsiyetin de meta biçimine bağlı olduğu gerçeği ile yüzleşmeliyiz. Mesele, cinsiyeti ve bireyin toplumla kesişmesinin işareti olan tüm diğer nitelikleri sahiden insani terimlerle nasıl tanımlayacağımızdır. Görebildiğim kadarıyla, muhtemel iki cevap var. İlki, ayrılıkçı çözüm, sınırlı bir başarı vaat ediyor. Cinsiyetçilik ve erkek egemenliğiyle belirlenmiş bir toplumda lezbiyen ayrılıkçılık, cinsellik düzeyinde kapitalist üretim ve meta tüketimine karşı çiftlik komünü gibi bir işlev görür. İkisi de siyasi bir tercihe işaret eder, ama toplumu bütün olarak dönüştürücü niteliğe sahip değillerdir. Ayrılıkçı çözümün sorunu marjinalliğidir. Ya toplumun kalan kısmını hiç etkilemeyecek kadar egemen kültürden farklıdır ya da kapitalizme cazip gelebilecek noktalar barındırır ki bu da onu asimilasyon ve massedilmeye açık kılar. Ayrılıkçılıkla hedeflenebilecek en büyük dönüşüm, reformdur. Lezbiyen ayrılıkçılık farklı cinselliklere hoşgörüyü artırabilir, ama toplumdaki erkek egemenliğini dönüştüremez. Benzer şekilde, alternatif üretim biçimlerine dayalı komünler, daha az sömürücü ekonomiler ve temiz enerji kaynakları konusunda bir bilinç yaratabilirler, ama bu komünler ne kapitalist ekonomiyi ne de onun petrol türevleri, nükleer güç ve bilgisayar "chip"leriyle ilişkilerini dönüştüremezler.

Kapitalizmde gündelik hayata yöneltilebilecek en radikal cevap, benim burada yapmaya çalıştığıma benzer eleştirel bir eleş-

tiri ve pratik tarzı geliştirmektir. Bu zor bir iştir, çünkü ayrı ve özerk olmayan ve böyle bir bakış açısına sahip kültür eleştirmeni, açıklamaya çalıştığı çelişkiler tarafından yutulma ya da yılma tehlikesiyle karşı karşıyadır. Amaç, metalaşmış tüm pratiklerimizde ve durumlarda, ütopik toplumsal ilişkilerin parçalı ve saklı görünümlerini bulup çıkarmaktır. Kapitalist kültür eleştirisi, kültür endüstrisinden gündelik hayatın en önemsizleştirilmiş anlarına kadar uzanır. Bu, toplumsal ilişkileri özgürleşme arzusunun, kapitalist mantığın hayal gücünü tüketen ve çelen güçlerine çarptığı bir mücadele alanıdır. Kapitalizme muhalif hareketler, sık sık, sistemi dönüştürmek (transformasyon) yerine onun kurumlarını yeniden düzenleme (reformasyon) hatasına düşerler. Üniversitelerde bu sıralarda yürütülen annelere doğum izni yerine anababaya birlikte doğum izni tartışmaları da aynı hatayı tekrarlıyor. Tartışmacılar daha radikal bir yaklaşım olan anababaya birlikte izin taraftarı da olsalar, anababalığı ve bu iznin nasıl kullanılacağını kavramlaştırma biçimleri, kapitalist düşünce biçiminin dışına çıkmayı pek başaramıyor. Anababaya birlikte izin tartışması, kadınlara ve erkeklere eşit davranmayıp, onları birincil ve ikincil bakıcı gibi konumlandırdığında, radikal ve dönüştürücü bir hedef olarak başlayan şey, fabrikada bir işçinin sekiz saatine ötekininkinden daha fazla değer biçen eşitsizliğin yeni bir örneği haline gelir. Eğer ana-babalık karşılıklı bir çaba olarak teşvik edilemiyorsa, ücretli emeği dönüştürme çabasının başarı şansı nedir? Değişimden söz edip kapitalizmin yarattığı düşünce yapılarını sürdürürsek, eylemlerimiz dönüştürücü olamaz. Bu, cinsiyet için de geçerlidir. Cinsel özgürlük mücadelesi daha fazla cinsiyet, içlerinden seçim yapılabilecek daha fazla metalaşmış biçimler bulmayı değil, insanların cinsiyet edinme deneyimlerini insani etkileşim ve toplumsal pratik yoluyla kazanmalarını amaçlar.

Burada ayrıntılı bir şekilde işlediğim tartışmada, gerçekten de iki düşünüş tarzı vardır. Biri, bireyin deneyim ve arzularıyla; öteki daha geniş toplum kavramıyla ilgilidir. Ben, bu ikisi arasında bir benzeşim kurmak istiyorum. Düzeylerden birinde çocuklar bireysel değişimlerini somut ve toplumsal olarak yaşamak isterler; diğer düzeyde, bir bütün olarak toplum, değişimi yaşamayı ve bu değişi-

mi tarihsel olarak anlamlı kılmayı ister. Küçük bir çocuğun değişimden anladığı şeyin büyümek ve yetişkin hale gelmekle ne kadar ilgili olduğunu, ergenlikte nasıl cinsellikte yoğunlaştığını, cinsiyet kimliği ve cinsellikle eklemlendiğini gördük. Bireylerin hayatları boyu karşılaştıkları değişimlerin daha geniş toplumsal ve tarihsel eşdeğerleri neler olabilir? Bu zor bir sorudur; çünkü tüketiciler olarak deneyimimizi şekillendiren üretimin gözden silinmesi olgusu, tarihle ilişkimizi de etkiler. Kapitalizmde değişimin kavramsallaştırılıp kavramsallaştırılamayacağını bile sorabiliriz pekâlâ. Öteki toplumlar değişimi hissettiler, peki biz? 20.yy sonundan baktığımızda, köylü toplumu sıkıcı ve tekdüze olarak algılanır; oysa bu toplum, döngüsel zamanla yaşayan bir toplumdu. Üretimin mevsimlere bağlı olması, tüm hayatın iklim değişiklikleriyle iç içe olması anlamına geliyordu. Endüstri toplumunda artık mevsimlerle değil, onlara karşı yaşıyor; tarihin ya da mevsimin ne olduğuna aldırmadan aynı üretkenlik düzeyini, aynı etkinlikleri sürdürmeye çalışıyoruz. Max Horkheimer ve Theodor Adorno, 18.yy aydınlanmasına ilişkin müthiş eleştirilerinde, ilerleme kavramını mahkûm ettiler. Bu kavramı toplumdaki sınıf bölünmesini şiddetlendiren, işgücünün daha fazla sömürülmesini sağlayan, bireyin değerini düşüren bir ideolojik araç olarak gördüler (Horkheimer ve Adorno, 1972: XIV ve XV). Adorno ve Frankfurt Okulu'ndan diğer Marksist entelektüeller için kapitalizmde zaman ve tarih, tahakkümün özeti sayılabilecek iğrenç ve iç karartıcı bir "aynılık"tır. "Türdeş (Homojenous) zaman"; Walter Benjamin kapitalizmin değişimi olumsuzlamasını böyle ifade eder. Kapitalizmde tarih, ilerleme düşüncesi tarafından itilen ama hiçbir yere gitmeyen bir tarihtir (Benjamin, 1969: 260-1). Kapitalizmde değişim yerine, ay fotoğrafları, bilimsel keşifler gibi noktasal olaylar ya da nükleer felaket gibi olaylardan duyulan korku öne çıkar. Tabii ki değişim mücadeleleri vardır: İnsan hakları, kadın hareketi, anti nükleer hareket ve barış hareketi. Ama ilerlemenin egemen olduğu bir tarihte bu mücadelelerle reformlardan daha fazlası elde edilemez.

Her şey dönüşür, fakat hiçbir şey değişmez. Bu, yirminci yüzyılın sonu kapitalizmi için uygun bir düsturdur; özellikle kitlesel oyuncak pazarında. Yüzyıl sonra, başka bir gezegenden antropo-

loglar gelip etrafı karıştırarak kültürümüzün kalıntılarını bulduklarında, "1980'ler" tabakasında tek amacı dönüştürmek olan bir oyuncaklar yığını bulacaklar. Hepsi robota dönüşebilen kamyonlar, uçaklar, gemiler, tanklar, arabalar, helikopterler, uzay araçları ve denizaltılar. Aslanlara, böceklere ve dinozorlara dönüşebilen robotlar: Transformer, Gobot ve Dinobotlar. Arabanın robota ve sonra tekrar arabaya dönüşmesi, genellikle 4 yaşındaki bir çocuğun parmaklarıyla yoklayarak ve sezgilerini kullanarak yardımsız becerdiği, ama yetişkinleri kullanım kılavuzları karşısında aciz bırakan bir dizi karmaşık işlem gerektirir. Transformers'ın ilginç yanı, dönüşüm nosyonu kendiliğindenlik ve değişimi çağrıştırırken, oyuncağın aslında çocuğa program ve ön programlarla belirlenmiş sonuçları öğretmesidir. Çocuklar dingili ve tekerleri katlar, kolları ve bacakları çıkarırken, değişimin makinenin içinde zaten kayıtlı olduğunu öğrenirler. Popple, bir başka iyi örnektir. Bu, arkasına genişçe bir cep dikili, pastel renklerde, çirkin bir oyuncak ayıdır. Başaşağı çevirip sırtındaki cebe tıkıştırırsanız Popple topa dönüşür. Bunu başarmak için epey itip kakmak ve çaba sarf etmek gerekir. Sonuçta, oyuncağın top haline gelmesi için değişim, gerekli ama malzemeye kötü davranmayı gerektiren bir işlemdir; çocuğun güçlü kolu, Popple'ın dönüşümünü sağlamıştır. Böyle oyuncaklar, dönüşümü tüketimle birleştirirler. Programlama ve tahakkümün esas olduğu bir değişim anlayışı sunarlar; değişimi başka türlü kavramlaştırma imkânını yok ederler. Bunlar, tarihi kişisel olarak anlamlı bir süreç olarak kavrayamayan bireyler için, telafi edici nesnelerdir.

Bir biçimden bir biçime dönüşen oyuncakların büyüsü belki de ütopik değişim arzusunda yatıyor ve oyuncaklar bu arzuyu denetliyorlar. Popüler kültürün önemli bir kısmı, çizgi filmler de dahil olmak üzere, değişim ve değişimin denetlenmesi arzuları arasındaki çelişkiyi barındırır. Çizgi film sanki bir sihir gibi, çizgileri hareket ettirir ve şekillere hayat verir. Yanılsama, büyüyle değil; son derece rasyonel bir işgücü ve ileri derecede teknoloji kullanan bir üretim süreciyle sağlanır. Değişim ve değişimin denetimi arzuları arasındaki yakın ilişki, bir Miki Fare filmi olan *Fantasia*'da unutulmaz bir şekilde gösterilmişti (Willis, 1987a). Büyücünün çırağı

olan Miki Fare, parmaklarını oynatır ve çalı süpürgesini canlandırır. Bu, animasyon büyüsünün metaforudur. Ne var ki süpürge çoğalır ve çırağın üzerine yürüyen tehditkâr bir ordu haline gelir. Ancak ustasının yardımı, düzeni yeniden sağlayabilir. Gözleri alev alev yanan büyücü de bir başka metaforu temsil eder: Üretim sürecinin denetlenmesi ihtiyacını. Toplumumuzda kapitalist üretimin çelişkisi hiçbir yerde kitle kültürünün bu tür örneklerindeki kadar açık şekilde görünmez ve sanki "normal"miş gibi sunulmaz.

20.yy kitle kültüründeki ikonların hepsi, değişim arzusundan derin bir şekilde etkilenmişlerdir. Yüzyılımızla karşılaştırıldığında 19.yy'da somut, bütünlüklü ve giderek büyüyen -ama asla metamorfoza uğramayan- halk kahramanları vardır: Paul Bunyan, Pecos Bill, John Henry gibi. Bunlar, tarihi gelişim, süreklilik ve erkekliğin sağlam, oturmuş temsilcileriydi. Yirminci yüzyılın süper kahramanlarında ise durum çok farklı. Süpermen, Batman, Incredible Hulk, Örümcek Adam ve tüm diğer "adam"lar (ve Wonder Woman gibi az sayıdaki kadın yardımcı), sürekli bir dönüşüm döngüsüne kitlenmişlerdir. Clark Kent/Süpermen, Bruce Wayne/Batman, Peter Parker/Örümcek Adam ve şimdi Prens Adam/He-Man: Tüm süper kahramanlar, dönüşümün kavranmasının erkekliğin bir ikilik olarak kurulmasını gerekli kıldığını gösterirler. Erkekliğin zayıf, beceriksiz, bakıma muhtaç yönleri, süper kahramanın ortaya çıkışı için bir şekilde gerekli gösterilir; süper kahramanın mutlak gücünden belirgin bir şekilde ayrı tutulabildiği sürece. Bir bütün olarak görünen Rambo bile, bu ikili erkeklik anlayışına boyuneğer; Üçüncü Dünyalı beceriksiz hasımları, onun gerekli ama antitezini oluşturan ikinci egosudur.

Peter Parker, bireysel düzeyde dönüşümü temsil eden tüm süper kahramanları yorumlamak için bir ipucu veriyor. Parker, ergenlikten yetişkin erkekliğe dönüşüm anında takılmış kalmıştır. Kaç dönüşüm geçirirse geçirsin, Peter Parker hiçbir zaman lisedeki kimya sınavının ya da Örümcek Adam olarak şehrin üstünde asılmak yüzünden kaçırdığı basket antrenmanlarının ötesine geçemez. Benzer şekilde, Süpermen sürekli olarak Clark Kent'in oğlan çocuğu beceriksizliğine döner. Prens Adam/He-Man, aynı süper kahraman bileşiminin 1980'ler versiyonudur. Espri anlayışıyla, anababa



Foto: Karen Klugman

ve arkadaşlarına duyduğu sevgi ve dev kedisiyle ilişkisinde tipik oğlan çocuğu olan Prens Adam, Sonsuzluk Sarayı'nda (*Palace of Eternia*) pek görev, sorumluluk ve üzüntü hissi duymadan dolanır durur. He-Man, bu bakımdan Prens Adam'ın anti-tezidir. Becerikli, cesur, dinamiktir. Eternia'nın düşmanlarıyla savaşır ve dünyasının geleceğinin yükünü taşır. Kendisinden önceki süper kahramanlarda olduğu gibi yumuşak huylu Prens Adam'ın He-Man olduğunu hemen hemen kimse bilmez. Dolayısıyla, He-Man'e dönüşüm, patlayıcı ve özel bir güç anı olarak yaşanır ve resmedilir. Prens Adam kılıcına sarılıp Kurukafa Şatosu'nun (*Gray Skull*) gücüne hükmeder ve buum: Güç Bende Artık. Öte yandan, Prens Adam'a geri dönüş bir utanç anı olarak resmedilir. Çünkü halkının kritik savaşlarında ortalıkta görünmemiştir; herkes, aslında en çok etkilemek istediği kişi olan babası Kral Randor bile, Prens Adam'ın tabansız olduğunu düşünür. Bu, Prens Adam'ı sürekli bir ödipal gerilimde tutar. Dördüncü bölümde benzer şekilde ödipal tuzağa düşmüş bir kadın karakteri tasvir ettim. Ödipal arzunun aşılıp çözülememesi,

bu metaların tüketiciyi bağımlı ve güçsüzleşmiş hale getirmesinin yollarından biridir.

Kılıç, birden güç kazanma ve sonra tekrar sakinleşip yatışma, vulger bir Freudyen okumayı kaçınılmaz kılsa da, Prens Adam/He-Man bileşimini bir penis metaforu olarak algılamak fazla basit ve indirgeyici bir yaklaşım olurdu. Benzer şekilde, erkekliğin ikili bir yapı olarak kurulmasını iki ayrı (belki yaşa göre farklılaşan), ama yine de eşit erkek cinsiyet imkânı olarak yorumlayan bir okuma da sınırlı ve basitleştirici olurdu. Böyle bir çözümleme, cinsiyeti bir özellikler dizisine eşitler; ikiliğin kendisinin tarihi sonuçlarını ve cinsiyet ve cinsiyetimiz hakkındaki fikirlerimizin değişimi kavramlaştırmamıza bağlı olduğunu gözden kaçırır. Cinsiyet edinme nosyonu tarafından yönlendirilen eleştirel bir yaklaşım, özgül bir problem olarak cinsiyet sorununun ötesine geçerek cinsiyetin ilişkileri, kimliği ve değişimi tanımlamamızın bir yolu olduğunu kavrayacaktır. Bu açıdan sorun, cinsiyetin ortaya konmasının en iyi biçiminin ne olacağı değil cinsiyet yapısının, özellikle dönüşüm ve ikilik açısından, nasıl alternatif yapılar hayal edilmesini gerektirdiğidir. Prens Adam'ın He-Man'e ve tekrar Prens Adam'a dönüşümü erkekliği travmatik ve çözümsüz bir ergenlik nosyonuna bağlıyorsa ve bu dönüşüm daha geniş baktığımızda gerçek bir değişimi hayal edemeyen bir toplumun işareti ise alternatif bir süper kahraman tasarlamaya başlayabiliriz. On dokuzuncu yüzyılın Paul Bunyan'ı gibi bütünlüklü ve sağlam olmayan, ama oğlan çocukluğu ve yetişkin erkek rolünü bir araya getirip erkekliği başka bir yoldan bütünleştiren biri. Küçük oğlanlar He-Man oyuncakları takımını tamamlamak için Prens Adam'ı da aldıklarında, erkekliğin ikili, bölünmüş yapısını olumlamış oluyorlar; fakat aynı zamanda Prens Adam'ın temsil ettiği oğlan çocuğu yanı da takdir ettiklerini gösteriyorlar. He-Man'in kaslarına deli olsalar bile. Oğlanların Prens Adam'ın büyüsüne kapılmalarının ütopik yönünü açığa çıkarırken daha radikal bir şeyi de düşünmek zorunda kalıyoruz: Küçük kızlar ne durumda? Kızlar ve oğlanlar birlikte ne durumda? Bizimki gibi kitle kültürü ve meta biçimi egemenliğindeki bir toplumda oğlanlarla kızların cinsiyeti karşılıklılık ilişkisi içinde edinebilecekleri bir süreç hayal edilebilir mi? Ya da yalnızca Barbie'ler ve He-Man'ler mi var? (Ya da daha beteri yalnızca "oğlanlarla oğlanlar"?)

DAHA GENİŞ BİLGİ İÇİN

Toplumsal cinsiyete yönelik bir başka yaklaşım, onun cinsellik ve cinsel tercih siyaseti ile ilişkisini düşünmektir. Aşağıdaki metinler heteroseksüel marjinallik, lezbiyenlik ve erkek eşcinselliğine, kapitalist toplum tarafından nasıl biçimlendirildikleri ve ırk sorunundan nasıl etkilendikleri açısından bakıyorlar:

D'Emilio, John (1984) *Sexual Politics, Sexual Communities*, Chicago: University of Chicago Press.

Rich, Adrienne (1976) *Of Woman Born*, New York: W.W. Norton.

Rubin, Gayle (1975) "The traffic in women: notes on the political economy of sex," Reyna R. Reiter (der.) *Toward an Anthropology of Women*. New York: Monthly Review Press.

—(1984) "Thinking sex: notes for a radical theory of the politics of sexuality," Carole Vance (der.) *Pleasure and Danger: Explorations in Female Sexuality*. New York: Routledge and Kegan Paul.

Smith, Barbara (1983) *Home Girls*, New York: Kitchen Table, Women of Color Press.

Zimmerman, Bonnie (1985), "What has never been: an overview of lesbian feminist criticism," Gayle Greene ve Coppelia Khan (der.) *Making a Difference*, Londra: Methuen.

III. MUZDAN ÖĞRENDİKLERİMİZ

Walter Benjamin'in *Arcades Project*'inde (Paris Pasajları) (uck-Morss, 1989) çizdiği tarihsel yöntemi gündelik hayatımızın olgularına bakarken kullanabiliriz. *Das Passagen-Werk* onun ölümünden sonra yayımlanmakla birlikte, Benjamin'in tarih anlayışını bugünle ilişkisi ve kültürel eklemlenişi açısından yeterince ortaya koyar. Bu eser, çağdaş kültüre dair tahliller geliştirmeye başlamanın bir yolu olarak kullanılabilir. On dokuzuncu yüzyıl Paris pasajlarını inceleyen Benjamin'in dikkatini çeken nokta, eski evlerin belli bölümlerinin yeniden düzenlenmesiyle mağaza haline getirilen mekânlar yüzünden ve mağazaların malları ve dekorlarıyla geçmiş tarihsel dönemlere ve yabancı coğrafyalara yaptığı göndermelerle, pasajların kamusalla özel olanın dinamik bir biçimde yan yana ge-

lişini sağlamasıydı. Benjamin bu yan yana gelişlerden, montaj teorisi ile bir benzeşim kurarak tanımladığı materyalist bir tarih yaklaşımı getirmiştir. Geçmişe göndermelerin alıntılar olarak işlediğini, yani şimdinin geçmişten anlamlı anları içerip bunları bu anın yaratımında alıntı olarak kullandığını fark etmiştir. Benjamin'in tanımladığı biçimleriyle, ne montaj ne de alıntılama, bugün yapısalcı ve post-yapısalcı teoride sahip oldukları türden bir duraklama (stasis) içerir. Bunun yerine, tarihin diyalektik okunuşuna yardım ederler. Tarih, geçmişten başlayıp ilerleme tarafından geleceğe ilerletilen bir süreklilik değildir; tarih, bugünle ilişkileri dolayısıyla önem kazanan kopuk kopuk anların bugünkü bakış açımızdan kavranışıdır. Benjamin'in dediği gibi:

> Historisizm (Tarihselcilik), tarihin çeşitli anları arasında nedensellik bağı kurmakla yetinir. Ama hiçbir olgu sırf bir neden oluşturduğu için tarihsel sayılmaz. Bir olgu ancak sonradan, bazen binlerce yıl uzağındaki olaylar aracılığı ile tarihsellik kazanır. Bundan yola çıkan tarihçi, olaylar dizisini tespih gibi peş peşe sıralamaktan vazgeçecektir. Bunun yerine, yaşadığı dönemin daha eski bir dönemle oluşturduğu kümenin farkına varır.*
>
> (Benjamin, 1969:263)

Benjamin'in pasajların yarattığı montajı irdelerken yaşadığı heyecanın tersine, biz, yirminci yüzyılın sonundaki toplumda kendimizi tekil bir kültürel mekânda sıkıştırılmış ve uyuşmuş hissetmeye yatkınız. Alışveriş merkezleri ve süpermarketler, daha önce inşaat görmemiş boş alanlarda ya da şehirlerde, komşuluk ilişkilerinin çözüldüğü mahallelerde inşa edilmişlerdir. Her iki halde de geçmişle bugünün yıkıcı bir biçimde yan yana gelmesi imkânı gündeme gelmez. Çıkmazımız, Benjamin'in "Angelus Novus"a ilişkin betimlemesinde olduğu gibi, gözlerimiz sürekli geçmişe dönük olarak geleceğe doğru ilerlerken, ilerlemenin kör koşusunu nasıl tersine çevireceğimizdir. Meselemiz, tamamıyla süreklilik içeriyor görünen kültürel dokunun kırılma noktalarını nasıl ayırt edebileceğimizdir. Aşağıda okuyacağınız deneme/montaj, kültürü,

* Çeviri şu metinden aktarıldı: Walter Benjamin, "Tarih Kavramı Üzerine" (Çev. N. Gürbilek - S. Yücesoy) **Son Bakışta Aşk**. Metis Y., 1993, s. 49 (ç.n.)

tarihe bugünden bakarak okuma yolunda bir girişim. Şimdiki kültürel anımız (burada süpermarket olarak tanımlanıyor) bize önceki tarihsel bağlamlardan birinde üretilmiş bir metni anlatıyor. Aşağıdaki denemede söz konusu metin, metnin ilk üretildiği zaman asli bir önem taşıyor gibi görünmemiş olabilecek unsurları açığa çıkarılarak alıntılanıyor. Bu unsurlar da diyalektik olarak bize kendi tarihsel anımızla ilgili daha fazla şey söylerler. Saf edebiyat yanlıları belki Faulkner'ı süpermarket gözlüğüyle okumamdan dehşete düşeceklerdir. Bunun gibi medyayı popüler kültürün öteki biçimlerinden ayrı tutmayı seven kültürel saflık taraftarları, muz etiketlerindeki logoların dikkate alınmasının Miki Fare'nin bir ikon haline gelişini görünür kıldığını keşfetmekten rahatsızlık duyacaklardır. Niyetim, Benjamin'in *Arcades Project*'te yakaladığı heyecana ve diyalektik keşiflere ulaşabilmek. Bu da ilişkileri sebepsiz olmayan, aksine "yaşadığı dönemin daha eski belli bir dönemle" oluşturduğu "küme"yi tanımlayan yıkıcı bir kültürel yan yana geliş tarzını kullanmakla mümkün olabilir ancak.

A. DÜNKÜ MUZ : TATMİNİN İKAMESİ

William Faulkner 1929'da yazdığı *Döşeğimde Ölürken*'de, (İletişim Y., 1993, çev. M. Belge) Georg Lukacs'ın tarihsel romandaki tipiklik tanımının, tarihin görünürde en önemsiz karakteriyle nasıl ilişkilendirilebileceğini ve edebi modernizmin tarihi eklemlemenin uygun tarzı olarak kabul edilebileceğini göstermiştir. Lukacs, tarihin, "popüler" güçlerin toplumsal hareketleriyle ilişki içinde kavramsallaştırılmasının önemini vurgulamıştır. "Kahraman"ların değil, "orta karar" karakterlerin kullanılmasının tarihsel tipikliği göstermek açısından genellikle daha doğru olduğunu savunmuştur. Walter Scott'tan söz ederken Lukacs, "önemli karakterlerinin çağın varlıkları olarak gelişmelerine izin verir; çağını hiçbir zaman kahramanlara tapan romantiklerin yaptığı gibi büyük temsilcilerinin konumundan açıklamaz" der (Lukacs, 1962: 39). Geri kalmış ortakçı bir aileyi anlatan Faulkner'ın romanı, "ortalama"yı, Amerikan tarihinin toplumsal terimlerine tercüme eder. Roman, Addie Bund-

ren'in (anne) ölümünü ve ailesinin Mississippi'deki çiftlikten ölünün gömüleceği Jefferson'a yaptıkları on günlük talihsiz yolculuğu anlatır. Selden, ateşten, yakıcı yaz güneşinden geçirilen kefendeki anne, romanın temel kişisidir; bir katır arabasına doluşup ona mezarına kadar eşlik eden aile üyelerini bağrına basar. Bunlar, tarihin unutulmuş kişilikleridir; onların kaygıları, yollarındaki engeller, ne önemsizleştirilebilir ne de yok sayılabilir. Tersine, onlar, yılları aşarak bize ulaşacak denli büyük bir kuvvete sahiptirler. Düşüncelerimizi büyüler ve tedirgin ederler. Çünkü Faulkner'ın karakterleri, ekonomik açıdan marjinal olan kişi ve kitlelerin tarihte ve belli değişim anlarında merkezi bir yere sahip olabileceklerini gösterirler.

Ailenin kırdan bir taşra metropolüne yolculuğunu bir tarihsel metafor olarak okumak, kırsal bölgenin tarımsal işgücünün şehirlere göçünü gösteren bir figür olarak tek bir ailenin içinde bulunduğu sefaleti görmemizi sağlar. Ailenin göçü, nüfus değişimini tanımlayan coğrafi bir metafordur. Aynı zamanda, halâ geniş ölçüde tarımsal olan ekonominin başka bir şeye dönüştüğünü gösterir; burada "sanayi toplumu" demekte duraksıyorum. Sanayileşme resmin bir parçasıdır; ama Faulkner, ortakçıları olsa olsa marjinal bir anlamda üretici olarak algılanabilecek, ama sanayileşmiş bir topluma getirildiklerinde üretime ancak kısmen katılabilen bir nüfus olarak tarif etmektedir. Ortakçılar, borç köleliği ve etkin olmayan tarımsal teknikler yüzünden eza çeken bir nüfustur. Ortakçılık belki arazi sahiplerinin kârlarının kaynağı olabilir; fakat bu sistem, ne bir sınıf olarak ortakçılar için ne de genel olarak Güney için geniş ölçekli bir birikim sağlamaz. Daha çok, şehirlerde işgücüne pek fazla ihtiyaç duyulmayan bir dönemde, fazla işgücünü tarıma kaydırarak sorununu çözer. Aynı zamanda, savaş zamanları (özellikle İkinci Dünya Savaşı'nda, binlerce kiracı çiftçi Muncie, Detroit ve Chicago gibi kentlerde iş bulmak için Güney'i terk etmişti) dışında sanayi üretimine entegre olmaları söz konusu olmayan bir işgücü yedeği de sağlar.

Faulkner'ın çoğu eseri, iki uzun romanı *Absalom! Absalom!* ve *Ses ve Öfke* de dahil olmak üzere, Güney'in tarihini anlatır, esas olarak da toplumsal ve ekonomik etkenler açısından tarihi inceler.

Döşeğimde Ölürken'i tarihsel bir roman olarak görmek için metinle ilgili özgül gerekçeler de var. Roman, Mississippi güneşinde on gün kaldıktan sonra çürüyüp kokular saçmaya ve fokurdama sesleri çıkarmaya başlayan Addie Bundren'in nihayet gömülmesiyle biter. Gömme, bir bitişi gösterir. Annenin, sonunda aile biriminden çıktığına işaret eder; ve geliştirdiğim metaforla bağlantılı olarak, annenin derinden bağlı olduğu dünyanın sonunu gösterir. Gerçekten de romanın son sayfasında annenin dünyasının ve annenin yerini bir başkası alır. "Mrs.Bundren'le tanıştırayım sizi"; romanın bu son sözleriyle baba, yeni karısını çocuklarına, annelerinin gömülmesinden yalnızca birkaç saat sonra tanıştırır. Babanın beklenmeyen ve ani evliliği, bir düzeyde kadınlara karşı hoyrat tutumunu gösterirken, daha temel bir düzeyde, romanın çok farklı ekonomik ve toplumsal ilişkilerce tanımlanan bir dünyaya dramatik sıçrayışını gösterir. Çünkü Anse'nin iki karısı, romandaki iki ayrı ekonomik tarzı temsil eder. Hem yaşarken hem de öldükten sonra merkezi bir konumda görülen Addie, bir noktada balık olarak, daha ileride de böcek olarak resmedilir. Addie, genellikle vücut sıvılarının gelgitleriyle simgelenir: Verimli ve besleyici sıvılar üreten bir anne ve çürürken fokurtulu, mırıltılı sesler çıkaran bir ceset. Genellikle anneden çok toprağı simgeleyen Addie, organik süreçlerle dolayımsız bir bağlantıyı temsil eder. Bu, tarımsal toplulukların tipik özelliği olur; toprakla kurulan temel ve karşılıklı ilişkiyi Faulkner'ın imalı ve küçük düşürücü bir biçimde resmetme tarzıdır; bir başka yazar bunun olumlu boyutları üzerinde durabilirdi. Kasabaya yapılan uzun yolculuk, Addie'nin gerçekten öldüğü andan (ki bu an belirsizdir) ya da gömülmesinden çok, ailenin toprakla bağlarını koparıp tarımsal üretim tarzını terk etmesi sürecini anlatır.

Anlamlı bir şekilde mezar başında evlenen ve ailedeki yerini almaya hazır olan yeni Mrs.Bundren, yeni bir bağlantılar bütününü ve çok farklı bir ekonomiyi temsil eder. Fakat bunları tanımlamadan önce, Faulkner'ın yapıtında tarihsel değişimin nasıl kıyamet günü gibi anlatıldığına dikkat çekmek istiyorum. Burada, değişimin bazı bireylerin kaybıyla bağlantılı olduğu bir romandan söz ediyoruz; ya ölerek ya da diğer bir aile bireyinde olduğu gibi vahşice hapsedilerek. Addie'nin ikinci oğlu Darl romanın sonunda ke-

lepçelenerek bir tımarhaneye sürüklenir. Sormamız gereken soru Darl'ın deli olup olmadığı değil, romanda neyi temsil ettiğidir. Bu soruyu, Darl'ı annesinin ve onun işlevinin yeniden doğuşu olarak görerek yanıtlamaya başlayabiliriz. Gerçekten de Darl, annesine en benzeyen çocuk olarak gösterilir; dolayısıyla onun da annesi gibi toprakla ilişkiyi temsil ettiğini ve tarımsal kültürden şehir kültürüne geçişte ortadan kalkmak zorunda olduğunu tahmin edebiliriz. Ancak Darl'ın toprakla ilişkisi, annesinin kurduğu organik ilişkiden çok farklıdır. Metni okuyucu olarak ne zaman Darl'ın anlatımından dinlesek, dünyaya ne zaman onun gözlerinden baksak, modernist bir resme dönüşmüş bir manzara görürüz. Mesafe kısaltılmış ve daha perspektifsel bir bakışla ayrı tutulan biçimler ve çizgiler iç içe, üst üste geçmişlerdir. Bir çift testere tezgâhı üstünde duran kefen Darl için "kübist bir böcek"tir; atı, sürücüyü ve arabayı algılayışı; atı sürücünün şapkasını giymiş gibi görecek kadar karışır. Darl'ın görme biçimi, onu çiftçiden çok sanatçı, çılgından çok hayalci olarak tanımlar. Tutuklanması ve hapsedilmesi, Faulkner'ın romanın sonunda tarif ettiği dünyada onun farklı bakışına yer olmadığını gösterir.

Deminden beri atıfta bulunduğum, kırsal köklerini kaybeden, sanatçıları hapseden bu yeni dünya tam olarak nedir? Faulkner'ın bizim 1990'larda kendi gerçekliğimiz olarak yaşadığımız bir dünya anlayışını yakaladığını düşünüyorum. 1930'lar arifesinde yazılmış olan *Döşeğimde Ölürken*'in 1990 koşullarına nasıl hitapettiğini anlamak için, edebiyatta çizilen en mükemmel tarihi dönüşüm imajlarından biri olan romanın son sayfasına dönmeliyiz. Arabanın arkasında oturup muz tıkınan çocuklar, babalarının yeni dişlerle ve kolunda yeni Mrs.Bundren'le gelişini hayretle görürler. Yeni Mrs.Bundren'in tıknaz vücudu, taşıdığı gramofon kutusu yüzünden daha da hantallaşmıştır. Muzlar, dişler ve gramofonla aile, yitirdiği üç üyesinin yerini simgesel anlamı büyük olan üç metayla doldurmuştur. Bu üç nesne ile roman, değişimin takasa dayalı olduğu tarımsal ekonomik tarzın dışına fırlatılmış ve tüketim toplumunda yeniden tanımlanmıştır.

En geniş anlamda, romanın sonunda Faulkner'ın yakaladığı şey, kapitalizme üretici olarak katılamayan nüfusun tüketim düze-

yinde asimile edileceğini kavramasıdır. Bu, 1930'lar boyunca pek çok insan işten çıkarılırken ya da ancak zaman zaman iş bulabilirken, hâlâ panayıra katılmak, nota almak için üç kuruş veya kupon biriktirebildikleri dönem için doğruydu. Benzer bir biçimde, metaların gettoları ve kenar mahalle alışveriş merkezlerini istila ettiği bugün için de; işsiz gençliğin sabahtan akşama alışveriş merkezine takılan gediklilere ve seyretmeyi sahip olmanın onda dokuzu olarak algılayan tüketim müptelalarına dönüştüğü dönem için de doğrudur. Daha dar bir anlamda, Faulkner romanının sonunda ilişkilerde annenin ve kardeşin kaybından doğan boşluğu metaların nasıl doldurduğunu gösterir. Meta, tanımı gereği üreticilerin örtülü toplumsal ilişkilerini içeren bir fetiş nesne ise, metanın bozulmuş ve yabancılaşmış toplumsal ilişkilerin boşluğunu nasıl kolayca doldurduğunu anlamak için üretiminden çok kullanımı üzerinde durmanız gerekir. Yirminci yüzyıl kapitalizminde tüketim, insanlararası ilişkilerin yerine geçen ve başka türlü acılı ve üstesinden gelinemez olabilecek duygusal tepkilerin yönünü değiştiren bir araç haline gelmiştir. Romanda tüketim, aile üyelerinin annenin ölümünden duyabilecekleri acıyı durdurur ve Darl'ın kardeşlerinin onu yetkililere teslim etmekten duyabilecekleri suçluluk duygusunu yatıştırır. Tüketim, üyeleri arasında hiçbir iletişim olmayan aileyi bütünsel bir grup olarak yeniden kurar ve en küçük çocuğun annesinin neden öldüğünü öğrenme arzusu ile ailenin bir açıklama yapmaktaki yetersizliği arasına girer.

"Onun yerine muz istemez misin?" Bu, annesinin ölümünü anlayamayan ve kafası karışan Vardaman'ın aldığı tek yanıttır. Aslında, Vardaman Noel'de Jefferson'da bir dükkânın vitrininde gördüğü parlak kırmızı elektrikli treni tercih eder. Vardaman Jefferson'u elektrikli trenle özdeşleştirdiği için, annesinin ölümü ve şehirde gömülmesinin planlanması, trenle eşlenmiştir, kız kardeşinin alması için ısrar ettiği muzlarla değil. Dewey Dell'in anladığı, ama Vardaman'ın henüz bilemediği şey, kardeşlerinin arzularının karşılanmayacağı, muzların hem verilemeyen cevapların hem de ulaşılamayan elektrikli trenin (Faulkner'ın metninde farklı ve erişilmez bir toplumsal sınıfı temsil eden) uygun ikâmesi olacağıdır. Vardaman'ın yaşadıkları, onun tarihsel ve toplumsal konumuna

özgü olmakla birlikte, Birinci Dünya'da kapitalizmin koşulladığı tüm çocukları kapsayacak şekilde genelleştirilebilir. Çocuğun ekonomiye katılışı üretimde değil, tüketim düzeyinde gerçekleşir. Bu, bir ortakçı çocuğu olarak Vardaman'ı belirleyen; ama romanın gelişmesi içinde artık temsil edemez hale geldiği yüzyıl başındaki durumdan çok farklıdır.

Vardaman'ın metalarla tanışması, Faulkner'ın metaların temel doğası hakkındaki görüşünün bir başka boyutunu sergiler. Vardaman, bir metanın diğerini ikâme edebileceğini öğrenir. "Onun yerine muz istemez misin?" Tabii ki bir elektrikli trenle bir hevenk muzun birer meta olmaktan başka hiçbir ortak özellikleri yoktur. Görünürde bu kadar farklı iki metanın birbirinin yerini tutabilmesini nasıl açıklayabiliriz? Cevap, metada mevcut iki değer biçiminin ilişkisel (relational) yapısıyla ilgili olmalıdır. Bir metanın diğerini ikâme edebilmesi, ancak kullanım değerinin yerini giderek değişim değerinin almasıyla mümkün olur. Vardaman'ın isteğinin muzla tatmin edilebilmesi, Marx'ın *Kapital*'in ilk bölümünde metayı, ceket ve iç çamaşırı gibi isteğe ve ihtiyaca göre tüketilen kullanım değerleriyle tanımlamasından çok farklı bir ilişki türünü gösteriyor. İhtiyaç ve istek çifti, bir taraftan somut ihtiyaçla kullanım değeri ilişkisi, diğer taraftan kullanım değerinin daha geçici duygular ve libidinal arzularla ilişkisi açısından, bizim metaları anlama biçimimizle ilgili bir başka problem yaratıyor. Vardaman arabada oturup muz yemekle yiyecek ya da potasyum ihtiyacını karşılamış olmuyor. Anlayamadığı şeylerin boşluğunu dolduruyor ve ruhundaki acıyı yatıştırıyor. Muzun bir meta olarak tabii ki kullanım değeri var; fakat burada söz konusu olan arzunun ekonomisi.

Şimdi, bir kargo şirketi mensuplarının dualarına cevapmışçasına sanki gökten inen ve hem romana hem ailenin acılarına son veren üç metaya dönmek istiyorum: Takma dişler, gramofon ve muzlara. Herbiri meta tüketimindeki bir akımı vurgular, sebepsiz yere seçilmemişlerdir.

Faulkner'ın ortakçıları için, muz lüks tüketimi temsil eder; bizim için olduğu gibi yaygın olarak tüketilen bir meyve değildir. Bugün süpermarketlerimizdeki kiwi ya da kaktüs meyvesine tekabül eden egzotik, tropik bir meyvedir. Egzotikten harcıâleme geçiş,

bolluğun artıdeğer anlamına geldiği bir toplumda, çoğu metanın tarihini anlatır. Metalar yeni olarak sunulur ve sonra ebediyen bu yeniliğin tekrarlanması gerekir, yeni ambalajında ve "taze bir koku" verilmiş olan şey, eski çamaşır deterjanı olsa bile. Yenilik, tüketimin eşsiz bir deneyim olmasını, kayıpları telafi etme gücüne haiz olmasını sağlar. Ama muzlar yeni bir pakete konulamayacakları ve kokulandırılamayacakları için, eşsizliğin korunması, nihai çözümlemede hem bizim için hem de Faulkner için Üçüncü Dünya'ya işaret eden tropik özelliklerin sürekli arzını gerektirir.

Bu referans, bizim romanı okuyuşumuzda belirleyici öneme sahiptir. Faulkner'ın anlattığı öyküde belirli bir ortakçı aile, 1930'larda kiracı çiftçilik sisteminin tamamı gibi feda edilebilir olmuştur. Daha geniş anlamda, yirminci yüzyılın Birinci Dünya'sında, pazar için küçük ölçekli tarımsal üretime yer yoktur. Orta batıdaki çiftçilerin bugünkü kötü durumları, Faulkner'ın yirmilerde ve otuzlarda, kırsal Güney'de başladığını sezdiği ve bugün Birinci Dünya'da tarımın işletmeciliğe dönüşmesi ve tarımsal üretimin büyük bölümünün Üçüncü Dünya'ya devriyle sonuçlanan ekonomik kalıpların sonucudur. Arabalarına tüneyip muzlarını yiyen Bundren ailesi, kendilerinin üretici olarak ölümünü ve tüketici olarak yeniden sistemle bütünleşmelerini de içeren bir ekonomiyi tanımlarlar. Kışın bizim daha kolay bulunan elmalarımızla armutlarımızın yerini alan Şili şeftalileri ve nektarinlerden sıradan muza kadar, Üçüncü Dünya, uzaklarda *egzotik* metalar üreten bir yer olarak algılanmaz artık; tersine Kuzey Amerika'nın süpermarketlerine sıradan yiyecek maddelerini düzenli olarak sağlayan bir bolluk diyarı gibi görülür.

Ailenin sahip olduğu diğer iki meta, tıpkı muzlar gibi toplumsal anlama sahiptir. Anse'nin "Tanrının insanın yemesini istediği yiyecekleri" yiyebilmek için taktığını iddia ettiği, ama bizim görünüşünü düzeltmek için aldığını bildiğimiz dişleri ele alalım. Bu, Anse'nin et çiğneyemediği zaman erkekliğinde hissettiği eksikliği tamamlaması için meta kültürünün sunduğu çözümdür. Jewel'in dediği gibi, "Dişlerini yaptırtmış. Öyleydi. Bir ayak daha uzun boylu gösteriyordu, başını şöyle dik tutmuş, gururlu..." Dişlerle, Anse bir görünüm satın alır. Aslında Anse'nin dişlerini yaptırmadan önceki ve

sonraki tasvirleri, dergilerdeki rejim hapları ve makyaj malzemesi reklamlarını hatırlatır: Rejimden önceki şişman hal ve sonraki incecik vücut, ya da çirkinken Revlon ürünleriyle güzelleşen bir yüz. Anse'nin kozmetik başarısı, onun yeni dişler ve kolunda yeni karısıyla ailesine yeniden katılmasından bellidir. Metalaşmış bir toplumda kozmetikler cinsel çekiciliği artırır ve haz, tüketimle eş anlamlıdır.

Anse'nin yeni karısıyla ilgili ilginç bir nokta, çocukların ona hemen hiç ilgi göstermeyip getirdiği gramofonla ilgilenmeleridir: Romanın üçüncü metası olan kutu içindeki gramofon, ailenin eğlence odağı olmaya adaydır. Dikkatinizi çekerim, Faulkner, bu aileyi iletişim kurmaktan tamamen aciz, her biri diğerinden yalıtılmış olarak göstermiştir; ev halkı atomize olmuş bireylerin bir toplamıdır. Hepsinin de derin düşünceleri olmasına ve bu düşünceleri diğerleriyle paylaşmayı ümitsizce istemelerine rağmen, kimse önemsiz bilgileri aktarmanın ötesinde bir iletişime girmemektedir. Bence bu, Amerikan ailesinin çok modern bir sunuluşudur: Daha ergenlik çağında hamile kalmış Dewey Dell, sırrını ailenin öteki bireyleriyle paylaşmak için uygun anı ve bunun için gerekli aracı bulamaz; Jewel, bir at alabilmek için (1920'lerde kırsal kesimde arabaya tekabül eder) geceleri gizlice çalışır; Darl, kâğıdı ve boyaları olmadığı için zihninde kendisinden başka kimsenin göremeyeceği resimler çizer; hâlâ bir çocuk olan Vardaman, sorularını ifade etmenin yolunu bulamaz, kimse de ona yardım etmez. Faulkner'ın görüş açısından mesele iletişimin nasıl kurulacağı değil, iletişim boşluğunun nasıl doldurulacağıdır. Gramofon, bugünkü teypler gibi bu sorunun cevabıdır: "Her yeni plak çıkışında, kışın evde oturup plakları her dinleyişimizde, Darl'ın bu zevki paylaşamaması ne kötü diye düşüneceğim!..." Aileyi gramofonla çevrelenmiş ve bütünlenmiş, sevgiyle anılan eksik aile üyelerinin yerini yatıştırıcı bir müzik düşkünlüğü almış olarak hayal edebiliriz. Bu, postadan düzenli olarak gelen plaklar günlük hayatın ritmini belirlediği için, yakınlık eksikliği ve gergin ilişkileriyle hiçbir zaman yüzleşmeyecek bir ailedir.

B. BUGÜNKÜ MUZ: LOGO DİYARINA YOLCULUK

Modern süpermarketlerin reyonlarının meyve-sebze bölümüyle başlaması sebepsiz değildir. Otomatik kapıdan girip dışarının soğuğunu, çamurunu geride bıraktığınızda, alışveriş arabasını alıp Oz ülkesinin önceden belirlenmiş kulvarında ilerlersiniz: Parlak renkli meyvelerin (ilk sırada) ve sebzelerin (son olarak kahverengi yüzlü patateslerin) harikalar diyarına. Taze ürün bölümü ağzına kadar dolu park yerinin ve berbat havanın katı gerçeklerine belirgin bir zıtlık sunar. Tabii, yazın dışarıda hava 30 derece iken en gelişkin marketlerde nezleye yakalanabilirsiniz; şortlar ve penyeler yerine kışlık giysiler, süpermarkete gitmek için daha uygundur. Eğer buz gibi soğuk bir süpermarkette yanınıza bir süveter almadığınıza hayıflanarak, soğuktan morarmadan alışverişinizi aceleyle bitirmeye çalıştıysanız, bu rahatsızlığınızın ekonomik bir açıklaması olduğunu öğrenmek ilginizi çekebilir. Mağazada uzun süre kalmak daha fazla alışveriş demek olabilir; ama şirketin temel ekonomik sorunu azami meta tüketimini sağlamak değil, enerji tüketimini en aza indirmektir. Dükkân fazla soğutulur, çünkü havalandırmayı en üst seviyede çalıştırmanın maliyeti Swanson'un dondurucularının aynı derecede tutulmasını sağlamak için sürekli çalıştırılmasından daha düşüktür. En modern süpermarketler, üstten açılan ve bu yüzden de enerjiyi daha etkin kullanan eski tarz soğutucuları terk etmiştir (herkesin bildiği gibi soğuk hava aşağıda kalır ve soğutucunun üstündeki kapaktan kaçmaz). Bunların yerini iki metre yüksekliğinde, önden açılan yiyecek soğutucular almıştır; kapağın her açılışında muazzam miktarlarda soğuk hava dışarı çıkar. Kapitalizmin mantıksızlığıyla uyum içinde, dükkânlar, havalandırmayı maliyetleri aşağı çekmenin bir yolu olarak kullanırlar. Bunun çok komik olduğunu düşünüyorsanız, sergilemenin önemini hesaba katmıyor olmalısınız. Dört veya daha fazla sıra, 2 metre yüksekliğinde cam kapılı soğutucular; raflarda zarifçe düzenlenmiş turtalar ve bezelyeler, eski tarz dolaplarda üst üste yığılmış mallara kıyasla çok daha pahalıya mal olur.

Pazarlama ve maliyetleri düşürme açısından bakıldığında soğutmanın bir anlamı var; ama ilk bölümde değindiğim gibi bence aynı

zamanda, Birinci Dünya ideolojisinin belli çağrışımlarını yeniden üretiyor; özellikle de daha sıcak iklimlerden gelen tarımsal ürünlerle karşılaştığımız taze ürün bölümünde. Güney Kaliforniya'dan ve Florida'dan Meksika'nın tropik bölgelerine, Orta Amerika'ya, Kolombiya ve Ekvador'a kadar taze ürün bölümü, kabul edilebilir tek tropikliği rengi olan Üçüncü Dünya meyveleriyle doludur. Renklerin canlılığı cilalama yoluyla daha da artırılır; çoğu modern süpermarkette, müşterilerden şeftalilere kadar her şeyin turuncu görünmesine sebep olan kuvvetli ve özel bir ışıklandırma düzeni kullanılır. Bu meyveler sürekli soğutulmuş ortamda bulundurularak kokma, kurtlanma, küflenme ve çürüme özelliklerinden arındırılırlar. Havalandırma, Üçüncü Dünya'nın tarımsal ürününü işgücünün ve pazarın sıcağından ayıran soyutlamanın aracıdır. Havalandırma, bir tür ambalajlamadır. Birinci Dünya, ürünü antiseptik bir saflıkla sarıp sarmalar ve üretildiği yerle bağlantısını keser. Havalandırılan bir süpermarkete giren ve mangolara, ananaslara, muzlara, ve Şili'den gelen turfanda şeftalilere, eriklere, papayalara üzümlere bakan müşteri, bu ürünlerin arkasındaki unsurların ve işgücünün farkında değildir; tıpkı Meksika seyahatini havalandırmalı bir otelin lobisinde geçiren turist gibidir.

Birinci Dünya'da üretimin gerçekten tüketimden soyutlandığını kavramak için, yalnızca muzu, özellikle de süpermarket tezgâhlarındaki hevenkleri süsleyen etiketleri bir kez daha gözümüzün önüne getirmemiz yeter. Günümüzde süpermarketlerde satılan onca meyve içinde muz en az ilginç olanıdır. Her zaman bulunur, ucuzdur, pek dikkat çekmez. Elmalarla portakalların önünde hangi özellikte ve hangi büyüklüktekileri seçeceğimize (Washington mu, Florida mı, Kaliforniya mı?) karar vermek için oyalanırken, muzlar için böyle sorular sorulmaz. Her şeyden önce, lezzetleri, görünümleri ve renkleri birbirinden farklı olan çok çeşitli yerel muzlar olmakla birlikte Kuzey Amerikan damak zevki, bunlardan yalnızca birine ayarlıdır: Lacatan muzuna. Bazen daha bildik sarı cinslerin yanında süpermarketlerde küçük kırmızı muzlar da bulunabilir; ama bunlar tamamen ayrı bir tür gibi görünür. Burada seçim iki elma cinsi arasında yapılan seçime benzemez, sanki muzla bir başka şey arasında yapılıyor gibidir. Her ne kadar bir sü-

permarket muzlar olmadan "süper" olarak düşünülemezse de manav bölümünün statüsü, muzların yanında diğer şeylerin de bulunmasına ve görünümlerine bağlıdır. Muz, Faulkner'in romanında tanımlandığı gibi egzotik bir meta, eşsiz ve tatmin edici bir tüketim malı değildir artık; harcıâlem ve alışkanlık nedeniyle alınan bir üründür. Muzları -yeşil ya da sarı; kış, bahar ya da yaz meyvesi- birbirinden ayıran tek şey, etiketleridir. Bu küçük, yapışkan kâğıt parçaları üzerinde biraz durmak istiyorum çünkü bunlar, Faulkner'in romanındaki muzlar gibi; bizim metalarla ilişkimiz açısından anlamlıdırlar.

Bir metanın üretim yeri, üretim anı ve üretim tarzından kopuk olarak algılandığı tüketim toplumunda, metalar kendilerini kendiliklerinden tüketiciye sunar gibi görünürler. Muzların nasıl sergilendiklerine dikkat ettiniz mi? Yığılmış veya sıra sıra dizilmiş, sarı ve berelenmemiş yüzleri parlak renkli etiketlerle dikkat çekici hale getirilmiştir. Muzların nasıl yetiştirildikleri, nasıl paketlenip nakledildikleri ve onları plantasyondan süpermarkete taşıyanın kimin elleri ve emeği olduğuna dair hiçbir ipucu yokken, logo kendini bir tür açıklama imişçesine sunar. Her bir muzu ulaşılabilir kılanın uluslararası şirket olduğunu düşündürür. Logo, ürünün, üretimle ilgili özel hiçbir şeyi açığa vurmayan sembolüdür. Sütün süpermarkette üretilip paketlenmediğini, inekten geldiğini bilmeyen çocuğun haline hepimiz güleriz. Meta tüketimi hepimizi çocuğun durumuna getirecek bir biçimde kurulmuştur. Bize ineklerin süt verdikleri ve muzların ağaçta yetiştiği söylenirken, biyolojik yalınlık, uluslararası kapitalizm tarafından belirlenen üst düzeyde rasyonalize olmuş üretim sisteminin karmaşık gerçekliğini yalanlar. Logosu somut ve gözönünde iken, uluslararası şirket, uzak ve bilinemezdir. Bu, tüketicinin saflığına dayanan ve onu geliştiren kapitalizmin başaşağı duran mantığıdır.

Bugünlerde, muz etiketlerindeki logolar, geldikleri Latin Amerika ülkesini işaret ediyor: Chiquita Costa Rica, Del Monte Columbia, Ecuador Turbana. Bu, yalnızca şirket adının yer aldığı eski etiketlerden çok farklıdır. Bana öyle geliyor ki ülke isminin yazılması, şirketin çeşitlendirme yaptığını göstermek için bir hileden ya da yerel hükümetlerin özerkliğinin anlamsız bir biçimde

vurgulanmasından ibaret. Her durumda, logonun soyut dizaynı, süpermarketin zaten ayrı ve yabancılaşmış ortamıyla birleşerek, gerçek üretim alanını tarih ve insanlarla tamamlanan sahici bir yer olmaktan çıkarır. Ulus, ismine indirgenir, hoş bir markanın parçası haline gelir: Chiquita Costa Rica gibi ülkenin ismini şirketinkiyle birleştirir.

Üretim, muzun üzerine yapışmış ve muzun satışına ve soyulması sürecine dahil edilmiş logoya içkin hale getirildiği için, üretim nosyonu, tüketici için tüketimin bir özelliği haline gelir. Bugün bir Kolombiya muzu yiyorum, yarın belki bir Kosta Rika muzu yerim!.. İsim, tüketim düzeyinde, kitlesel olarak üretilen ürünlerde başka türlü sözü edilemeyecek olan bir farklılık yanılsaması yaratır. Böylece tüketici gerçek farklılıkla, bir uluslararası şirketin politikaları ve belli bir ülke ile o ülkenin politikaları ve işgücü ile ilişkili tarihi tarafından belirlenmiş üretimdeki farklılıkla asla yüzleşmek zorunda kalmaz. Üretimin ve pazarlamanın uluslararası şirketler tarafından denetimi, meta fetişizminin fantastik niteliğini artırır. Eğer metalar Marx'ın dediği gibi gizli toplumsal ilişkilerin taşıyıcıları iseler, bu toplumsal ilişkilerin, üretimin Üçüncü Dünya'ya nakliyle ve mülkiyet politikalarının kamu alanının parçası olduğu geleneksel şirketlerle ilişkisini giderek kesen uluslararası şirketlerin bu kopuşuyla, daha da fazla gizlenmesi gerekmez miydi? Uzaklaşma hem coğrafi hem de kavramsaldır. Eğer *United Brands*'ın ortaklarındansanız, yıllık çalışma raporunda zaman zaman mutlu bir yüzle nakliyeye hazırlanan muz hevenklerini plastik kutulara dolduran kahverengi tenli kadınların resimlerini görürsünüz. Şirketin ortağı değil de yalnızca tüketici iseniz, tüm göreceğiniz, logonun fetişleştirerek çizdiği işgücü, ufacık ve gülümseyen "Chiquita Senorita"dır. Aslında, fotoğrafın parlak yüzeyiyle birkaç üniformalı çalışanı üretim zincirinden koparan reklam fotoğrafı da muz etiketlerindeki folklorik versiyondan daha az ideolojik değildir.

Muz etiketlerinden bir örnekleme, bunlardaki yüksek soyut stilizasyon derecesini gösterecektir. Uluslararası şirketin ismi, en önemli öğe olarak etiketlerin hepsinde vardır (Guatemala'da Arbenz hükümetinin devrilmesine karıştığı için [Schlesinger ve Kin-

zer, 1983] Chiquita etiketini tercih eden United Fruit Company dışında). Kısaca değineceğim sebeplerden ötürü, Dole ve Del Monte gibi şirket isimlerini marka olarak kabul etmenin yanlış olduğunu düşünüyorum. Bunlar, özerk ve kendi içlerinde bir bütün olan işaretler olarak uluslararası şirketlerin alametidirler. Markadan daha fazla bir şeyleri gösterirler. Ağırlıkla grafik soyutlamalar olan logolar, tüketicinin onu kendi fantezilerine göre yorumlamasına imkân verirler. Ecuador Turbana jaküzilerin arasından görünen tropik güneşi düşündürebilir. Hepsi de seyahat broşürlerindeki ideolojik tropik ülke imajıyla beslenen pek çok yorum mümkündür. Grafikte yoruma yer bırakmayan tek şey, uluslararası şirketin ismidir. Burada, işaret edenle edilen aynıdır.

Chiquita etiketi, reklamcılıktaki daha somut ve figüratif olan önceki dönemlere öykünen tek logodur. Bu logoda Carmen Miranda şapkalı ve farbalalı giysili, minicik bir muz görülür. Muz etiketlerini ilk kullanan şirketlerden biri olarak United Brands, 1973'te Chiquita figürü nostaljisine dayanan bir reklam kampanyası planlamıştı. Tüketim toplumunda gelenekler, bir gecede ve yaratılışlarının bir özelliği olarak nostaljiyle donanmış bir şekilde doğarlar. Her durumda, Disney'in *Tres Caballeros* filmini hatırlatan folklorik amblem, modern, yüksek bir teknoloji kullanan ve aynı zamanda A&W Rootbeer, Baskin-Robbins 31 Flavors Dondurmaları ve Morrell et ürünlerini de pazarlayan uluslararası şirketi etkin bir biçimde maskeler.

Çoğu logolarda figür kullanımından kaçınılır. Bu, onları marka isimlerine bağlı eski tarz reklamlardan ayıran şeydir. Şekil ve dizayn düzeyinde de ayırt edilebilen (marka, figür içeren ve temsili bir alamettir; logo ise soyuttur, değişik biçimlerde yorumlanabilir ama temsili değildir) markalar ve logolar arasındaki büyük farkın (ilki belli bir ürünle bir aradadır; ikincisi şirketi işaret eder), bazı iktisatçıların kapitalizmin kendi içindeki bir dönüşüm olduğunu öne sürdükleri düzeyde de ifade edilebileceğini düşünüyorum. Gerçekten de kapitalizmdeki çok temel bazı değişiklikleri, Henry Ford gibi ya da Amerikan kapitalizminin daha eski putları Rockefeller ve Vanderbilt gibi girişimci tiplerle çizilen, üzerinde fazla düşünmeden patronların patron oldukları ve işçilerin açıkça işgüçlerini

onlara satmak için sözleşme yaptıklarını bildiğimiz geleneksel 19.yy kapitalizminin çok farklı doğasını, yirminci yüzyılın sonundaki üretim ve tüketimle ilişkilerin eskisi gibi doğrudan olmadığı kapitalizmle karşılaştırarak görebiliriz.

C. MİKİ'DEN ÖĞRENDİĞİMİZ: LOGONUN EVRİMİ

İktisatçılar muhtemelen tasvip etmeyecek de olsalar, yirminci yüzyıl sonundaki kapitalizm deneyine ilişkin bazı şeyleri göstermek için üretime değil, tüketime daha yakından bakacağım. Bunu yaparken, çoğu tüketicinin aynı zamanda üretici de olduğunu ve kapitalizmden bir bütün olarak söz etmemiz gerektiğini dikkate alıyorum. Ama toplumumuzun özelliklerinden biri, üretim ve tüketimi birbirinden tamamen ayrı etkinlikler olarak yaşama eğilimimizdir. Tüketimin daha derin bir analizini yapmaya çalışırken, tüketiciler ve çalışanlar olarak hayatlarımızın birbirleriyle ne kadar ilişkili olduğunu gösterecek araçlar sunmayı umuyorum. Bunun için, tarihi Chiquita Senorita'dan daha eski olan bir figüre bakacağım. Otuzlardan doksanlı yıllara kadar bir popüler kültür ikonu olarak gelişimi belki de logonun adım adım gelişiminin tek örneği olan (ki ben bu gelişimi tüketimdeki ve bir bütün olarak kapitalizmdeki değişimin tipik ifadesi olarak ele alıyorum) Miki Fare'den söz ediyorum.

Bilindiği gibi Miki Fare ilk kez bir çizgi film kahramanı olarak çizildi. Ancak, çok kısa zamanda, ticarileşmenin bir aracı olarak Miki, sadece bir çizgi film karakteri olmaktan çıktı ve kendini pek çok amblemde yeniden üretilmeye teslim etti. Gövdesi üzerinde yeniden çalışıldı ve bebek olarak satıldı; tabaklarda, fincanlarda, saatlerde boy gösterdi. Otuzlu yılların mallarıyla ilgili basit bir araştırma, yalnızca Disney'den ilham almış emtianın inanılmaz miktarını değil; medya tarafından tanımlanan karakterlerin ticari metaların sunuluşunda amblem olarak kullanımının ne kadar yaygın olduğunu da gösterecektir. Şurası açık ki ticarileşmenin gücü, popüler kültürün ayrı alanları olarak düşündüğümüz -film, müzik, dekor- kategorileri parçalayıp karıştırır ve Jemima Teyze imajıyla

Foto: Karen Klugman

üretilmiş bir masa saatini ve kurabiye kavanozunu Temel Reis'in süslemesini mümkün kılar. Şunu önemle vurgulamak isterim ki türlerin karışması, ikonların dekorasyonda kullanılmasının ötesinde bir şeydir. 1933 yapımı, kenarlarında çeşitli müzik aletleri çalan Miki Fare resimleri olan Emerson masa radyolarının satışına başlanmasıyla birlikte, tüketici tüm bir popüler kültüre giriş yapmıştır. Bu, Miki bir "*imleyen*" olarak kullanıldığı için mümkün oldu. Böylece, çizgi film kahramanlığından amblemliğe geçiş, bir metanın tanımı içinde gerçekleşti. Daha sonra, bu metalar ve amblemleri daha tanıdık olunca, başka bir dönüşüm gerçekleştirildi: Amblemden göstergeye dönüşüm. Miki Fare (fareye çok benzeyen) gövdesi tam olarak çizilmediğinde, yalnızca büyük parlak gözler ve tabak şeklindeki kulaklara indirgendiğinde kesinlikle bir gösterge haline gelir. Bu aşamaya, 1950'lerde büyük kulaklardan başka bir şey olmayan Miki şapkalarının tanıtıldığı Miki Fare Kulübü TV şovunda ulaşıldı. Bir soyutlama olarak gösterge, tüketimleri ile de satın almaya bağlı olmayan, TV seyrederken de ulaşılabilen metaların daha geniş dağılımını mümkün kılar.

Saf görsel tüketim tarzı imkânı, bizi logoya getirir. Eğer Disneyland'e gittinizse, Miki Fare çiçek tarhlarını görmüşsünüzdür. Bu, dünyanın en dikkate değer logolarından biridir. Orada, parka girer girmez, kadife çiçekleri ve menekşelerin oluşturduğu dev bir gülümseyen Miki yüzü vardır. Bu logo, sadece görsel tüketimini bir gösterge olarak bırakarak belli metalarla ilişkinin ötesine geçer; gösterge tüketiciye yalnızca Disneyland ve Walt Disney şirketlerini değil, tüm popüler kültürü sunar. Belirtmek gerekir ki ziyaretçilerin Miki Fare logosunu tüketimi, etrafta dolaşırken gerçekleşir. Tüketicinin hareketliliği ile logo ve onun görsel algılanışı arasındaki somut bağlantıyı anlamak için, logoyu açıklamak ve nasıl işlediğini göstermek istiyorum.

Bunu yapmak için, beş ayrı yerde farklı tarihsel ve coğrafi konumlar yaratabilen Disneyland'in bir başka boyutundan söz edeceğim. Aslında Disneyland, bir metnin ve onu oluşturan özelliklerin en iyi örneğidir. Gerçek tarihler ve yerler Disneyland'i ilgilendirmez, popüler kültürün alanı içinde önceden tanımlanmış anlam parçaları zaman ve yer göstergeleri olarak bir araya getirilir, ama



gerçek tarihin içi boşaltılır. Böylesi metinlerin bir araya getirilmesi sürecini tanımlamak için bildiğim en iyi sözcük "temalaştırma" sözcüğüdür. Her bir Disneyland dünyasında, belli bir temayı canlandıracak görsel ve işitsel uyarıcılar kullanılır. Örneğin, Frontierland'de her şey, kale kütüklerinden tezgâhtarların giysilerine, dansçı kızlardan, nehir kılavuzlarına kadar, vahşi Batı'nın popülarize edilmiş bir versiyonudur. Temalaştırma, coğrafi bir alanda, sinema salonundakine benzer bir etki yaratır; bu, kapalı bir dünya çağrışımı yaratıp seyirciyi (burada ziyaretçi) bunun içine koymaktır. Otuzların büyük sinema salonlarında da Mısır ve Doğu gibi yabancı yerleri canlandırmak için süslü bir mimari ve egzotik dekorlar kullanılır ya da gökyüzüne boyanmış yıldızlar, asılmış bulutlarla cennetimsi doğa manzaraları yaratılırdı. Disneyland'de mimari ve giysilerin yanında, müzik ve diğer şeyler de -hatta yemekler bile- mesaj taşıyıcılarıdırlar ve tema üretmek için kullanılırlar. Tüm bunlar, ziyaretçinin parkın belli bir bölümünü ya da tamamını gezmesi sırasında harekete geçer. Yorumcular, günde 40 bin insanın parka gelmesinden ve Los Angeles'ta günlük hayatın çoğunlukla direksiyon başında geçirilmesinden dolayı Disneyland'de hareketin

önemine dikkat çekerler (Birman, 1979). Ama bence hareketin önemi, gerekli ve semptomatik olmanın ötesine geçer; temalaştırmanın ve hareket aracılığıyla bir anlatı olarak kuruluş tarzı ile bağlantılıdır.

Disneyland'de anlatılar sıkıca denetlendiği ve organize edildiğinde, temalaştırma en başarılı ve parkın en unutulmaz bölümü haline gelir: "Karaip Korsanları." Gezi, bir akşam, ateşböcekleri ve nehir kenarındaki yıkık dökük kulübeler arasında nehirdeki uzun korsan gemisine bindiğinizde başlar. Siz geçmişteki korsanların dünyasına girer girmez macera başlar. Gezinin bu bölümü, New Orleans'ın ele geçirilişi, şehir kadınlarının açık artırmayla satılması ve ancak şehrin tamamen harap edilmesiyle sonuçlanabilecek içki cümbüşünü içerir. Neyse ki tam bu noktada büyülü bir şekilde korsanların dünyasından çıkar ve gezinin başlangıç noktasına dönersiniz. Geziye baştan başa katılmışsınızdır, olaylar dizisini arka arkaya getirmiş, dolayısıyla bir anlatı kurmuşsunuzdur.

Temalaştırma nosyonu, logonun tanımıyla yeniden birleşir; çünkü logo, temalaştırmanın hayli yoğunlaştırılmış bir biçimidir. Disneyland ortamındaki çok geniş tematik malzemeyi bir araya getirir, anlatı tutkalıyla birleştirir ve tüketiciye her şeyi bir bakışta verir. Ama hareket yine de temeldir. Miki Fare çiçek tarhlarından geçerken, yolda arabayla giderken ya da alışveriş arabasını süpermarketin koridorlarında sürerken, günlük hayatın daha geniş anlatılarında arka arkaya dizdiğimiz logoları tüketiriz. Logolarla tüketicinin hareketliliği arasındaki zorunlu ilişkiyi anlamak için, logoların ilk kullanımına dikkatinizi çekmek isterim: İlk logolar, petrol şirketleri tarafından, benzin istasyonlarını belirtmek için geliştirilen alametlerdi: Texaco yıldızı, Mobil'in uçan kırmızı atı. Yirmiler ve otuzlardan itibaren bunlar hemen uzun yol yolculuklarıyla eşanlamlı hale geldi ve (ister benzin almak için dursunlar, ister durmasınlar, şirketlerin işaretlerini tüketen) hareketli tüketiciler tarafından böyle algılanmaları, hedeflenmişti.

Bu bakış açısından, sürücü ve müşteri, tıpkı Disneyland ziyaretçisi gibi pasif tema kurucu ve logo toplayıcılardır; anlatıcı değil, anlatım aracıdırlar. Logo tarafından tanımlandığı biçimiyle meta tüketimi ile ilişkilerimize dair bir örnek daha vermek istiyorum.

Bunun için, altın kemerli logosu çevreyi çeşitli açılardan kirleten bir fast-food zincirinden, Mc Donalds'dan söz edeceğim. Bir kez bu logonun bulunduğu levhanın altından geçen tüketici davranışı yönlendirmeyi gerektirmeyecek kadar belirlenmiştir. Bunu daha iyi göstermek için, mönülerden veya kasa önündeki kuyruklardan söz etmek yerine Mc Donalds'ın çöp kutularının üzerindeki "Teşekkür Ederiz" yazısını yorumlayacağım. Bu, yol kenarlarındaki çöp kutuları üzerinde yazan "İtiniz" yazısından çok farklıdır. "Teşekkür ederiz", müşterinin seçim yapma hakkını ortadan kaldırır ve kapıdan giren kişi bırakın yerlere bir şey atmayı düşünmeyi, daha herhangi bir şey almadan, önceden belirlenmiş bir davranış tarzını benimser. Bunun tersine, sokakta çöpü kutuya atıp atmamak bireyin tercihine bırakılmıştır. "İtiniz", çöp kutusunun nasıl kullanıldığını anlatır, ama belli bir davranışa zorlamaz. Logo tarafından tanımlanan dünyada baskıdan, denetimden ya da amacı insanların belli bir marka metayı almalarını sağlamak olan reklamcılık sektörüne yöneltilen diğer çirkin sıfatlardan söz edemeyiz. Logonun işareti altında tüketim garantidedir; farklı markalar arasındaki seçim, yerini malların akışına bırakmıştır.

"Akıntıyla gitmek", bir ya da iki yıl önce Kaliforniya sörf kültüründe yaygın olarak kullanılan bir deyimdi. Bence bu deyim, Guy Debord (1977) ve Baudrillard (1970) gibi günümüzün Fransız kuramcılarının çalışmalarında çizilen gelişmiş tüketici toplumu nosyonunun en iyi özeti. Onların yazılarındaki ortak nokta, tüketici ve metaların fantastik bir tüketim demokrasisinde serbestçe ve sonsuzca dolaşır göründükleri bir toplum imajıdır. Geç kapitalizmin büyük yalanı da işte tam burada yatıyor. Metaları eşitçe paylaşmıyoruz, hatta onların işaretlerini değiş tokuş etmek konusunda bile eşit fırsatlara sahip değiliz. Etnik azınlıklar, işsizler, kadınlar, çocuklar, gençler, yaşlılar, daha da büyük bir grup olarak Üçüncü Dünya nüfusu, bu konuda eşit fırsatlara sahip değildir. Aslında, mantıksal sonuçlara götürüldüğünde, büyük ölçüde logoların görsel algılanmasına dayalı olan evrenselleşmiş tüketim, kısa zamanda bir büyüsü bozulmuş "aç sanatçılar" toplumu yaratır.

Bu, iç mantığı kapitalizmin temel çelişkisini açığa çıkaran tüketici toplumu ideolojisidir. Daha Faulkner aynı zamanda üretici olmadan tüketici olabilen insanlar hakkında yazdığı sıralarda bile, bu

çelişki görülebilir hale gelmişti. Normal kabul edilen bu savunulamaz durumu yazabilmiş olması (başka hiç kimse bu konuyu gündeme getirmemişti), bize kendi zamanımızla ilgili bir şeyler anlatıyor. Eğer insanlar kendilerini üreticiden çok tüketici olarak görmeye yatkınsalar ve haz, çalışmak, yapmak ve üretmekle değil; tüketmekle birlikte düşünülüyorsa, bunun çalışmanın ya ulaşılmaz ya da yabancılaşmış olduğu bir toplum olduğunu düşünmemiz gerekir. Tüketim düzeyinde tanımladığımız çelişkiler gerçekte üretimin çelişkileridir.

Demokratikleşmiş tüketim nosyonu, emeğin değerinin azalması ve işgücünün sahneden silinmesiyle birlikte yerleşmiştir. Disneyland ve McDonalds'ı ele almamın nedeni, eğlence ve fast food'un ticarileşmiş toplumda üretimin algılanma biçimini çok iyi göstermesidir. Disneyland'de çalışanlar kostümler giyer ve emeklerini rollere dönüştürerek, oyunculara benzerler. Mc Donalds'ta çalışma önemsizleştirilir. Çalışanlar, üreticiler olarak değil; hamburgerleri bir araya getirenler olarak görülür.



Foto: Karen Klugman

Metanın özünü yitirmesi (özsüzleşmesi) ile bağlantılı olarak logo özselleştikçe, tüketicilerin, uluslararası şirketin evrenselliğini algılamak için ürünü satın almalarının gerekmemesi, tüketimin tamamen görsel olabilme olasılığı ortaya çıkar. Bu süreç, kullanım değerinin değişim değeri lehine silinip gitmesiyle mümkün olur. Metalar, süpermarketin ya da alışveriş merkezinin raflarında tüketicinin "ilk dokunuşunu" beklerken kendiliğinden üretilmiş gibi göründüğünde, kullanım değeri sorgulanmaya başlar ve önemi azalır. Kendiliğinden üretim nosyonu, uluslararası üretim sistemi tarafından metaların tüketildiği yerden koparılmış ve mesafeyle uzaklaştırılmış işgücünün silinmesinin ifadesidir.

Tüketimin çelişkileri, üretimin çelişkileridir. Birinci Dünya'da yaşanan kapitalizm, tüketimi üretime öncelikli kıldığı için, metalarla ilişkilerimizi gözden geçirerek kapitalizmle ilişkimizi eleştirel olarak düşünmeye başlayabiliriz.

DAHA GENİŞ BİLGİ İÇİN:

Walt Disney, kitle kültürünün biçimlendirilmesindeki önemli rolüne karşın, eleştirel çalışmalarda büyük ölçüde ihmal edilmiştir. Disney'in yaptıklarının ideolojik ve ütopik etkileri üzerine yapılan çok az çalışma vardır.

Marin, Louis (1977) "Disneyland: a degenerate utopia," *Glyph* I.

Willis, Susan (1987) "Fantasia: Walt Disney's Los Angeles Suite", *Diacritics* 17:83-96.

Wilson, Alexander (1985) "The managed landscape: the organization of Disney World," *Impulse*, Yaz: 22-5.

—(1986) "The betrayal of the future", *Socialist Review* 15:41-54.

IV. EGZERSİZLER

A. BEDENİMİZ, KENDİMİZ

1971'de Boston'da Kadın Sağlığı Yayın Kolektifi tarafından kadınların verdiği özerklik mücadelesinde zafer sayılabilecek nitelikte bir kaynak kitap yayımlandı. *Our Bodies, Ourselves* (Bedenimiz, Kendimiz) adlı kitap, yetmişlerin başlarında çok yaygın olarak okundu. Üzerinde bayrak sallayan bir kadın resmi bulunan, okunmaktan yıpranmış karton kapağını; bütün kadınların toplu eylem, tartışma ve her türlü bilinç yükseltme faaliyetlerine yönelik isteğini canlandıran odak olarak pek çok kadının evinde, sedirde veya mutfak tezgâhında görmek mümkündü. Bu kitaptan bahsetmemin nedeni geçmişe baktığımda, bu yüzyılın kadın hareketinde-

ki önemli bir anı çok net olarak belirttiğini görmemdir. Bu an politik özgüllüğünü artık kaybetti; ama eğer özgürleşme mücadelesi sürecekse, 20. yüzyıl sonlarında karşılaşacağımız sorunları anlayabilmemiz için hatırlanması gerekiyor.

Geçen gün *Our Bodies, Ourselves*'i halk kütüphanesinin kıyıda köşede kalmış bir rafında bularak yeniden keşfettim; fotoğrafları, metinleri ve tanıklıkları tekrar gözden geçirmek için sayfalarını çevirdim. Kitabın benlik ve mücadeleye ilişkin kavramsallaştırmasındaki çarpıcı yalınlıktan derinden etkilendim. Dönemimiz, kadınlara böylesine dolaysız, cesur ve somut yorumlar, stratejiler sunmuyor. Kitaptaki tanıklıklardan ikisini aktarmak istiyorum, çünkü bunlar Kolektif üyelerinin ortak amaçlarını ve üyelerinin karşılaştığı engelleri çok açık şekilde anlatıyor. İlk tanıklık, genç bir anneye ait; onun sesi de kitapta toparlanan tüm tanıklıklar gibi Kolektif üyelerinin gözlem ve değerlendirmeleri ile birleştiğinde, Kolektifin merkezilikten uzak ve otoriteden arınmış bir söylem yaratma arzusunu gösteriyor:

> Kızımı izliyorum. Sabahtan akşama bedeni onun yuvası. Onun içinde ve onunla yaşıyor. Mutfakta koştuğunda vücudunun tamamını kullanıyor. Güldüğünde ve ağladığında bedenindeki her kas oynuyor. Cinsel organını ovaladığında herhangi bir şaşkınlık göstermiyor, yanlış yaptığına dair bir his duymuyor. Zevk duyuyor ve bunu çekinmeden belli ediyor. Ne zaman kendisine dokunulmasını istediğini, ne zaman yalnız kalmak istediğini biliyor. Bunun için düşünmesi gerekmiyor; bu, herhangi birine karşı dolaysız bir fiziki istek veya tepki olarak ortaya çıkıyor. Onunla birlikte olmak çok güzel. Bazen, benim ona olduğumdan çok onun bana örnek olduğunu hissediyorum! Bazen teninin içinde yaşarkenki rahatlığını kıskanıyorum. Tekrar çocuk olmak istiyorum! Geriye dönerek bedeni yuva gibi hissetmek çok zor.
>
> (Boston, Kadın Sağlığı Yayın Kolektifi 1976: 40)

Benliğin organik yapısının büyük bir çekiciliği var: Benliğin yuvası olarak beden. Çağdaş feministlerin kadınların yabancılaşma ve aşağılık duygusunu nasıl yaşadığına bakarken giderek daralan çerçevede tanımlanmış sorunlar üzerinde odaklaşması, (örneğin cinsel tercih tarafından alt gruplara ayrılmış; dilbilim ve psikanaliz teorileri ile ilişkisi içinde incelenen cinsellik veya aynı şekilde ka-

pitalizm tarafından katmanlara ayrılan ve erkek egemenliğinin şekil verdiği "kadın işleri" ya da medya tarafından ortaya atılmış ve "erkek gözüyle" tanımlanmış olan "kadın imgesi" konusundaki incelemeler) ile karşılaştırıldığında, *Our Bodies, Ourselves*'de herşey cesurca bütünsel bir mücadele potasında birleştirilir, böylece kadınlar bedenlerine sahip çıkmayı öğrendikçe *"benlik"* ortaya çıkar.

Boston Kolektifi'nin mücadeleyi bu denli açık ve tüm boyutlarıyla görebilmesinin ana sebebi, karşı çıktıkları ve mücadele ettikleri erkek egemenliğinin sağlık koruma konusunda dolaysızca yaşantılanabilmesi. Altmışların politikasının genellikle kutuplaşmış yapısı, toplumun her kesiminde bugünün kadınlarının düşünemeyeceği kadar açıkça görülen erkek egemenliği ile birleştiğinde, kadınlar açıkça ezildiklerinden mücadele etmeleri gerektiğini kavrayabildiler, belli hedefler belirleyebildiler ve aynı zamanda kendilerini bütünlük ve kendini gerçekleştirme yolunda daha büyük bir toplu arayış içinde buldular.

Bugünden bakarak okuyunca daha da iyi anlaşıldığı gibi kitabın hiç hafifletilmeden sunulan belgesel bölümünde görülen kadın düşmanlığı, tek kelimeyle dehşet verici. Ancak bu tür düşmanlığın canlandırıcı bir etkisi de olabilir; çünkü kadınlara duruma karşı muhalif tavır ve stratejiler belirleyebilmeleri için net bir hedef sunuyor. Bir erkek jinekolog tarafından yapılan şu korkunç açıklamaya bakın:

> Rahim alma ameliyatları koruyucu bir işlem olarak da uygulanmalıdır. Bu şartlar altında rahim gereksiz, kanama yapan, hastalık belirtileri gösteren, potansiyel olarak kanser barındıran bir organdır, bu yüzden de alınmalıdır... Bir kadını kısırlaştırırken gereksiz ve potansiyel olarak öldürücü bir organı muhafaza etmesine izin vermek, modern jinekolojik bakış ile çelişmektedir. Rahmin ameliyatla alınması kadınların tıbbi olarak kısırlaştırılması konusundaki yegâne mantıklı yaklaşımdır.
>
> (Boston Kadın Sağlığı Yayın Kolektifi, 1976: 148)

Bu doktorun hastalarının bedenine duyduğu nefret, kadınların altmışlarda ve yetmişlerin başlarında mücadeleyi yönelttikleri erkek egemenliğinin ideolojik desteklerini tartışmaya gerek bırakmayacak bir bazda görünür kılıyor. Boston Kadın Sağlığı Yayın

Kolektifi'nin projesi, kadınların özerklik mücadelesinin bedenlerini denetleme hakkını erkek egemen tıp dünyasından ve ilaç sanayiinden koparıp almalarını gerektirdiğini göstermeyi hedefliyor. Kitap, cehaletin "kendi olma"nın önünde bir engel, bir tahakküm aracı olduğunu açıkça ortaya koyuyor. Özgürleşme, bedeni tanımak; özellikle de cinsel tabu sayılan bölümlerini keşfetmek ve böylece bedeni benliğin topluluk içindeki yerini tanımlayan mekân olarak anlamak demektir.

Bugün her şey farklı. Birçok kadın kolektifini ve projesini biçimlendiren siyasal bütünlük anlayışı gibi özerkliği temel, neredeyse organik bir birlik olarak kavramlaştırma imkânı da uçtu gitti. Kadın mücadelesi geniş bir alana yayılarak yoğunluğunu yitirdi ve karşısında erkeklerin keskin direnişini bulmadığından iyice zorlaştı. Bu demek değildir ki kapitalizmin çıkarlarına hizmet eden erkek egemenliği artık yok. Toplumumuz hâlâ erkek egemen bir toplum. Ancak egemenlik biçimleri daha zor fark ediliyor. Gündelik hayatta ataerkillik, meta kültürü ve metaların verdiği haz ile bir bütün oluşturuyor. Bu bölümün bir amacı da erkek egemenliğinin metalaşmış uygulamalardan ayrı, tamamen yalın bir şekilde teşhis edilmesini sağlamak ve böylece kadınların direnme ve alternatif düşünce üretme eğilimini kışkırtmak. Kadın bedeni hâlâ ihtilaflı bir bölge. Altmışlardan beri mücadelenin şartları değiştiyse de halen birçok kadın öncelikle kendini bedeniyle ifade edebilme özgürlüğüne kavuşmayı arzuluyor. Günümüzde erkek egemenliğinin kadınların kendilerini bedenleriyle ifade etmesiyle nasıl kesiştiğini anlatabilmek için tahlili, sağlık kurumlarında gördüğümüz dolayımsız egemenlik biçimlerinden tüketim toplumunun şekilsiz ve büyük ölçüde dolayımlı gündelik yaşam alanına kaydıracak, ilk olarak kadınların egzersiz programlarını ele alacağım.

B. EGZERSİZ

Çoğu genç kadın, günümüzde egzersizlerin yaygın bir şekilde, kolaylıkla yapılabilmesinin ve toplumca kabul gören bir uğraş olmasının kadınların eşitlik için erkeklerle yaptıkları mücadelede

yeni bir zafer olduğunun farkında değil. *Our Bodies, Ourselves*'e bakınca kitabın egzersizlere ilişkin bölümünün, diğer bölümlerine göre hayli zayıf oluşuna şaştım. Kadınları egzersiz yapmaya, kendilerine bir YMCA* programı bulmaya zorluyor veya yüzme, tenis, belki koşma gibi bir spor yapmalarını öneriyordu. Bu öneriler, bugün kadınların benimsediği egzersiz standartları ile karşılaştırılınca çok ürkek kalıyor. Kitabın okuyucularından çoğunun egzersizin kadınlar için taşıdığı önemin küçümsendiği bir dönemde yetiştiklerini unutmuşum. Kızlar için okullarda takım sporu kolları açmayı yasalaştıran IX. maddeden o günlerde kitabı okuyanların hiçbiri yararlanamamıştır herhalde. Altmışlarda kadın hareketindeki olumlu gelişmelerden biri de kadın bedeninin canlanması, hareketlenmesi ve kadınların kamuya açık yerlerde spor yapmasının kabul görmesi oldu. Haftada dört beş kere 60 dakika aerobik veya haftada 40 km'lik bir jogging programı, birçok kadının egzersiz standardını oluşturuyor. Bu kadınların çoğu beyaz, orta sınıftan ve meslek sahibi; ancak daha genç siyah öğrenci ve meslek sahibi kadınlar da egzersizli yaşam tarzını benimsemeye başladılar. Irksal eşitlik ve sınıfsal hareketlilik, profesyonellik ve profesyonel spor egzersizleriyle eşanlamlı hale geldi. Genelde işçi sınıfı ve özellikle ev dışında çalışan siyah kadınlar için özgürlük, işten kurtulmaktır. "Tüm gün çalışarak kendini öldürürken egzersiz niye?"

Kadınların jimnastik yapması konusunu ele alırken, pek çok insanın egzersize taraftar olmadığını unutmuyorum; ama kapitalist tüketim toplumu model ve görüntüsünün Amerikalı orta sınıf beyazlar tarafından çizildiğini de aklımda tutuyorum. Ayrıca kadınların egzersiz yapmasının bağımsızlaşma ve kadınlar arasında bağlar kurulması dahil pek çok yararı olduğunu belirtmek isterim. Ancak egzersizin tüketim toplumunda bu olumlu özellikleri massedecek ya da sınırlandıracak şekilde nasıl evrildiğini daha yakından incelemek istiyorum.

Boston Kadın Sağlığı Yayın Kolektifi, yerel jimnastik salonlarında ve YMCA'larda egzersiz yapmak için kadınları imza toplamaya zorlarken pek çok kadın egzersizi Jack LaLanne ile birlikte

*YMCA: Young Men's Christian Association - Hıristiyan Genç Erkekler Derneği (y.h.n.)

günlük hayatının parçası haline getirmişti. Egzersiz ve sağlık ürünleri konusunda bir TV müteşebbisi olan LaLanne, ritmik gerinme, zıplama ve eğilme hareketlerini yaptırırken, "Bertha"lara ve "Gertie"lere koca popolarını kaldırmaları, gevşek kalçalarını çalıştırmaları ve sarkık kollarını güçlendirmeleri yolunda utanmazca öğütlerde bulunuyordu: "Haydi Clara bir kez daha yap." Altmışlarda LaLanne'ın günde yarım saat süren egzersiz programı çok popülerdi. Bu program, çocukların ve kocanın evde olmadığı zamanlarda, kadın kendisini ev işlerinden ve ortamından boğulmuş hissettiğinde, televizyonun bir arkadaş yerini tuttuğu önemli anın altını çizer. LaLanne kadınlara dik bacaklı tahta bir sandalyeden başka bir alet gerektirmeden yapılabilecek türden pratik ve çok çeşitli beden hareketleri sunar. O zamanlar kadınlar videodaki göğüs, kol ve bacak kasları çok gelişmiş, verilen hareketleri onar kez de yapsalar kavuşmayı hayal bile edemeyecekleri bir vücuda sahip bu adamın yönlendirmesiyle egzersiz yapmanın sinir bozucu uygunsuzluğunu anlamamış görünüyorlar. Altmışların başlarında, egzersiz aracılığıyla özerklik kazanmaya çalışan kadınlar, kadınların "fiziki zayıflığı" karşısında erkeklerin takındığı himayeci tutumla tombulluğun aşağılanmasına ve erkeklerin fiziki gücünü öne çıkaran abartılmış maço imgelerine tahammül etmek zorundaydılar. LaLanne'ın Alcatraz'dan anakaraya, elleri arkasından kelepçeli olarak ve küçük bir kayığı yedeğine alarak yüzdüğü anlatılır. Bu bir özgürlük simgesi olabilir, ancak Alcatraz'daki erkek tutuklulardan bunu tekrarlayan çıkmadığı gibi altmışların ev kadınlarının bu tür bir harekete kalkışmaları beklenemezdi.

Bugün kadınlar için egzersiz konusunda LaLanne'ın yerine yeni bir TV "guru"su geldi. Bir zamanlar kabarık mayalı Pillsbury çöreği gibiyken şimdi edindiği ince ve yakışıklı vücudunu tüm şişman kadınların ulaşabileceği bir örnek gibi sunan Richard Simmons. Simmons bebek yüzü ve biraz da çocuksu sesi yüzünden LaLanne kadar maço bir görüntü vermiyor, ama sarkık etler ve tombulluk konusunda aynı ölçüde hoşgörüsüz. Ancak LaLanne kadınları şişman oldukları için saldırgan bir şekilde azarlarken, Simmons yalandan yüzlerine gülerek öğüt veriyor. Tabii her ikisi de şişmanlığın en önemli sebebinin, kadınları ev kadınlığına veya vücudu çalıştırmayan, oturularak yapılan işlere mahkûm eden erkek ege-

menliği olduğundan hiç söz etmiyorlar. LaLanne ve Simmons kadınların erkeklerin göz zevkini rahatsız eden şişmanlığının çaresizlikten, eğer çaresizlikten değilse, tümüyle akılsızlıktan kaynaklandığını anlatıyorlar, zira onlara göre her şeyden önce vücudun öyle irileşmesine meydan vermek akılsızlıktır.

Kadınlar için egzersizler konusunda açıkça kendini gösteren erkek egemenliğine karşı Jane Fonda'nın *Workout* (Egzersizler) adlı kitabı ve özellikle orta yaşlı kadınlar için "Olgunluk Çağında Egzersizler" bölümü, egzersiz piyasasındaki feminist alternatifi temsil eder. 1981'de basılan Workout iki yıl en çok satan kitaplar listesinde yer aldı, hâlâ kadınlarca keşfedilip duruyor ve yaygın bir şekilde okunuyor. Ayrıca tüm videoculardaki kaseti bulunduğundan çok yaygın bir şekilde dağıtılmış oluyor. Fonda kırk yaşlarındayken, kendi resimleriyle dolu kitap çıktığında, egzersizleri kadınlara uygun hale getirme görevini üstlendi. Her kadının her yaşta düzgün, güzel bir vücuda sahip olmayı, sağlıklı ve güçlü olmayı amaçlaması ve buna ulaşması gerektiğini belirtiyordu (ancak pek çok kadın, sıra Fonda stili ters takla atmaya gelince, pes etti).

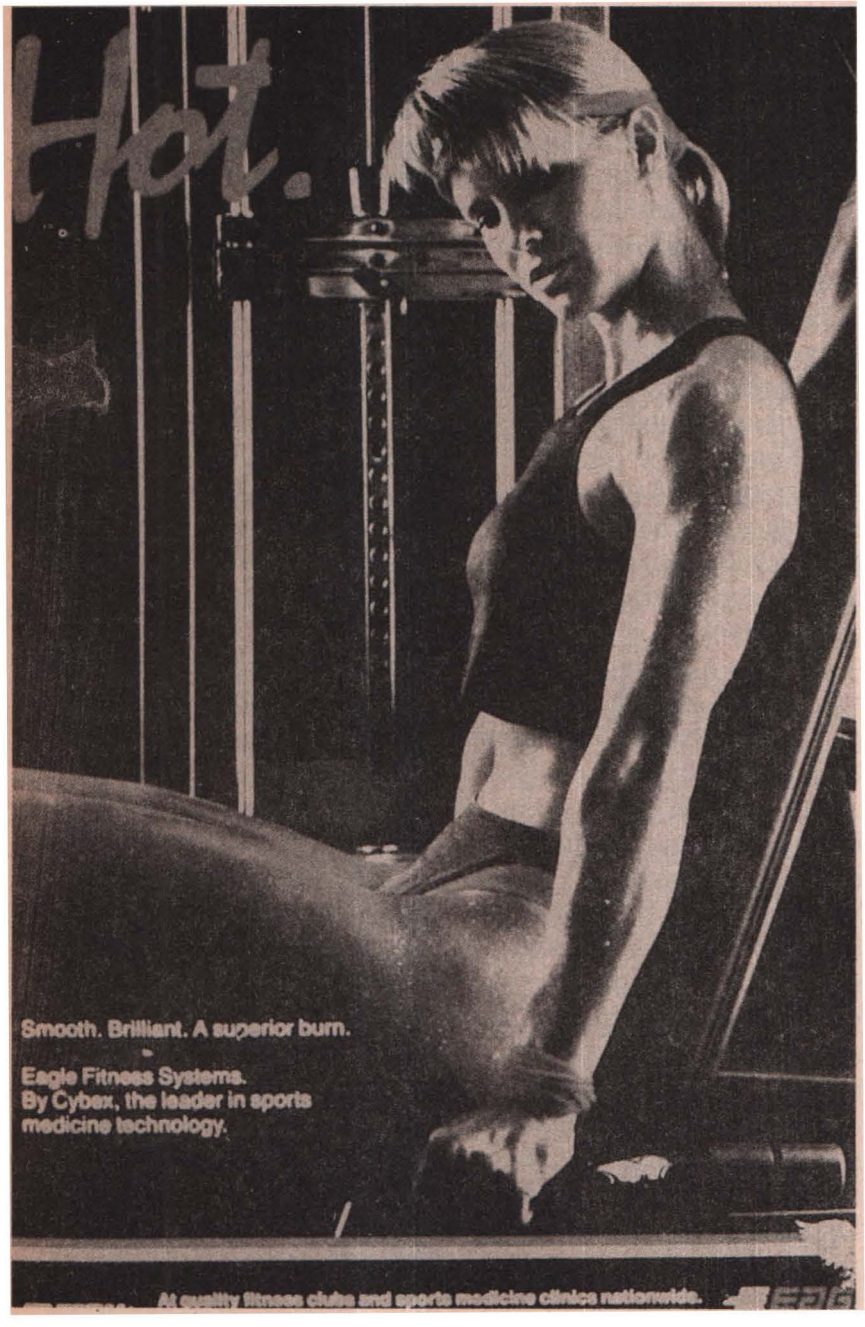
Women Coming of Age (Yaşlanmakta Olan Kadınlar) adlı kitapta yer alan "Olgunluk Çağında Egzersizler", kapitalizm ve erkeklerce belirlenen bir kültürde egzersizlere feminist bir yaklaşımın varabileceği noktayı gösteren mükemmel bir örnek. Kitabın tamamı hem kadın bakış açısıyla kadın vücudunu tanımlama çabasını hem de çelişik bir biçimde, toplumun bu tür alternatiflere koyduğu kısıtlamaları aynı ölçüde gözler önüne seren bir girişim. "Olgunluk Çağında Egzersiz" başlığı bunun iyi bir örneği. Fonda bu başlığı seçmesinin nedenini açıklarken "Olgunluk Çağının" iki anlamlı olmasının altını çiziyor. Bir kadının "olgunluk çağı" yani orta yaşları, televizyonun en çok izlendiği saatlerle birlikte düşünülür burada.* Fonda, cinsiyetçilikle ilgili basit bir noktayı vurgulamak için şöyle bir karşılaştırma yapıyor. Erkekler olgunluk çağında, TV'nin saat 21 kuşağı programı gibidir. En aranan, en başarılı, en itibarlı durumdadırlar. Bunun aksine kadınların ise 40 yaşında kendilerini

* İngilizcedeki "prime time" terimi, akşam 6-11 arası; televizyon izleme oranının en yüksek olduğu zaman dilimi için kullanılır. Burada kadınların "orta yaş" dilim anlamı da verilmiş (y.h.n.)

saat 4'te tekrar gösterilen programlar gibi hissetmeleri sağlanmaktadır (Öğleden sonra 4 veya sabaha karşı 4, siz seçin).

Kitap, kadınların geleceğe ve gelecekteki kadınlık tanımına sahip çıkma isteklerini ifade ediyor. Ancak Fonda'nın önsözde belirttiği gibi, *Women Coming of Age* bir geçiş anını belgeliyor. 80'lerde ve 80'lerden sonra 40 yaşın üzerindeki kadınların iş dünyasında ve toplum gözünde kadın imajını nasıl etkileyecekleri, henüz ne kitabı yazan Fonda ne de onun ilkelerini izleyen bizler tarafından biliniyor. Fonda'nın karşısındaki sorun, bizzat kendisi 20. yüzyıla ait güzelliği gençlikle eşanlamlı sayan erkek egemen fikirleri ile malulken, geçişi nasıl şekillendireceği. Kadının yaşlandığını gösteren fiziksel özelliklere "müdahale edilebileceğini" söylerken (Fonda, 1984: 39) Fonda, güzelleşme çabası (örneğin yüzdeki kırışıklıklar nasıl yok edilir) ile kitabın her yerinde, Fonda'nın dans ederken çekilmiş kendi cazip resimleri yanında gerçeğin ta kendisi gibi görünen resimleri bulunan 50 yaşındaki maratoncu ve yüzücülerin önderlik edeceği bir kadınlık nosyonu arasına çok ince bir çizgi çekiyor.

Women Coming of Age'i, *Our Bodies, Ourselves*'i tekrar keşfettikten sonra okuduğum için, yetmişlerin başındaki projenin ışığında incelemekten kendimi alamadım. Bugünün orta yaşlı kadınları altmışlı yılların izini taşıdıkları için, Fonda'nın kitabını böyle ele almak herhalde yanlış olmaz. Bu açıdan, yetmişlerin başında çok önemli olan "kendi olma" sorunu açıkça olmasa da Fonda'nın metninin her satırında var, ama hiçbir yerde yüzleşilmiyor. Gerçekte Fonda çoğulun tekilde ifadesidir; çünkü kitap Fonda'nın çocukken, anneyken veya eşken, kamp yöneticisi veya araştırmacıyken ve en son evcil hayvanlarla uğraşırken çekilen fotoğraflarını ve filmlerinden bazı sahneleri içeriyor. Bütün bu roller sonuçta Fonda'nın, deneyimine dayanarak ve inançla konuşan yazarın "ben"i içinde toplanıyor. Kolektif toplumsal pratiğin çeşitli izlerini görmek mümkün. Kitapta, bir egzersiz grubu ve bu grupta Fonda'nın programından yararlanan kadınların tanıklıkları yer alıyor. Bize söylendiğine göre bazıları Çiftlik İşçileri Birliği Hareketi ve Ekonomik Demokrasi Kampanyası'nda politik olarak aktif bir biçimde yer almışlar. Ancak "kendi olmak" ve kolektif eylem ruhu konularına, kitapta dar bir açıdan, özellikle egzersizlerin ürünü olarak tanımla


Hot.
Smooth. Brilliant. A superior burn.
Eagle Fitness Systems.
By Cybex, the leader in sports medicine technology.
At quality fitness clubs and sports medicine clinics nationwide.

nan vücut sağlığı açısından yaklaşılması nedeniyle kısa kesiliyor ve kısıtlanıyor.

Bu, beni "Olgunluk Çağında Egzersiz" başlığının diğer yarısını, "egzersiz" nosyonunun kendisini ele almaya yöneltiyor. Çalışma ve boş zamanın çelişik bir sentezi olan egzersizin, yirminci yüzyıl sonu tüketim toplumunda ortaya çıkan en gelişmiş meta biçimi olarak da ele alınabileceğini iddia ediyorum. Egzersiz, bireyi iyi bir vücut geliştirmek amacıyla enerjisini seçerek ve optimum biçimde harcaması için yalıtır. Ancak egzersizler ve özellikle *nautilus* egzersizleri, ütopik boyutlar da içerir. Egzersizlerin kapitalist toplumdaki üretim ve tüketimi ve bunların dönüştürülmesi yolundaki ütopik arzuyu nasıl içerdiğini açıklamaya çalışırken Frederic Jameson'un yargısından yararlanıyorum: "En küçümsenen kitle kültürünün bile bir ütopik boyutu vardır, ne kadar hafif olursa olsun, bir meta olarak içinden çıktığı toplumsal düzene karşı örtük olarak eleştirel kalır". (Jameson, 1979:144)

Egzersizler, özelleştirme yolundaki eğilimin doruğunu temsil eder. Süreç, çağın başındaki "erkeklere mahsus" sağlık kulüplerinden başlayarak bugünün her iki cinse ait jimnastik salonlarında son bulur. Çok açıktır ki egzersiz, TV'de egzersiz programlarının yapılmaya başlanması ve şimdi de daha bireysel bir tüketim tarzı olan ve video kasetlerle birlikte bir meta haline gelmiştir. Bugünün büyük paralar dönen spor pazarında, metalaşmayı önlemenin tek mümkün yolu, okul salonlarında ya da kiliselerde çevre sakinlerine jimnastik dersleri verilmesidir. Ancak, muhteşem özel kulüp ve salonların ortaya çıkışı, halka dönük toplu egzersiz programlarının orta yaşlılara hatta yaşlılara ait zevksiz, demode programlar olarak kabul edilmesine yol açmıştır. Özel bir salonda egzersiz yapmakla toplu egzersiz arasındaki fark, ikincisinin kadınların birleşmesine yol açması ve ayrıca kuşak ve sınıf farkını yok edici etki yapmasıdır. Toplu programlara katılan kadınlar en çok birlikte gülüp terlemekten ve öğrenmekten zevk aldıklarını söylüyorlar. Toplu egzersiz programları, katılımcılarını özel yaşantılarından, ailelerinden ve dostlarından koparmaz. Aksine, kadınlara toplum içinde diğer kadınlarla birlikte kendini geliştirme şansı sağlar. Medya, egzersizi oturma odalarına kanalize ederek bireyselleştirdiği zaman, bu tür

Mattel UK'nin izniyle

olanaklar kesinlikle ortadan kalkar. Demek ki, özel mekân işten ve evden kaçışı sağlıyorsa da toplu yaşam ve iletişim olanaklarını ciddi olarak kısıtlar. Bu nedenle salonda aerobik çalışmasına katılan bir kadın kendini yalıtılmış bir birey gibi hisseder. Salonun ortamı bedensel rekabet havası oluşmasını sağlar. Her yerde aynalar bulunur. Kadınlar kendilerini diğerleriyle karşılaştırır, ancak paylaşmaz. Kendilerini beden olarak görürler. Birbirlerinin vücut hatlarını ve kavislerini inceler ve en seksi mayoyu kim giymiş diye dikkat ederler.

Egzersiz kadınların güç, çeviklik ve fiziksel özgüvene duydukları olumlu isteği alıp stil, güzel bir vücut görüntüsü ve performans konularında rekabete dönüştürmektedir. Bedensel rekabet, uzun zaman sadece erkeklerce yapılan spora ait bir nitelik olmuştur. Ayna önünde kendileri ve diğerleri için kas germe hareketi yapan erkekler, en belirgin erkeklik ve egzersiz metaforudur. Egzersiz, kadınları güzel görünme konusunda birbirine düşürür. Dimdik bir vücut çizgisi ve esnek kaslar, kadınlar için resmin sadece yarısıdır. Eksiksiz bir sporcu görüntüsü için birkaç egzersiz kıyafeti ve akmayan makyaj gerektiği gibi saçların da özellikle yapıldığını belli etmeyecek bir şekilde ustaca şekillendirilmesi gerekir.

Egzersiz, cinsiyetin vurgulandığı bir görünüm yaratır: Uzun Barbie bacakları, parlak pembe tayt ile vurgulanır, pantolon biraz düşük mor tozluklarla tamamlanır (hava sıcak bile olsa, tozluklar kullanılır); incecik bedene bacak oyuntusu kalçayı gösterecek şekilde bele kadar uzanan mor erik rengi dar bir mayo giyilir; son olarak renk uyumuna özen gösterilmiş baş bandı (veya bileklik) takılır. Gerektiği gibi görünmek için terlemenin şart olduğunu hatırlatırlar bize. Birçok kadın salona gidip gelirken de spor kıyafetini giyer. Gözalıcı egzersiz kıyafeti ile McDonald's'ın önünde sıraya girmiş, banka otomatından para çeken, çocuklarını yuvadan alan, süpermarkette alışveriş eden ve sokaklarda gezen kadınlar görüyorum. Spor merkezine giden kadınların çoğu vücutlarını çorap gibi saran parlak giysilerini bluz, etek, tulum gibi şeylerle örtmeyi sevmiyorlar. Böyle yaparak kendilerini hiç çekinmeden dışadönük sporcu bir kadın olarak sunmuş oluyorlar. Vücudunu bu şekilde topluma göstererek kadın, kendisini vücudunu biçimlendirme ko-

nusunda denetimi elinde tutan biri olarak ortaya koyar. Önceleri sadece erkeklerin imtiyazı sayılan profesyonelce yürütülen egzersizlere katılmaya hakkı olduğunu gösterir. Ancak kadınların toplu egzersiz yapmasıyla ilgili görünürde özgürleştirici olan bütün bu olumlu yönler, erkeklerin günlük hayatta spor yaptıkları kıyafetleri giymemesi gibi basit bir gerçek yüzünden tümüyle geçerliliğini yitirmektedir. Neden giysinler? Erkeklik kaslı olmakla eşanlamlıdır, tıpkı penisle eşanlamlı olması gibi. Kadın-erkek karma sınıflar ve *nautilus*'un herkese açık olması bir yana bırakılırsa, egzersiz, cinsiyete göre farklılaşması nedeniyle, erkek egemenliğini kanıtlar. Toplumumuzdaki diğer birçok şeyde olduğu gibi cinsiyet sahibi olma genellikle kadın olmakla aynı anlamda kullanılır. Sadece egemen olmaları sebebiyle erkekler kendilerini cinsiyeti olan özne olarak vurgulamak zorunda hissetmezler. Eşitlik mücadelelerini sadece cinsiyet düzeyinde tanımlayan kadınlar, cinsiyetli özne olarak algılanmaktan fazlasını elde edemezler. Cinsiyetlerden sadece birinin tanımlanmaya ihtiyaç duyduğu bir toplumda egzersiz yapan kadın görüntüsü dramatik bir değişim isteği ile cinsel kimlik isteği arasındaki çelişkiyi ifade eder.

"Kızım şekle gir". Bu nakarat, genç kızlar için hazırlanmış egzersiz aksesuarlarına adını verdi ve bu ürünlerin reklamlarında kullanıldı. Bu aksesuarlar arasında 6-7 yaşındaki kızlar için özel spor çemberleri, mayo kemeri ve spor eldivenleri var. Mesaj açık: Egzersiz bir metadır. Yaptığınız bir şey değil, satın aldığınız ve giydiğiniz bir şeydir.

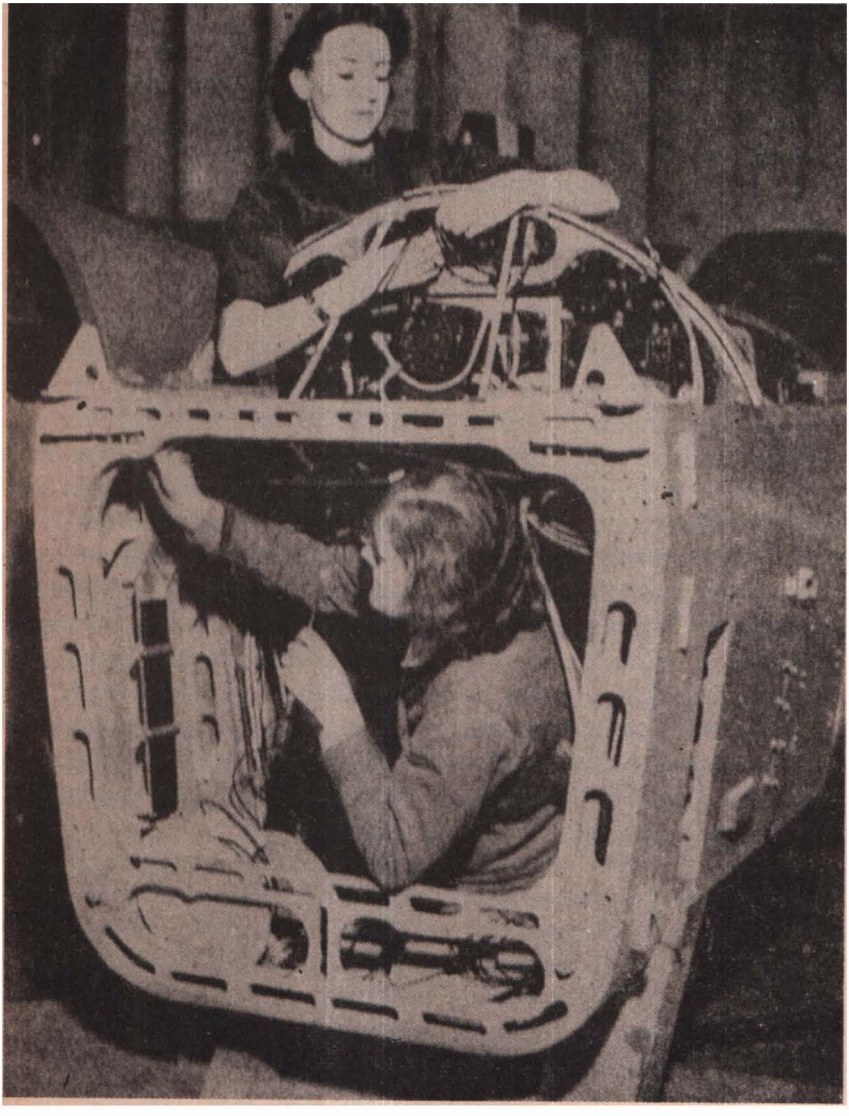
C. ÇALIŞMA

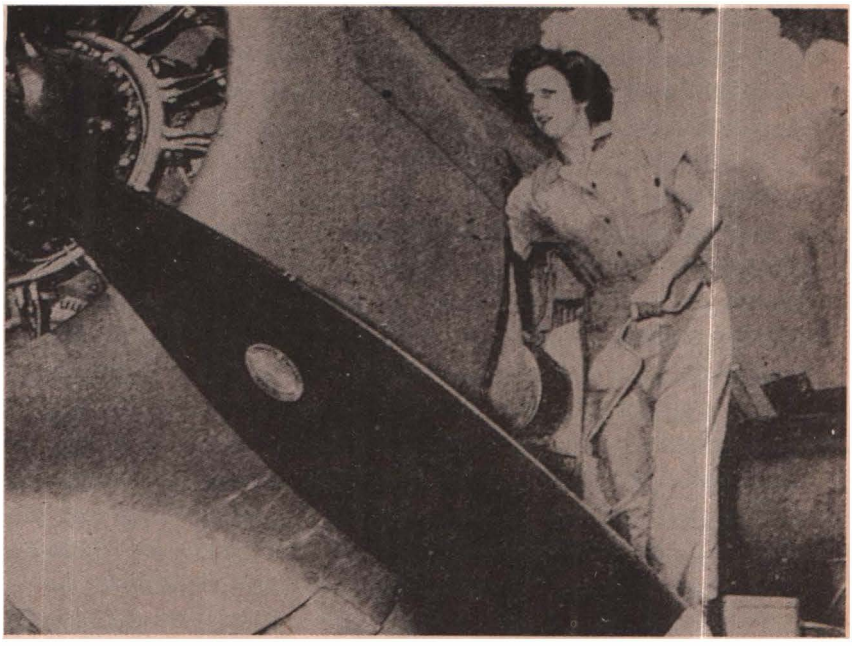
Bugün egzersiz yapan kadınların çoğu idari işlerde, yarım günlük işlerde, sekreterlikte, elektronik montajda ve oturularak yapılan, bedeni kısıtlayan, gerilimli işlerde çalışmaktadır. Bu kadınlar için Perçinci Rosie'nin pek eski olmayan anısı, kadınların işgücü içinde çarpıcı bir alternatif oluşturma isteğini teşvik etmelidir. Perçinci Rosie, İkinci Dünya Savaşı sırasında sanayi emeğiyle birlikte anılan bir ikondur. Tulum ve baret giymiş, aletler ve metal seferta-

sı taşıyan Perçinci Rosie, kadınların grup olarak sadece erkeklere ait kıyafet ve görevleri değil, erkek egemen sanayi kapitalizminin en önemli simgesi olan makineyi de ele geçirdiği patlama noktasını temsil etmektedir. Perçinci Rosie'nin B-52'nin koca gövdesinin başındaki görüntüsü, bir yüzyıl önce Zola tarafından mahşeri bir demiryolu destanı niteliğindeki *La Bête Humaine*'de anlatılan imtiyazlı erkek-makine ilişkisinin feminist versiyonudur. Zola, zaptedilmeyen bir lokomotifi kontrol etmek için etiyle kemiğiyle didinen bir mühendis portresi çizerek, erkeklerin makine ile 1940'lara kadar bozulmayan bütünleşmiş bir ilişkisi olduğunu vurgulamıştır.

Kadınları çarpıcı bir şekilde üretici bir güç olarak tanımlayan Perçinci Rosie'nin aksine, bugün çalışan kadınların çoğunun emeğini üretim olarak algılamakta güçlük çektiğini görüyoruz. Çalışan erkeklerin birçoğu da kendilerini üretimden kopuk hissederler, ama bu asıl kadınların yaşam tarzıdır; çünkü kadınlar ancak hizmet sektöründe, vasıfsız işlerde ve elektronik montaj sanayiinde çalışırlar. Eğer kadınların iş dünyasındaki geçmişini İkinci Dünya Savaşı'ndan günümüze kadar alırsak, kadınların kırklarda sanayide çalışmalarıyla başlayıp ellilerde ev işlerine döndüklerini, yetmiş ve seksenlerde tekrar işgücünün vasıfsız ve düşük ücretli bir parçası haline geldiklerini görürüz. Makine ile bütünleşmiş, üretimde faal rol alan kadın görüntüsü, kitle kültüründen silinmiştir. Haftada 40 saat de çalışsa, bir kadının mutfak aletleri (ironik bir biçimde "La Machine" adı verilmiş mutfak robotu gibi) dışındaki makinelerle veya otomobille ilgileneceğine ihtimal verilmez.

Kadınların emek tarihi bağlamında *nautilus* makinesi, kapitalistlerin düşlerinin gerçekleşmiş halidir. Kadınlara makine ile çalışma olanağı sunarken üretime girmelerini önler. Enerji ve gayret gerektirir, emek deneyimini olumsuzlar. Bireyi egzersiz yapan diğer kadınlardan ayırır ve gövdesini her biri özel bir makineyi ve makine işlevini gerektiren beden bölgeleriyle kas işlevlerinden oluşmuş bir toplum olarak tanımlar. *Nautilus* makineler ve onlarla egzersiz yapan kadınlar, savaş gemisinin başında poz veren Perçinci Rosie'nin 1980'lerdeki çarpık eşdeğeridir. Halkın imgeleminde ikonlaşan *nautilus* makinesi, kadının kendisi ve emeği ile olan ilişkisini metafora dönüştürür. Sonuçta gelişmiş bir vücuttan başka hiçbir şey üretilemez.





"İçinde sürünüyorsun." Oğlum, *nautilus*la yaptığı egzersizi şimdi demode olan ve kendi gücünüzü makinenin direncine karşı kullandığınız ağırlık kaldırma makinesi ile karşılaştığında böyle tanımlıyor. *Nautilus*u tarif etmesi istendiğinde pek çok insan, makinenin parçası haline geldiği duygusunu dile getirir. Beden gücümüzü bir tel veya makara sisteminde ağırlık kaldırmak için dolaysız kullanmak yerine, bedenimizi kendi işlevlerinin içine katar. Makinenin içindeki kadın, kendisi üreticiyken ve makinenin bir ürünü olarak gene kendisini üretirken bile aynı zamanda makine tarafından üretilen bir nesnedir. *Nautilus*un bulunduğu odadaki yerleştirme düzeni üretime göndermeyi vurgular. Makine satan herhangi bir mağazaya uğrayan biri, çeşitli işlevleri yerine getirecek birçok makinenin yapılıp yerleştirildiği *nautilus* bölümüne gittiğinde, dökme aletler satan bir yerin aynalı kromajlı hale gelmişi ile karşılaşır. Egzersiz yapan kadın iş dünyasında olmanın aldatıcı memnuniyetini hisseder; burada emeğinin, tekrara dayalı, dar tanımlı işlere indirgenmesi tecrübesini ilk elden yaşar.

Bugünün kitle kültüründeki en çarpıcı yan, aerobik gibi kitle kültürüne ait bir nesneyi tanımlayan özelliklerin bazen "yüksek sanat" alanına ait de olabilen öteki kültürel nesnelerde yinelenmesidir. Eserleri bir dönem New York'taki sanat dünyasında alkışlanan ve şimdilerde Vogue Dergisi gibi popüler basının dikkatini çeken fotoğrafçı Cindy Sherman, buna iyi bir örnektir. Cindy Sherman'ın fotoğrafları, *nautilus* makinesinde egzersiz yapan kadınların üretim ve tüketim ile olan ilişkisini yansılar. Sherman'ın fotoğraflarının çoğu kendi fotoğraflarıdır. Eski çalışmaları siyah-beyaz filmlerden alınmış gibidir; buralarda Sherman ya bir Fellini filminden ya da ikinci sınıf bir Hollywood filminden fırlamış gibi görünmektedir. İlginçtir, Sherman'ın fotoğraflarının çoğu, Jane Fonda'nın egzersiz kitaplarında görülen fotoğraflarına çok benzemektedir.

Sherman'ın kendi fotoğrafları alışılmış oto-portrelerden değildir; çünkü her fotoğraf tamamen değişik bir Cindy Sherman göstermektedir. Her biri tek modelin her sefer makyaj ve kostümle değiştirilerek, fotoğrafçı Cindy Sherman'dan ayrı, bağımsız bir tip haline dönüştürülmesinden doğmuş farklı birer foto-karakterdir. Sherman hem fotoğrafçı hem de fotoğrafı çekilen öznedir. Üretim/yeniden üretim çemberinin içindedir. Hem kamu tarafından tüketilmek üzere galeri duvarına asılan üründür hem de beden görüntüsünden ibaret olan ürünün üreticisidir. Albrecht Dürer'in hemen her sanat tarihine giriş dersinde öğrencilerin karşısına çıkan, bir erkek sanatçıyı, boylu boyunca uzanmış çıplak bir kadın modeli kâğıt üzerine çizerken gösteren meşhur bir tahta kalıp baskısı vardır. Sanatçı ile model arasında bir parmaklık vardır; parmaklık kadının yatay durumdaki bedenini parçalara ayırır, böylece sanatçı onu bir perspektiften ve ayrıntılı olarak yeniden üretir. Fotoğraf makinesini yani yeniden üretim mekanizmasını temellük ederek çekim yapan Cindy Sherman, hem Dürer'in sanatçısının imtiyazlı konumuna gelir hem de çizilen modelin yerini tutar. Zaten fotoğraflarının birinde Sherman, Dürer'in çıplağının yatmış pozunu taklit eder; bunu ancak kendisine Dürer'in sanatçısının gözü ile bakarak sağlayabilirdi.

Sherman'ın sanatı da *nautilus*da çalışan kadınlar gibi erkek egemen üretime karşı mücadelenin kazanıldığı ve daha sonra kapita-

lizm tarafından tekrar yutulduğu dönemin en uygun görüntüsüdür. Tıpkı sanayi makineleri gibi fotoğraf makinesi de önceleri sadece *erkek* sanatçılara aitti: Cartier-Bresson, Stieglitz, Hine. Önceleri erkeklerin hükmettiği sanat dünyasında kadın fotoğrafçıların parlaması, fotoğrafçılığın boş vakitlerde oyalanma aracı kabul edilmesi ile bağlantılı. Eastman Kodak aile fotoğrafçılığındaki inanılmaz kâr potansiyelini değerlendirmek için fotoğraf makinesini evcilleştirince, kadın ve çocuklar, kadın fotoğrafçılar ve ev kadınları, fotoğraf makinesi kullanabilir hale geldiler.

Makine düşmanı işçiler kapitalizmin makinelerini kırmışlardı; Perçinci Rosie makinelere kadınların el koyuşunu temsil ediyordu; fotoğrafçılığın *nautilus*'u olan Cindy Sherman da makine ile mahrem bir birlik oluşturmayı ve üretim sürecine dahil olmayı ifade eder. 19.yy'da Marx işçilerin yabancılaşmasına karşı çıkan yazılar yazmıştı. İşçi, işgücünü satarken hem üretimi denetlemekten hem de emeğin meyvelerinden, metalardan ve bunların satışı sonucu gelecek kârdan kopmaktaydı. Metanın çelişkisi, işçiden tümüyle ayrılabilir olması ve aynı zamanda işçinin yabancılaşmış emeğini içinde barındırmasıdır. Yabancılaşma, kapitalizmdeki üretim tüketim çemberinin tamamına sirayet eder. Böyle bir sistemde ütopik güdü, genellikle aynı zamanda onu masseden biçimlerde ifade edilir. *Nautilus* makinesinde kendisini üreten kadın da, fotoğraf makinesine poz vererek kendi fotoğrafını çeken Cindy Sherman da kadınların yabancılaşmayı reddetmek konusundaki derin isteğini anlatır. Her ikisi de üretim ve meta konusunda denetimi ele geçirme isteğini ifade eder. Her ikisi de makineyi çalıştırma ve denetleme konusundaki bastırılmış ütopik isteği gösterir. Ve her ikisi de makinenin işlevlerine dahil olma konusundaki şeyleşmiş isteğin ifadesidir. Her ikisi de bundan sonra malın içinde yabancılaşmış emek görmemeyi ütopik bir şekilde özlediklerini, ancak bunu ütopyanın tersine bir formülle, kendilerini metanın içine katarak yaptıklarını gösterir.

Özgürleşme güdüleri her defasında üretimin kadınlaştığı nosyonunu yalanlayan kapitalist sistem içinde massedilir. Cindy Sherman ve *nautilus* gittikçe daha çok kadının işgücüne katıldığı bir çağın epifenomenal metaforlarıdır. Eski dönemlerde tümüyle ev içi işlere mahkûm olan orta sınıftan bir çok kadın, şimdi işgücüne

dahil oluyorlar. Bu, ev, işyeri ve sokağın kadınların üretim/yeniden üretim çemberine girmesinden beri, önceleri burjuva ailesi ve evini üretim dışında tutan zihniyetin çöktüğünü gösterir. Kadınların çoğu üretime yarım gün veya zaman zaman çalışarak katıldığından ev içi emekleri gibi ücretli emekleri de değerini bulmamakta ve gözden silinmektedir. Kadının makine ile bütünleşmiş görüntüsü, üretimin yeniden üretim ile eşanlamlı olduğu bir sistemde alternatif değil; çalışan kadının meta kapitalizmindeki yerini gösteren bir metafordur.

D. JEM VE HOLOGRAMLAR

"Taklit gerçektir." Jean Baudrillard bu sözle geç kapitalizmin tüm olgularını, göndergenin (referent) öneminin azalmasını, öznenin kaybolmasını ve kitlesel olarak üretilen fetiş haline gelmiş metaların sonsuz bir şekilde piyasaya sürülüşünü parlak bir şekilde özetliyor (Baudrillard, 1981). "Taklit"i "gerçek" olarak kabul ederken Baudrillard, geç kapitalizmde üretim-tüketim ilişkisini metaforlaştırıyor. Küçük kızlar için pazarlanan çok popüler yeni bebek Jem, bir taklittir; her oyuncak bebeğin gerçek bir çocuk veya bebeğin taklidi olması yolundaki eski anlamda değil yalnızca kendi gerçeğine gönderme yapan ve muhtemel hiçbir göndergesi olmayan taklit olarak. Fiziksel olarak Jem, Barbie'ye benzer: Uzun, ince bacaklı ve bedenli; dik göğüslü, sert dimdik vücutlu (sarılmak için değil, sayısız moda giysi ile poz vermek için yapılmıştır); mavi gözlü ve sentetik sarı saçlıdır. Barbie'nin medyadaki yeri TV reklamları ile sınırlıyken Jem, dünyanın dört bucağında satılan bir oyuncak olduğu gibi haftalık bir çizgi romanın ve kendine ait iki saatlik bir video filminin de kahramanıdır. Jem'in reklam sloganı "Gündüz Plak Şirketi Müdürü, Gece Rock Yıldızı"dır. Gerçekten Jem kurtadamdan daha sık dönüşüm geçirir. Bunun nedeni, Jem'in değişmek için ayın doğmasını beklemek zorunda olmaması, günde en az üç dört kere müdürlükten rock yıldızlığına gidip gelebilmesidir. Jem'in çift kişilikli oluşu değişim ve kimlikle ilgili tüm kültürel yan anlamları bir araya getirir. Şizofreniktir, aynı zamanda Kül-

kedisi'dir, bir taklittir, öykündüğü modelini kendi yaratmıştır (ki modeli de taklitten ibarettir), ayrıca *nautilus*/Cindy Sherman sendromunun çok iyi bir örneğidir: Üretim/tüketim çemberi içindeki kadın.

Jem'in hikâyesi biraz karışık, fakat 6 yaşındaki kızların çoğu, Jem ve öteki 'ben'inin oluşumunu gayet güzel anlatıyor. Çocukların zorlandığı nokta hangi kişiliğin gerçek olduğunun ve nedeninin anlatılmasıdır. Hikâye Jerrica ile başlar. Jerrica'nın annesi çok önceden, babası ise yakınlarda ölmüş ve kızına Starlight Plak Şirketi ile vergi kaçırmak için kurduğu yetimhaneyi bırakmıştır. Hayırsever bir mirasçı olan Jerrica, babasının vasiyetnamesinin uygulayıcısı ve kendi vasisi olan vicdansız Eric Raymond'un hainliğiyle karşılaşır. Raymond'un amacı plak şirketini devralmak, Jerrica'yı beş.parasız bırakmak ve yetimhaneyin de kapanmasını sağlamaktır.

Ancak henüz her şey kaybedilmemiştir; çünkü Jerrica'nın babası bir şey daha bırakmıştır: Bir teknoloji harikası, "synthesizer ve hologram makinesi" (adı Cynergy'dir). Makine, kadın sesine ve kişiliğine sahiptir; ekranında beliren kadın yüzü Jerrica'nın peri vaftiz anasıdır. Jem'in hikâyesini muhtemelen Külkedisi masalına dayandırmakta olan çocuklar bu noktada masala devam etmekte zorlanırlar. Bu masalın Grimm tarafından anlatılanında da, Disney tarafından anlatılanında da Külkedisi'ndeki dönüşüm sadece görünüşte kalmıştır. Grimm kardeşlerin anlattığına göre Külkedisi annesinin mezarında ilahi okurken küçük bir kuş altın ve gümüş elbise ve ayakkabı atmıştır. Disney'in çizgi filminde ise Külkedisi annesinin mezarında ağlarken, peri vaftiz annesi (vekâleten annelik yapmanın eski çağlara ait bir şekli) bir balkabağını arabaya, fareleri atlara ve Külkedisi'nin paçavra elbisesini harika bir balo elbisesine çevirir. Böyle dönüşümler çocuk anlatıcıya sorun çıkarmaz; çünkü çocuğun masal tecrübesi tüm geleneksel motifleri, özellikle açıklamalarını büyü ve sihre dayandıran peri masallarını barındırmaktadır. Hem Külkedisi, güzel elbiseler de giyse hâlâ Külkedisidir.

Ancak, Jerrica'nın Jem'e dönüşümü tümüyle farklı bir durumdur; çünkü gerçekten başka biri haline gelir. Bu yetmezmiş gibi

yüksek teknolojili hologram makinesi Külkedisi masalındaki gerçeklik ilkesi olarak iş gören çok ufak ayrıntılar (kabak ve Külkedisi'nin kirli yüzü gibi) dışında her şeyi silebilmektedir. Cynergy, Jerrica'yı sadece yeni bir stilde giydirip eline de bir akustik gitar vermekle kalmaz; Jem'i, göndergesinin, Jerrica'nın yerini tamamen alan üç boyutlu bir imaj olarak üretir. Dahası, Jerrica da üç boyutlu bir imaj olarak ortaya çıkabilir. Böylece süreç başladıktan sonra Jem ve Jerrica aynı anda hem taklit hem gerçek olarak varedilir. "Taklit gerçektir."

Jem'in video kasetini 8 yaşındaki kızımla izlerken, kendimi neyin gerçek neyin taklit olduğunu anlamaya çalışırken buldum. Bir sahnede, Jem hızla giden bir arabanın altında kalmak üzereydi. "Bu Jem, makinenin projeksiyonu mu yoksa oradaki gerçekten kendisi mi" diye sordum. Stacy, "Kendisi gerçekten orada, ama bu sefer yolun kenarında duran Jerrica projeksiyon" dedi. Elbette her şey -Jem, Jerrica, onların projeksiyonları, peri vaftiz annesi olan makine- çizgi film karakterleridir, animasyonun film endüstrisi ile ilişkisine bakarsak, filmin sinematik gerçekliğiyle kıyaslandığında diğerinin teknolojik bir taklidi simgelediğini görürüz. Üstelik bu çizgi filmlerin hepsi bilgisayarla üretilmiştir ve otuzlarda Disney stüdyolarında elle çizilip elle boyanarak üretilen animasyonların yapay antitezidirler.

Tıpkı Cindy Sherman'da olduğu gibi Jem'in yaratımında da sanat üretimi söz konusudur. Bu Külkedisi dünya çapında meşhur bir müzik yıldızı ve Holograms adlı kadın rock grubunun eşlik ettiği bir şarkıcıdır. Kadın rock grubu, Jerrica'nın yetimhanesindeki kadınlardan oluşmuştur; onlar da aynı hologram makinesi ile değişime uğramışlardır. Jem ve Holograms altın plaklar alarak, kapalı gişe konserler vererek ve girdikleri her rock müzik yarışmasını kazanarak dünyayı dolaşırlar. Turne boyunca onları Uygunsuzlar adlı rakip kadın rock grubu sebatla izler. Kabadayı ve kötü insanlardan oluşan bu topluluk Jem'in karşısında tüm müzik yarışmalarını kaybeder ve neticede Jem'i ve başarısını sabote etmeye kalkışır. İlginç olan şudur: Uygunsuzlar'ın yaptığı yüksek sesli ve açıkça kötü olan müzik, gerçektir. Kendi müzikleridir ve müzik aletleri kendilerince çalınmaktadır. Tüm ödülleri kazanan ve kulağa hoş gelen Jem'in

müziği ise aynı Jem'in kendisi gibi taklitten ibarettir. Cynergy'yi ilk keşfettiklerinde yetimlerden biri şöyle der: "Vay, bu eksiksiz bir synthesizer". Derlenmesinden gerçekleştirilmesine ve satılmasına kadar Jem'in müziği, yani sanatı, makine ürünüdür. Bu noktada Jem sanatçı ve üretici olarak Cindy Sherman ve *nautilus* makinesine katılır. Jem üretici makinenin içindedir; hem üretici hem de tüketen nesne rolündedir. Sanatını üretirken kendisi ve sanatı da üretilir.

Jem, bize daha dar açıdan Cindy Sherman'a bakarken ve kadın sanatçının önceleri erkekler tarafından tanımlanmış olan bir alanı temellük etmesinin olumlu taraflarını teşhis ederken kavrayamadığımız ölçüde geniş bir üretim anlayışına ulaşmamıza izin verir. Jem ile gördüğümüz, üretimin kadınsılaştırılmasıdır. Cynergy, kadın olarak makineyi simgeler. Meydana getirmekle doğurmak arasında fark gözetmeyen bir vekil annedir. Cynergy kadınların ekonomik ve toplumsal eşitliklerini kazanmış olduğu varsayılan bir çağda doğan çocuğa kadınlarca yönlendirilip yürütülen bir üretim sistemi görüntüsü sunar. Oysa bu tamamen aldatmacadır ve taklitten daha gerçek dışıdır. Makineyi yaparak kızına miras bırakan ve büyük olasılıkla makine sayesinde mezarından kızını denetleyen, ortalıkta görünmeyen baba, kapitalist üretimin son sözünü söyler. Görünmeyen dâhi baba, Cynergy'ye yeni bir açıdan, sıkıcı işlerde babanın vekili olarak bakmayı sağlar.

E. PERİ MASALINDAN AŞK ROMANINA

Masal anlatan küçük kızlar Jem ile Külkedisi arasında hayli benzerlik bulacaklardır; zira her ikisi de geleneksel peri masalı çizgisindedir. Peri vaftiz annesinin ve yeni rock yıldızı elbiselerinin yanı sıra Külkedisi'nin terliklerinin eşdeğeri olarak bir çift parlak gülrengi küpe vardır. Bunlar her değişiminde yine onun yanında kalırlar ve Cynergy ile bağlantı sağlayan sihirli tekno-sibernetik aracı görevi yaparlar. Jerrica'nın başı derde girince parmağını küpeye koyar ve "Cynergy, gösteri zamanı" der. Hemen Jem olur, sorunu çözer, sonra "gösteri bitti cynergy" der ve yine Jerrica olur.

Küçük kızlar TV'de Jem'i seyrederken anlatıcı değil okuyucudurlar. Böylece büyüdükleri zaman hayatlarına peri masalından daha çok şekil verecek bir başka popüler hikâyeyi nasıl okuyacaklarını öğrenirler. Bu romanstır. Külkedisi masalının her bölümüne karşılık Jem'de eşdeğer şekilde Harlequin romanlarından alınmış bölümler vardır. Jem iki geleneği yan yana getirerek eski masallarda daha belirgin olan çelişkileri, romantik bölümlere dönüştürerek ortadan kaldırır; romantik bölümler çelişkiyi tümüyle yok etmeye çok uygundur. Grimm'in yazdığı Külkedisi, gerilimle örülü bir metindir. Masal, Külkedisi ile ölmüş annesinin ilişkisinde kadınlar arası güçlü bağlılık potansiyelini verirken, antitez olarak Külkedisi'yle üvey annesi arasındaki aynı derecede güçlü anlaşmazlık ve rekabeti anlatır. Peri masalı küçük kızların kadınların çelişkili ilişkilerinin her iki yönünü de tümüyle incelemelerini ve kadınların davranışlarının (koruyucu da olsalar rakip de), öyküde hiç görünmeyen veya üstünkörü tasvir edilen erkeklerle olan ilişkilerince belirlendiğini anlamalarını sağlar. Peri masalının en büyük çelişkisi, Prens'in, uzun uzadıya tasvir edilmese bile Külkedisi için de masal için de çözüm olmasını sağlayan erkek egemenliğinin gücüdür.

Tania Modleski, Harlequin romanslarıyla ilgili önemli bir inceleme yazdı. Uzun zamandır bu romanlar zevkine düşkün kadınlar için yazılmış süprüntüler olarak görülürken Modleski, aşk romanlarında kadınların erkeklere karşı derinde yatan düşmanlık duygularıyla, iyi tanımlayamadıkları özerklik isteminin birleştirildiğini gösterir. Demek ki aşk romanları kadınların özlemlerine gem vurulduğu ve toplumsal çelişkilerin çözüldüğü yerdir. Metinleri ve çizdikleri kadın portrelerini inceleyen Modleski, kadınların gem vurulamaz arzuları üzerine iyimser bir sonuca varır: "Bu romanların kadınların öfkesini dindirmek ve erkeklerin düşmanlığını dayanılır raddeye indirgemek için bu denli uçlara gitmesi gerektiği gerçeği, kadınların hoşnutsuzluğunun derinliğini göstermektedir" (Modleski, 1982: 58).

Genç kızların, devir değiştiği halde büyükannelerini zapteden, kendilerini de büyük olasılıkla zaptedecek olan erkek egemen yapının günümüzde de geçerli olduğunu henüz öğrenemedikleri ve bu nedenle tüm isteklerini hakkıyla doyurmak istedikleri bir zamanda, Külkedisi'nde de görülen çelişkiler büyük olasılıkla yeniden canla-

nır ve Jem karakteri genç kızların bu çelişkilerin farkına varmasını önlemeye çalışmak için yapmadığını bırakmaz. Jem'e makine sayesinde sağlanan yetenek, başarı ve güzellik, diğer genç kızların şirket yöneticisi, başarılı bir müzisyen veya birçok kıyafeti olan güzel bir yıldız olmak gibi isteklerini gerçekleştirmek için göğüslemek zorunda kaldığı toplumsal karşı koyuşla hiçbir zaman karşılaşmaması olanağını verir. Ancak, Jem'in çelişkileri çözmesini sağlayan en güçlü araç, yetişkin kadın görüntülerinin silinmesi ve erkeklerin genç kızların toplumsallaşmasında tek etki durumuna gelmesidir. Genç kızların bir kadından yardım veya destek beklemeden egemen bir erkek figürüne (kötü veya iyi olabilir) tümüyle bağımlı (hem ekonomik hem duygusal açıdan) olması, aşk romanlarının ana özelliğidir. Babası ve hologramın yanı sıra Jem, bir çeşit karaktersiz Beyaz Atlı Prens olan erkek arkadaşı Rio ile ilişkisi ve çok yaygın bir Harlequin adı ve tipi olan, yakışıklı ama kötü ruhlu Eric Raymond ile olan hırçın ilişkisi tarafından yönlendirilir. Genç kadın kahramanın Starlight Music başkanı olarak hak ettiği yere el koyan Raymond, baba ile dolaysız bir bağlantı kurar; bu da erkeklerin kadınların eşitlik mücadelesine sadece lafta yardımcı olduğunu; aslında gerçek gücün aralarında çekişseler de (biri iyi biri kötü) erkeklerin elinde olduğunu göstermektedir; erkekler eşitliğe karşı görünmeseler de aslında eşitliği sabote etmektedirler. Kuzey Amerika'nın Harlequin romanları ile Latin Amerika'nın fotoromanları ve *libros semaneles*'ini karşılaştırırken, Jean Franco, İngiliz kökenli kadınların erkek egemen ağa nasıl düşürüldüğünü çok güzel ve özlü bir şekilde anlatır. Onlardan "massedilenler" diye söz eder (Franco 1986: 119). Jem'in durumu, patronları için çalışan ve kendilerini maskot, süs bebeği, bağımlı yeğen ve sonuçta eş olarak bulan Harlequin kadın kahramanları ile aynıdır.

Jem'deki "massedilme", aşk ilişkilerine de uzanır; cinselliğini geliştirmesi ve yaşaması imkânını ortadan kaldırır. Jerrica kimliğindeki yaşamında Rio'nun kız arkadaşı olarak tanıtılır, Rio yaşıtı ve arkadaşıdır, ona yetimhanede ve rock müzikle ilgili günlük işlerinde yardımcı olur. İkisi demode liseli âşıklar gibidirler; hiçbir zaman cinsel ilişkiye girmezler; çünkü Jerrica Rio'ya yakınlaştığı anlarda kaybolarak Jem olur. Jem elbette ki çok çekicidir ve her zaman da Rio'nun onu kurtarmasını gerektirecek kötü durumlarda-

dır. Böylece Jem Rio'yu ayartır, Rio da Jerrica'ya duygusal olarak ihanet etmekten ötürü işkence çeker. Ancak Rio ile Jem arasındaki ilişki de hiçbir zaman cinsel ilişkiye dönüşmez; çünkü "gösteri biter"; Jem, Jerrica'ya dönüşür. Yüzeyden bakıldığında, bunların hepsi çocukların pazar sabahı izlediği çizgi filmlerden cinselliği uzak tutmanın karmaşık bir yolu gibi görünür. Daha yakından bakar ve liberal bir perspektiften incelersek, her iki aşk ilişkisinin de çok ilerlemeden kesilmesinin, genç kızlara tüm dünyalarını sadece erkek, aşk, evlilikle belirlenmiş görmemeyi öğrettiğini söyleyebiliriz. Ancak, daha da derinlemesine incelersek ve ataerkil gücün makine dolayımıyla birliktelikleri nasıl yönlendirdiğini gözönüne alırsak, Jem'in flört ilişkisini de, hırçın ilişkisini de yürütememesini, ancak yetişkin cinselliğinin inkârı olarak değerlendirebiliriz. Bir kimlikten ötekine geçmesini sağlayan makine, onu ergenlik çağında bir çocuk düzeyine kitlemiştir. Diğer bir erkekle ancak arkadaşça ilişkiler kurmasına izin verilen Jem, her şeyden önce ve sonuçta, babasının kızıdır.

Çağdaş kadının alegorisi olarak Jem'in hikâyesi korkutucu bir



Foto: Karen Klugman

hikâyedir. Hikâyede "kendi olma" isteği, makine tarafından üretilen bir bedenle ve maharetle karşılanırken, özerklik isteği de şirkette "massedilmek"le çözülmektedir. *Nautilus* tarzı ataerkil bir dünya ile karşı karşıyayız. Kadınlar kendilerini kendi ürettikleri şeylerde görerek gerçek olmayan bir tatmine kapılırlar. Ancak gerçek güç başka bir yerde, daha geniş şirket yapısında yattığından, Jem hologramı çalıştırır ve üç boyutlu bir hayale dönüşür. Tıpkı *nautilus*'u çalıştırdığımız zaman onunla yekvücut olduğumuzda, kendimizi üretici olarak kamulaştırdığımızda ve tüketiciler olarak yabancılaştığımızda bizim dönüştüğümüz gibi.

DAHA GENİŞ BİLGİ İÇİN:

Kadın sanatçılar ve entelektüeller, kadınların vücutlarını betimlerken (dolaysız olarak temsili ya da daha soyut ve simgesel biçimlerle) cinseli politikle, kişiseli toplumsalla, organik olanı teknolojik olanla bağdaştırmak için kullanırlar.

Haraway, Donna (1987) "A manifesto for Cyborgs." *Australian Feminist Studies*, 4

Haug, Frigga (1987) *Female Sexualization: A Collective Work of Memory*, Londra: Verso.

Irigaray, Luce (1985a) *Speculum of the Other Woman*, Ithaca: Cornell University Press.

—(1985b) *This Sex Which Is Not One*, Ithaca: Cornell University Press.

Kahlo, Frida, resimler, özellikle kendi portreleri.

Kuhn, Annette (1988) "The body and cinema: some problems for feminism", Susan Sheridan (der.), Grafts, Londra: Verso içinde.

Morrison, Toni (1987) *Beloved*, New York: Alfred A. Knopf.

O'Keefe, Georgia, resimler, özellikle *Yüz Çiçek*.

Williamson, Judith (1986) "It's different for girls", *Consuming Passions*, Londra: Marron Boyars içinde.

V. EVCİLİK OYUNU

Kültür olarak ev içi emeği

"Sen bebek ol, ben anne"

Charlotte, 2 yaşında

Bir ev kadını ailesinin çamaşırlarını ipten veya kurutucudan alınca önce ayırır, sonra ev sakinleri yerlerine kaldırsın diye küçük, düzgün kümeler halinde bırakırken, ev içi emeğinin kullanım değeri yaratma süreci olarak tanımlanmasını sağlayan günlük, tekrara dayalı işlerden birini yapmış olur. Kullanım değeri yaratılan bir yer olan ev ile değişim değerlerinin üretildiği işyeri arasındaki ayrım, Sally Alexander'ın 19.yy'da kadın işi konusunda yaptığı çalışma çerçevesinde ele aldığı noktalardan biridir. Alexander'a göre kapitalizmin, öteden beri varolan cinsiyete dayalı işbölümüne

müdahalesi, evin ve ev kadınının tabiyetini ağırlaştırmıştır.

> Kapitalizm, kullanım için üretimle mübadele için üretimi ayırt ederek ve birinciyi giderek ikinciye tabî kılarak, kullanım için üretimi, evin ve kadın emeğinin özel dünyasına hapsederken, mübadele için yapılan üretimi giderek ev dışına ve erkeklere ayırarak, kadınların ömürlerinin büyük bir bölümünde ekonomik olarak kocalarına bağımlı hale gelmesini sağlamıştır.
>
> (Alexander, 1976:77)

Günümüzde ev kadınının emeği nadiren üretici olarak görülmektedir. Ev kadını gerçekten de aile mensuplarının giysilerini ender olarak diker, ancak her gün giysilerin kullanılacak halde olmasını sağlar. Giysilerin her gün hazır olması gibi evde yapılan diğer tüm işler, ücretle dışarda çalışan aile bireylerinin sabah meta üretmeye hazır olarak evden çıkmalarını, böylece artı değer üretimine fiilen katkıda bulunmalarını sağlar. Kapitalizmdeki üretim ekonomisi böyle işler. Şu aralar evde kadınlarca yapılan işin artı değer üretimine katkısı olup olmadığı konusu tartışılmaktadır. Evde kadınlarca harcanan emeğin değer yaratan bir meta olan işgücünü ürettiği iddia edilebilir. Veya ev kadınının, artı değer üreten kocasının harcadığı zamana dolaylı olarak katkıda bulunduğu söylenebilir. Birmingham Üniversitesi Kadın Araştırmaları Grubu tutumunu şöyle açıklıyor: "Ücretsiz üretim ilişkileri çerçevesinde üretilen kullanım değerleri, kapitalist üretim tarzında artı-değer üretimine doğrudan katkıda bulunmamaktadır" (Kadın Çalışma Grubu 1978).

Benim görüşüme göre, ev içi emeği ekonomisini nasıl kavrarsak kavrayalım, yaşanan tecrübe olarak kültürümüz, evle işyeri arasında dramatik bir kopuş yaratmıştır. Bu ayrışma, yirminci yüzyıl sonu kapitalizm ideolojisinin öylesine ayrılmaz bir parçasıdır ki kadınların evde yaptıkları fason veya parçabaşı üretim (iş saatlerinden sonra daktilo yazmak, elbise dikmek dahil) tıpkı ev işlerinin kendisi gibi görünmez olmaktadır. Bu emek, evin özel bir dünya olarak kavranışını sarsmaz. Ev kadınının emeği ve yarattığı kullanım değeri, kültür açısından emek sürecinin "dışında" gibi algılanır ve böylece neredeyse görünmez kılınır. Bütün o tertemiz çama-

şır yığınları, sıra sıra birbirine eklense, Amerika'nın bir ucundan öbür ucuna uzanır, ama toplum onlardaki kullanım değeri üretimini yine de görmeyecektir. Aslında kadın sanatçılar, gündelik hayatı üretme işinin tekdüzeliğini vurgulayan sergiler düzenlediler. Buna bir örnek Güney Kaliforniya'dan Elenore Antin'in topladığı bir dizi fotoğraftır. Bunlar, Antin'in upuzun sıralar halinde dizdiği çok sayıda çizme ve ayakkabıyı gösterir; fotoğraflar öyle çekilmiştir ki ayakkabılar köşeleri dönmekte, dağların ardında kaybolmakta, binalara girmektedir. Sosyal yardım alan kadınlar ayakkabı sıralarını, sosyal hizmetler için sırada bekleme deneyimini temsil ediyor diye yorumlarken, orta sınıftan kadınlar ayakkabı dizilerini ürünlerin seri halinde binlerce üretilmesinin ve günlük görevlerin tekdüze karakterinin ifadesi olarak yorumlamaya daha eğilimlidirler.

Günümüzde cinsiyet rollerine yönelik ilgide artış var. Rockefeller Vakfı'nın finanse ettiği pek çok büyük çaplı araştırma projesi, cinsiyetin, erkek ve kadınlara biçilen toplumsal rollerle olan ilişkisine dair araştırmaları teşvik etti. Ev içi emeği açısından, genel yaklaşım erkek egemenliği ile savaşmanın bir yolu olarak, evde cinsiyet rollerinin kutuplaşmasına karşı çıkarak erkekleri evdeki



Foto: Karen Klugman

görevlerde sorumluluk almaya zorlamayı savunma yaklaşımıdır. Peki kadının kocası tüm yıkama, kurutma vs. işlerini yaparsa ne olur? Bu işin doğasını değiştirir mi? Ya da işin nasıl algılandığını? Marksist feministler genellikle, ataerkil düzenin kapitalizmden önce de var olduğunu ve erkek egemenliğinin kapitalist ekonomik yapılanmalara kolayca eklemlendiğini kabul ederler. Bu düşünce silsilesini izlersek diyebiliriz ki erkeklerin ev işi yapması cinsiyetle ilgili ataerkil anlayışı yıkmaktadır, ancak ev içi emeğin ekonomik yönden ücretli emeğe tabi olmasını etkilememektedir.

Kadınların evde ezilmesine bir başka yaklaşım da ev işlerinin kapalı kapılar ardında yapılması ve ev kadınının yalıtılmış olmasını merkezine alır. Yalın ve katı bir biçimde ifade edilecek olursa, ev kadını "özel bir evde yalıtılmış yaşayan yegâne yetişkindir" (Kadın Araştırmaları Grubu 1978, 36). Ancak, çocukların istek ve gereksinmelerini karşılayan yegâne insan da odur. Janice Radway (1984) ve Tania Modleski, popüler kadın romanlarıyla ilgili çalışmalarında, kadınların neden romansa "sığındığını" açıklarken, sadece başkalarının ihtiyaçları için yaşamanın bunaltıcı etkisini vurgulamaktadırlar. Yalıtılmak, ama yalnız olmamak; birilerine bakmak, ama karşılığında hiç bakılmamak. Kadın, evini kendisini maddi manevi tüketen bir hapishane olarak algılar. Ev içi emeğini bu şekilde kavrayanlar için düzeltici bir önlem, geniş aileyi yeniden kurarak ev işlerini tüm aile bireyleri arasında daha düzenli paylaştırmak olabilir. Peki giysilerin her türlü bakımını çocuklar yapsalar ne olur? Bu kullanım değerini toplumsal yönden görünür kılacak mıdır?

Bence, sadece kullanım değeri yaratamama olgusu görünür kılınabilir. Farzedelim ev kadını tüm çamaşırları kurutucuda bir hafta bıraktı; kimsenin giyecek bir şeyi kalmayıncaya kadar çamaşırları biriktirdi. Kullanım değerinin yaratılması hiç dikkat çekmezken yokluğu fark edilecektir.

Neden? Çünkü kapitalizmde geçerli olan değişim değeridir. Ücretli emeğe dayalı bir toplumda yaşıyoruz. Ücretli değilseniz, işçi kabul edilmezsiniz. Metalaştırılmış bir toplumdur bu. Çalışmalarınız meta üretmeyi ve alıp satmayı içermiyorsa, gayretlerinizin hiçbir katkısı yok sayılır. Bu bölüm boyunca çeşitli perspektiflerden şu soruyu soracağım: Her şeyin mübadeleye göre ölçüldüğü bir



toplumda, kullanım değerinin önemini yeniden kurmaya nasıl başlayacağız? Dahası, kullanım değerini, değişim değeri ile ilişkisi tarafından zaten gölgelenememiş bir şey olarak kabul edebilir miyiz? Evişlerinin kullanım değeri ürettiğini kabul etsek bile, kapitalist düzende kullanım değerine ilişkin tecrübemizin metalara ilişkin tecrübemize göre daha az fetişleşmiş olduğunu sanmamalıyız. Meta fetişizmini sadece değişim değerleri üretimi ile birlikte düşünmeye yatkınız. Bunun aksine, kullanım değerini, bizi pre-kapitalist toplumlara, yararlı nesnelerin kullanım ve dolaşımının insanlar arasında kaynaştırıcı bir etki yaptığı zamanlara götüren saf ve özerk bir şey olarak algılıyoruz. Bu kullanım değeri anlayışı bugün geçerli değildir. Çocuklar tarafından dolap ve çekmecelere yerleştirilmek üzere bekleyen yıkanmış çamaşır yığınları ile süpermarket raflarındaki bezelye konservelerinin arasında pek fark yoktur. Her ikisi de üretimlerinde yer alan emek ve toplumsal ilişkilerin silinmesinin, yok sayılmanın birer örneğidir. Meta kapitalizminin kaybolmuş emeği tekrar gündeme getirmek için çeşitli yollar bulması

çarpıcıdır. Örneğin şimdi yeni bir seri ürün, kullanım değerini görünür kılmak için pazarlanmaktadır. Ev kadınının çamaşırlarda emeğini ve özenini hissedilir kılmasını sağlayacak "temiz koku"lar ve statik elektrik tutmayan çarşaflardan söz ediyorum. Bu, meta kültürünün, kullanım değerinin toplumsal niteliğini göstermenin mutlak imkânsızlığına karşı cevabıdır. Ev içi emeğindeki kullanımın toplumsal değerinin bilincine varmak için vereceğimiz mücadele ile meta biçiminin günlük hayatımızdaki korkunç etkisine karşı koyabilir miyiz? Meta biçimini icat etmemiş bir topluma elbise yığınları nasıl görünürdü, hayal edebilir miyiz? Böyle bir hayal ancak feminist bilim kurguda mümkündür. Hayalciliği bu kadar ileriye götürmeden gerçek dünyada muhalif politika yapan bazı Marksist feministler, kadının ezilmesini önlemenin bir yolu olarak ev işleri için ücret ödenmesini önerdiler: "Parayı kadınlara verin; orduya değil" (Brown, 1983:23). Bu makro ekonominin değiştirilmesi demek olurdu. Eğer kadınlar ev içi emeğin göze görünmemesi nedeniyle tabi durumda iseler, ev işleri için ücret verilince, ev dışında para için yapılan işle eşitlik sağlanacaktır. Selma James, ev işi için verilecek ücretin, kadınların işyerlerinde de aşağı olan pozisyonlarını düzelteceğini belirten bir tartışma başlatmıştır. "Evde erkeğin ücretine bağımlı olması, ev içi emeğin de tabi kılıcı niteliği, kadını nerede çalışırsa çalışsın, zayıflatmaktadır" (James, 1979:18). Kapitalist ekonomi içinde ve Marksçı ekonomiye doğru çabalarken erişilebilecek en ileri pozisyon, ev kadınına ücret talebidir. Bu talep, ekonomik mantığın katı ve soğuk çizgisince yönlendirilmektedir. Kullanım değerinin toplumsal öneminin yeniden gündeme getirilmesi imkânını tümüyle yok eder ve değişim değerini mücadelenin temeli ve tüm değerlerin ölçütü olarak belirler.

Bunlar, esas olarak çoğunlukla Marksist ve sosyalist feministlerce ev içi emeğinin ekonomisini açıklamak için yapılan çalışmalarda karşımıza çıkan sorunlardan bazıları. Bu bölümde ne bu ekonomik tartışmaları ne de ataerkillik-kapitalizm ve ücretli emek ile ev içi emeği ilişkisi irdelenirken ortaya çıkacak sorunları çözme gibi bir iddiam yok. Aksine, amacım tamamen yeni bir boyutu araştırmak: Kültürel olarak tanımlandığı ve yaşandığı biçimiyle ev içi emeğini. Bu çerçevedeki bir çalışma ekonomik olanla kesişir ve

kapitalizmde ev içi emeği ile ilgili yeni perspektifler de sağlayabilir. Kültür içinde radikal konumlar geliştirmenin kendi başına ev içi emeği ekonomisini değiştireceğini öne sürmek istemiyorum; ama diyorum ki, kültüre ilişkin devrimci perspektifler, ekonomik sorunlara yaklaşım ve tanımlama tarzımızı değiştirebilir.

A. CE-EE: GÖRÜNMEYEN GÖRÜNÜR OLUYOR

Kültürel analiz alanında çalışırken, kendimize her şeyin tarihsel olduğunu hatırlatmamız gerekir. Kültür pek sorgulanmaksızın kabul gördüğü, günlük hayatımızın ayrılmaz bir parçası, âdeta ikinci bir derimiz gibi olduğu için, onu hep tarih-aşırı kabul etmek eğilimindeyiz. Kültür eleştirmenlerinin başetmesi gereken sorun, bugün bize tipik görünen kültürel pratiklerin ve araç gereçlerin ana babamız için alışılmamış, dedelerimizce ise belki hiç görülmemiş olabileceğini unutmaktır. Bu, ev içi emeğine ilişkin çalışmalarda önemli sonuçlar doğurur. Bana çok ilginç gelen bir şey, ev içi emeğinin çalışmalara konu olacak bir olgu halinde ilk nerede ve nasıl göze çarptığıdır. İşgücünün yeniden üretilmesi kapitalizm için daima tarihsel bir zorunluluk olmuşken, ev içi emeği nosyonu ekonomik bir kategori olarak sadece belirli zaman ve belirli koşullarda göze görünür hale gelmektedir.

Birmingham Üniversitesi'ndeki Kadın Araştırmaları Grubu altmışlı yıllardan sonraki kadın hareketini değerlendirirken şu sonuca varıyor: "Günümüz kadın hareketince yapılan ilk yayınlar, çoğunlukla evişinin eklemlenme biçimlerine ayrılmıştır. Hedef öncelikle, kadının evdeki işinin *görünür kılınmasını* ve iş olarak algılanmasını sağlamaktır" (Kadın Araştırmaları Grubu, 1978:36). Ev içi emeği ve cinsiyet rollerinin, feministlerle medya için çok önemli konular haline geldiği bir dönemde yaşadığımız için geçmişte ev içi emeğine ne kadar az önem verildiğinin farkında olmayabiliriz. Ev içi emeği 20. yüzyılda önemli bir mesele haline geldi. Altmışlı yıllarda başlayan hareketin yanı sıra geçmişte ev içi emeğinin göze görünür bir toplumsal olgu olarak ortaya çıktığı iki dönem daha vardır. Bunlardan biri Büyük Bunalım sırasındaydı; bu dönemde

ekonomik ve toplumsal kargaşa, insanların işle olan ilişkilerini, işlerini, üretkenlik, ihtiyaç ve toplumsal rolleri algılama biçimlerini paramparça etmişti. Bu dönemde iki kadın ev içi emeğinin sorgulanmasında önderlik etmiştir: Grace Hutchins ve Mary Inman. Her ikisi de kapitalizmde kadınların işi konusunda çarpıcı eleştiriler yapmışlardır. Inman işgücünün idame ettirilmesine bağlı olarak kadınların ev içi emeğinin değerinin dikkate alınmasına temel olacak bir çalışma yaparken (Inman, 1987:308), Hutchins ücretli bir işte çalışan kadının, eve dönünce de ailesinin ve kocasının istekleri için çalışıp "çifte yük" taşımasını kınayışı ile tanındı (Hutchins, 1987:335).

Kadınların ev içi emeğinin Amerikan sanayi ekonomisinde su yüzüne çıktığı ikinci tarihi dönem, İkinci Dünya Savaşı'nı izleyen on yıldır. Savaş zamanı pek çok kadın ev işlerini bırakarak sanayide çalışmak zorunda kalmıştı; savaş ertesinde bu kadınlar kendilerini işveren ve kocaları tarafından evişlerine dönmeye zorlanır buldular; böylece erkekler sanayi ekonomisindeki yerlerine tekrar sahip olacaklardı. Pek çok toplum ve kültür yorumcusunun da işaret ettiği gibi, 50'ler savaştan sonra gelişen ev aletleri ve kitle iletişim araçları dahil tüm tüketim malları sayesinde ev hayatına tekrar dönüş ve uyarlanma dönemi olmuştur.

Bu durumda bir varsayım olarak şunu ileri sürüyorum; 1930'lar, 1950'ler ve 1960'lar sonrası, ev içi emeğinin toplumsal hayatta görünür hale geldiği dönemlerdir. Bunları toplumsal denizin yükselme anları olarak alırsak, bu dönemleri algılayış biçimimizin yirminci yüzyılda her kuşağa çeşitli alet edevat sağlayan ev teknolojisinin tarihinin büyük ölçüde etkisi altında kaldığını da hep hatırda tutmalıyız. Kültürel boyutlar içine bir ev içi emeği anlayışı yerleştirme çabamız, bir maddi kültür arkeolojisini gerekli kılacaktır ki bu alanda en etkileyici ve en az ele alınmış sektör çocuk oyuncakları sektörüdür. Her çağın teknolojisi oyuncaklarda yansır. Bugün anne olan kadınlar, çocukken oyuncak süpürge, faraş, ütü, ütü tahtası ile oynamış olabilirler; ama seksenlerde bu oyuncakları pek bulamazlar. Onun yerine bugün en çok üretilip satılan ve ev içi emeğini en iyi anlatan oyuncak, kırmızı ve sarı renkli plastik minyatür alışveriş sepetidir. Oyuncak alışveriş sepeti, ucuz oluşu ve kızlar tarafın-

dan oğlanlara kıyasla biraz daha çok tutulmasıyla, ev içi emeğinin süpermarket ve meta tüketimi ile iç içe geçtiğini kanıtlamaktadır.

Burada oyuncak ve teknoloji arasında basit bir tekabüliyetten daha önemli bir şey söz konusu. Gerçekten, bazı oyuncaklar ev içi emeğinin görünür olduğu zamanları, tıpkı altmışlar sonrasındaki feminist teorinin vurguladığı gibi vurgulamaktadır. Örneğin, bebek evi burjuva sınıfının ortaya çıkıp gelişmesini haber veren somut bir göstergedir. Tıpkı simgelediği ticaret burjuvazisi gibi bebek evinin kaynağı da 17.yy Amsterdam'ıdır. Daha sonraları burjuvaziyi takip ederek Fransa ve İngiltere'ye de giden bebek evlerinden farklı olarak, ilk Hollanda bebek evlerinde çalışma ve oturma bölümleri eşit yer tutmaktadır. Şimdi Amsterdam'da Rijks Museum'da bulunan, Petronella Dunois'e ait 17.yy'ın ilk bebek evlerinden birinde, üst kat çocuk odası ve çamaşırhaneye, alt kat büyük bir mutfak ve kilere ayrılmıştır. Sadece orta katta ailenin oturma yeri olarak kabul edilebilecek iki oda bulunmaktadır ve bu odalarda da kayda değer dekoratif unsur yoktur (Glubok, 1984).

19.yy'da durum böyle değildi, bebek evi artık burjuva sınıfının gücünü ve ev içi emeğinin gözlerden silinmesini ifade ediyordu. Viktorya dönemi İngiliz bebek evlerinde, evin %90'ı oturma ve boş vakit geçirme mekânlarına ayrılırken, mutfak ve hizmetçi odaları çok az yer tutmaktadır. Avrupa bebek evleri incelenirse yüzyıllar geçtikçe burjuvazinin gelişmesiyle birlikte ev içi emeğin silindiği görülebilir. Bebek evi çekirdek ailenin ve evin özel bir dünya olmasının başlangıcını güzel bir şekilde ifade etmektedir. Ayrıca bebek evinin çok önemli fenomenolojik bir boyutu da var: Toplumsal faaliyetlerin, bu faaliyetleri temsil eden nesnelere dönüştürülmesi; toplumsal ilişkilerin de mekânsal ilişkilere dönüştürülmesi. Bu nesneleştirme, zaman olarak kapitalizmle çakışmaktadır. Meta biçiminin günlük hayata girmesini ilk ve en derinden hisseden geniş ölçekli tüketime parası yeten sınıf, yani burjuvazi oldu.

B. ANNIE, BETTY VE BARBIE İLE YEMEK PİŞİRME

1930'lar, 1950'ler ve 1960 sonraları gibi ev içi emeğinin suyüzüne çıktığı dönemlerde, tasarımı ve kullanımı, o dönemlerin her

birindeki ev içi emek konusunda pek çok şey söyleyebilecek bir oyuncak vardır: Bir kuzine. Bebek evlerinin süslenmesiyle birlikte minyatür eşyalar çoğalırken, çocuğun yerde veya özel bir raf üzerinde oynayabileceği metal oyuncaklar 1. Dünya Savaşı sonrasına kadar yapılmamıştı. 1933'te satılan böyle bir modelde, üç fırın kapağı ve bir setüstü ocak bulunuyordu. Bunalım döneminde her yeri kaplayan kasvetli bir yeşile boyalı soba, Yetim Annie ve köpeğinin resimleriyle şenlendirilmişti. Ev teknolojisinin tarihiyle bağlantılı olarak, Yetim Annie kuzinesi, 20'li ve 30'lu yıllarda özellikle kentlerdeki evlerde gaz ve elektrik tüketiminin çok arttığını göstermektedir.

Yetim Annie oyuncak kuzinesi hakkında, kültürel bir deneyim olarak ev içi emeği açısından önemli sonuçları olacak iki gözlemim var. Birincisi, kuzine, medyada tanıtılan oyuncakların ilk örneklerindendir. Bu noktayı vurgulamak istiyorum; çünkü, haneyi birincil meta tüketim yeri sayan Marksist feministlerin geliştirdiği temel öğretiyle ilgili. Hane, üretim çevriminin dışında olabilir; ama kapitalist ekonominin büyümesi için belirleyici önemi vardır. Ayrıca hem tüketim hem hane halkı medya ile sarılmış durumdadır. Günümüzde tüketiciler medyanın tanıtmadığı metalarla karşılaşsalar şok geçirirler. Orijinal Miki Fare saatlerinden, Aslan O desenli çarşaflara, Hayalet Avcısı beslenme çantasından Çakmaktaş vitaminlere, çocuklarımız için aldığımız hemen her şey, medyanın tanıttığı mallardır. Bu durum, 1930'larda yeni başlıyordu. 1933 yılbaşında ailesinin Yetim Annie kuzinesi hediye ettiği küçük kızın oyun dünyasını, medyanın yarattığı fantastik küçük Yetim Annie'nin dünyası ile özdeşleştirme şansı vardı. Bugünün çocukları oyuncaklarının ve okul eşyalarının TV'nin çizgi kahramanları ile resimlendirileceğini önceden biliyorlar. Günümüzde oyuncak pazarında asıl şaşırtıcı olan, çizgi film kahramanlarını görmemek olurdu.

Yetim Annie kuzinesinin belgelediği diğer bir kültürel faktör de oyuncak kuzineyi almaya parası yeten ailelerdeki kız çocuklarını, gerçek ev işlerinden büyük ölçüde kurtarmasıdır. Böyle diyorum, çünkü yemek pişirme veya benzeri bir üretici faaliyeti oyun haline getirmek için boş vakit şarttır; ayrıca gerçek iş yapmakla o işin oyununu oynamak arasındaki ayrımın fark edilmesi gerekmektedir.

Gerçekten yemek pişirmesi beklenmeyip Yetim Annie'nin kuzinesi ile oynayan kız çocuğu, aslında bağımsız bir oyun dünyasına salınmış olmamakta, oyunun evcil niteliği sayesinde tekrar aileye dönmektedir. Yetim Annie kuzinesi gibi bir oyuncak etrafında oluşturulan bir oyun ile bir eşyayı merkez almayan kendiliğinden bir oyun arasında önemli bir ayrım vardır. Oyuncak bebekler varolalı beri çocuklar (özellikle küçük kızlar) evcilik oynadılar ve çocuk bakımına ilişkin davranışları taklit ettiler. Yemek yapma oyunu da bunlardan biridir. Oyuncak kuzinenin varlığının gerçek yemek yapma ile yalancıktan yemek yapma arasındaki açık farkın ifadesi olduğunu ve aynı zamanda muhtemelen büyüklerce oyunun gerçek pişirmeyi taklit edecek biçimde düzenlenmesine dikkat çekmek istiyorum. Bu, kurumsallaştırılmış, özel bir oyun şeklidir. Çocukların, bir kaba yaprak, sopa, kum ve su doldurup karıştırarak "yemeğin piştiğini" söylemesinden çok farklıdır. Yetim Annie kuzinesi etrafında düzenlenen oyun, bir yandan küçük kızın yemek yapma gibi gündelik işlerden muaf tutulduğunu gösterir, öte yandan da "yedekte tutulmasını" garantiler; oyun sayesinde gerçek yemek yapma konusunda yeterince fikir edinecek, büyüdüğü zaman, mutfak gereçlerinde ve ocağında çocukluğundaki oyunun büyük çaplısını görecektir.

On yıl öncesinin tersine, orta sınıftan gençler şimdi kendileri ve aileleri için yemek pişiriyorlar: Dondurulmuş hazır yemekler, hazır soslu dondurulmuş makarna veya telefonla pizza. Bunlar "çifte gelirli" ailelerin çocuklarıdır; anne babaları 18.00'de veya daha geç gelir, yorgundurlar ve ne pişirecekleri konusunda fikirleri yoktur. Bazı gazetelerde köşe yazarları böyle yemek pişiren varlıklı çocuklarla geçmiş dönemlerde anneleri ile veya kendi kendilerine çiğ malzeme ile yemek pişiren işçi sınıfı çocuklarını karşılaştırmaktadırlar. Oysa bu iki durum hiçbir şekilde birbirine benzememektedir. Benim önemli bulduğum nokta, 30-40 yıldır, orta sınıftan pek çok çocuğun ev içi emeğinin tamamen dışında tutulmakta olduğudur. Şimdi bazıları ev işlerine dönüyor; ama bu, hazır mallara dayalı yeni ve değişik bir durumda gerçekleşiyor. Özellikle İngiltere'deki bazı feministler ev içi emeğinin toplumsallaşmasının kanıtı olarak fast-food tüketimindeki artışı göstermektedirler (Kadın Çalışma Grubu, 1978:44). Bu olumlu bir gelişme olarak görülmekte-



dir. Buna göre ücretli olarak ev dışında çalışan kadın arttıkça, ev kadını rolü kaybolmakta, toplumda ailenin gereksinmeleri de büyük ölçüde dışarda üretilen maddelerin tüketilmesiyle sağlanmaktadır. Bu tür akıl yürütme ABD'de bir dizi sorun çıkarmaktadır. Çeşitli sosyal hizmetlerin mevcut olduğu İngiltere'de ev içi emeğinin toplumsallaşmasından dem vurmak, ev ihtiyaçlarının daha büyük sosyal yaşama ve çalışma birimlerince karşılanacağı, daha gelişmiş bir sosyalist ekonomi görüntüsü yaratabilir. Sonuçta İngiliz okuyucu, ailelerin okul ve işten dönünce toplu yemek yiyeceği komünal aşhane ve yemek salonları hayal edebilir. Bunun aksine sadece kapitalist ekonomiyi bilen ABD'li bir okuyucu, ev içi emeğinin toplumsallaştırılması kavramı ile karşılaşınca, evişlerinin özel alandan çıkarılmasını köşedeki Burger-King'den çabucak yiyecek almak olarak anlayacaktır. Meta tüketimi, doğası gereği, topluma ters düşer ve ev içi emeğinin toplumsallaşmasını değil; bireyselleşmesini körükler. Herkes Mc Donalds'daki en ucuz hamburgeri alabilir; ama bu, ABD'de ev içi emeğin "toplumsallaşması" gibi bir tehlikeye delalet etmez.

Mattel UK'in izniyle

1950'lerde aileler küçük kızlarına Betty Crocker E-Z Fırını alabiliyorlardı. Bunlar Yetim Annie kuzinesinin iki misli boyda, parlak beyaz renkteydi ve 1950'lerin gerçek mutfak fırınlarına benziyorlardı. Hatta gerçekten çalışıyordu da. Arka kısmına yerleştirilen bir ampul sayesinde küçük bir hazır Betty Crocker kekini pişirecek kadar ısınırdı. Burada medya modern ev kadınlığını özendirmektedir: Bu özenilen kişilik pembe yüzüyle gündüz TV reklamlarında ve süpermarket raflarında boy gösteren Betty Crocker'ın kendisidir. Şimdi 1990'ların başında Madonna ve Whitney Houston'ın dünyasında olaylara daha geniş açıdan baktığımızda, 1950'lerde hareketli, canlı bir genç kızın Betty Crocker'ı model almasını inanılmaz bulabiliriz. Ama iyi ev kadınlığı, gelişme ve modernleşmenin büyüsüne kapılmış bir dönemin ideolojik kontrpuanıydı. Gerçekten 1960'ların başlarında Barbie bebeğin kıyafetleri arasında damalı önlük, tahta kaşık, inanılmaz sivrilikte yüksek topuklar vardır. Bu Barbie, gerçekten evcimen zarafetin simgesidir.

E-Z fırınında en ilginç bulduğum nokta, yemek pişirme oyununa gerçek üretimi dahil etme gereği duyulmasıdır. Nasıl Yetim Annie kuzinesi oyun ile iş arasındaki farkı temsil ediyorsa, Betty Crocker E-Z Fırını da gerçek işi taklit etmekte, ancak çocuk çapına indirgeyerek küçümsemektedir. Ev işi aslında çocuk oyuncağıdır.

Modernleşmenin hazır kek karışımı gibi önceden hazırlanmış, tartılmış, karıştırılmış ve paketlenmiş gıdaları kullanmak demek olduğu bir dönem ile yemek yapma oyununu gerçek kılma ihtiyacı tuhaf bir biçimde örtüşür. Paketlenmiş gıdalar ev işlerine harcanan iş zamanını kısaltır; ev için yapılan alışverişe ayrılan zamanı da artırır. Hazır gıdalar ev halkının şirketlerce ilhakının da bir göstergesidir. 1950'lerin sonunda E-Z Fırını çocuklara gerçek olanın (gerçekten yaptığın için gerçek olduğunu bildiğinin) meta olduğunu öğretmişti. Bu, bizim meta biçimiyle ilişkimizin tarihinde önemli bir andır. Toplumun sıfırdan pek çok yararlı eşya ürettiği günlere ait hatıraları ile gelecekte meta biçiminin günlük hayatın esası haline geleceğini fark etmesinin tam ortasında yer almaktadır. Gerçekle meta arasında bağlantı kuran E-Z Fırını, meta biçiminin diğer bir önemli niteliğini ortaya koyar: O özeldir, müstesnadır. Metalar

günlük hayata ait unsurlar da olsalar kendilerini müstesnaymış (pastalar gibi kutlamalara uygun) gibi sunarlar. Meta, her olayın bir festival olacağını vaat eder. Gerçek yemek abur cubur yemek demek olur.

1980'lerde Yetim Annie ve E-Z Fırınının muadili, dörtte bir mutfak büyüklüğünde fırın, tezgâh, buzdolabı, eviye, dolap ve çekmecelerden oluşan Fisher-Price mutfak ünitesidir. Özellikleri, boyutları, işlevleri gözönüne alınırsa, günümüz mutfak teknolojisinin bütün öğelerini taşır. Daha önce sözünü ettiğimiz ocaklar mutfaklarda alışılmış renklere boyanmışken, Fisher-Price, fabrikanın diğer oyuncakları gibi kırmızı, sarı, mavi gibi çarpıcı ve parlak ana renklere boyanmıştır. Tonka, sarı kamyonları yaptığından beri çocuk oyuncaklarında renk, bir logo haline gelmiştir.

Fisher-Price tam 1980'lerin mutfağıdır. Her iki cinse de hitap eden reklamların gösterdiği gibi. Oyun faaliyetlerini giyinme yeri, masal yeri, sokak gibi mekânlara ayıran birçok ilerici anaokulu mutfak oyun alanları için Fisher-Price alıyorlar. Birçok aile de oğluna veya kızına Fisher-Price oyuncakları, özellikle de mutfak almakta. Niye almasınlar? Artık eskiden olduğundan çok daha fazla baba yemek pişirmektedir.

Çocuğuna Fisher-Price mutfağı alan anababa, onunla kullanılacak (ancak orijinal ambalajda bulunmayan) birçok şeyi daha alması gerektiğini derhal anlamaktadır. Mobilya ve aileyi meydana getiren bebekler alınmazsa hiçbir anlamı kalmayacak bebek evinden başka eskiden böyle, bir oyuncağa bağlı olarak devamlı tüketimi gerektiren bir de minyatür demiryolları vardı. Lokomotif ve tren ile dinamo ve kumandayı bir kere alınca, birer birer, binalar ve trafik lambalarının da alınması gerekirdi. Daha çağdaş bir örnek, Barbie'dir. Modaya uygun şekilde tüm gardırobu oluşturulmadan sadece Barbie'ye sahip olmanın pek bir anlamı yoktur. Bugün hemen her oyuncak aynı seriden devamlı tüketimi gerektirmektedir. Fisher-Price mutfağına plastikten yapılmış inanılmaz sayıda mutfak gereçleri ve yiyecekler alınması gerekmektedir. Plastik ızgaraya koymak için plastik gözlemeler, plastik patates kızartması ve hamburger, kırınca içinden sarısı çıkan plastik yumurtalar, pilli tencerede düğmesine basınca kaynamış gibi görünen plastik makarna vb.

Fisher-Price mutfağında taklit ve gerçek birbirinden çok zor ayırt edilir. Betty Crocker E-Z Fırını insanların metayla gerçeği özdeşleştirmeye başladığı anın ifadesiyse tüketim toplumunun çok daha gelişkin bir anında sunulan Fisher-Price mutfağı, ızgarada pişirilen donmuş gözleme ile plastik gözleme arasındaki farkın sadece kalori sorunu olduğunu ima eder. Mc Donald's kızarmış patatesleri ile Fisher-Price patatesleri arasındaki fark için de benzer bir şey söylenebilir; süpermarketteki fabrika şartlarında üretilmiş yumurtalar ile Fisher-Price için fabrikada yapılan yumurtalar için de.

Daha önce birçok erkek çocuğun Fisher-Price mutfağı ile oynamak için heveslendirildiğini söyledim. John Fiske'nin *Miami Vice* filmine ilişkin tahlili ışığında cinsiyet rollerindeki olumlu gibi görünen değişikliği ele almak istiyorum (Fiske, 1987). Fiske, erkeklerin mutfağa girmesinin ve erkek çocukların Fisher-Price mutfağı sayesinde yemek pişirmeyi sevmesinin sonucunda "erkekliğin dişileştiğine" işaret etmektedir. Tahlilini geliştirirken, kapitalist ekonominin kadınları öncelikle tüketici sayan genel kabulüne dayanır. Bu pek çok feministin de izlediği bir mantık silsilesidir. Örneğin Rachel Bowlby, *Just Looking* (Sadece Bakarken) adlı mağazaları konu edinen kitabında, dişiliğin kurulmasının alışverişe çok benzediğini göstermektedir. Mağazada alacaklarına bakar, satılık metaları gözüyle tüketirken kadına da bakılmaktadır (erkeklerin bakışları ile tüketilmektedir). Kadının benliği, kendisi tüketirken aynı anda tüketilen bir benliktir (Bowlby, 1985:32). Fiske, *Miami Vice*'da erkeksi ve maço tipler olan Crockett ve Tubbs'un geleneksel olarak kadına özgü olarak tanımlanan konuma yerleştirilmekte olduğuna işaret etmektedir. Onlar, kolonya, altın zincir, platin sigara tabakası ve çakmak gibi lüks malların utanmaz tüketicisi olarak gösterilirken, biz seyirciler onları gözlerimizle tüketmekteyizdir. Fiske, *Miami Vice* filmini erkek kahramanlarını dişileştirmesi nedeniyle alkışlarken, biz de TV programlarını ve Fisher Price mutfak ünitesini bir kenara bırakarak, söz konusu olanın erkekliğin dişileştirilmesi mi, yoksa hem kadın hem de erkeklerin metalaştırılması mı olduğunu sorgulamalıyız. Kadınların alışveriş yapmasını istismar etmiş olan kapitalizm şimdi erkekleri de tüketicilikleri bakımından kadınlarla eşit duruma getirmeye çalışıyor olabilir. Şimdilerde, pek

çok erkeğin boş vakitlerini doldurmak için geçmişte hayal bile edilemeyecek şekilde alışveriş işini (özellikle büyük ve toptan alışveriş merkezlerinde) yaptıkları bir gerçektir. Cinsiyet rolleri değişmektedir, fakat meta kapitalizminin ekonomisi de değişmektedir.

C. HAYDİ EVCİLİK OYNAYALIM

İkinci bölümde, çocukların oyun oynarken metalarına, yani oyuncaklarına, kullanım değeri kattıklarını belirttim. Metalar, üretimlerinde yer alan, ancak kapitalist üretimde yok edilen toplumsal ilişkilerin içi boşaltılmış temsilleridirler. Çocuklar oynarken, bu toplumsal ilişkilerin yeniden kazanılması için uygun bir durum yaratmak için oyuncaklarını kullanmaktadırlar. Süper kahraman oyuncaklarıyla oynarken küçük oğlanlar, hangi rolü oynayacaklarını ve birbirleriyle nasıl ilişkiye gireceklerini kararlaştırırlar. İyi adam, kötü adam, büyücü veya süper-zorba olsun, oyuncak tipler, oynayanlar arasında karmaşık bir toplumsal ilişkiler sistemini kurmak için bir bahanedir. Çocuklar, plastik süper kahramanlar üretilirken toplumsal ilişkilerin yok olduğunun ve böylece her bir oyuncak tipin meta fetişizminin örneği haline geldiğinin farkında değildirler; fakat oynadıkları oyunlar göstermektedir ki, kullanımı oluşturan toplumsal ilişkilerin tamamen farkındadırlar. Çocuk oyunlarının çoğu toplumsal ilişkiler üzerine tartışma ve müzakere yürütmeyi içerir.

Kızım Charlotte her evcilik oyununu "sen bebek ol, ben anne" diye başlatır. "Evcilik oynayalım" demez. Neticede evcilik, rollerin belirlenmesi için bir bahaneden ibarettir. Aslında söylemek istediği, "rol değiştirmecilik oynayalım"dır.

Çocukların evcilik oyunlarına ilişkin şaşırtıcı gerçek şudur ki, oyunun %50'den fazlasını rol seçimi oluşturmaktadır. Bir kere bir grup erkek çocuğun evcilik oynadığını gördüm. Bir baba, iki kardeş ve bir oğul seçmişlerdi. Oğlanlardan birini "hizmetçi" yapmak istediklerinde oyun bozuldu. Çok açıktı ki birinin işleri yapması lazımdı ve yine çok açıktı ki baba, kardeşler ve oğulun yapacağı çok daha iyi işler vardı. Anneyi oynayacak kız olmadığından ve cinsi-

yet değişimi de düşünülmediğinden, oyun, "hizmetçi" yokluğu yüzünden bitti (Eğer oğlanlar erkeksi bir teknolojik çözüm bularak aile bireylerinden birini robot yapsalardı, oyun sürebilirdi). Rol tartışması ve saptaması süreci yaklaşık yarım saat aldı. Oyun hiçbir zaman tam başlamadığı halde, bu süre bir tür oyuna ayrılmış oldu; baba, kardeşler, oğul ve rolü olmayan diğerleri, hepsi rol seçimi ve ilişkilerin tartışılması sürecine katıldılar.

Michele Barrett kadınların ezilmesine ilişkin kapsamlı çalışmasında, "aile ideolojisi" ile hane arasında önemli bir ayrım yapmaktadır (Barrett, 1980). Buna göre aile ideolojisi, kadınların ezilmesini sağlamak üzere ataerkillikle kapitalizmin bir araya geldiği yerdir. Ataerkillik kadınları sadece soyun devamını sağlayanlar olarak görür; kapitalizm ise toplumsal yeniden üretimi ekonomik üretime ikincil kılarak kadınları aşağılar. Aile, kadınların bakma, besleme statüsünü ekonomik açıdan marjinal hale getirir. Bunun tersine, ben Barrett'in hane kavramının, aileyi de kapsayan; ama aile ideolojisini aşan toplumsal ilişkiler düşlemek için olası bir mekân olduğunu ileri sürüyorum. Barrett'in tanımladığı hane, ev içi emek sürecinde yer alan tüm maddi unsurlar için bir organizasyon merkezidir. Ben Barrett'in nesnel hane anlayışını bir basamak daha ileriye götürerek, günlük hayattaki toplumsal ilişkileri nasıl değiştirebileceğimiz konusunda düşünmeye başlamak için temel almak istiyorum. Böyle bir hane anlayışı, insanların rollerini ve ilişkilerini aktif olarak sorgulamamızı gerektirir. Erkeğin bulaşık yıkaması yeterli değildir. Çocuk oyunlarından alınan örnekler göstermektedir ki rollerin kararlaştırılması süreci, rollerin kendisinden daha önemlidir; insanlar arasındaki ilişkilerde değişiklik yapma çabası da ilişkilerin kendisinden daha önemlidir. Amacım çocukluğu öne çıkarmak değil, toplumumuzdaki çocuklar çalışmaktan muaf tutulduğu ve oyuna yöneldikleri için toplumsal ilişkileri denemek, sınırlarını araştırmak, kendilerini ve arkadaşlarını yeniden tanımlamak için gayret sarfedecek durumda olduklarını göstermek. Charlotte oyuna başlarken "sen bebek ol ben anne" diyerek kendini, otorite ve çocuk yetiştirmenin karmaşık bileşkesini uygulayacak bir duruma getirmektedir: "Hadi yavrum yemeğini ye", "ağlama yavrum" "hadi uyu yavrum". Biz yetişkinler ev hayatımızı toplum-

sal ilişkileri değiştirmek, keşfetmek, faal bir şekilde yaratmak için kullanıyor muyuz? Yoksa her günü cinsiyet ve rollerini tekrarlayarak mı geçiriyoruz? Charlotte'un oyunu ikisini de yapıyor.

Oyun, tüm geleneksel cinsiyet kategorilerini içeriyor; ama oyunun doğası gereği bunlar düşündürücü, alt üst edilecek veya şakadan desteklenecek, neşeyle veya öfkeyle yaşanacak şeyler haline gelecekleri bir mesafeye yerleştirilmiş oluyor.

Hane kavramı, aile ilişkilerini yeniden tanımlamada çok önemli olanaklar sunuyor; ama ataerkillik ve kapitalizmin güçleri, bizim toplum ve toplumsal ilişkiler konusundaki düşüncelerimize yeni yönler kazandırma çabamızı massetmekte çok başarılı. Hane anlayışının açtığı tüm ümit verici olanakların nasıl engellendiğini göstermek için çağdaş kitle kültüründen iki örnek vereceğim. Bunlardan birincisi, TV dizisi *Full House* (Kalabalık Ev). Bu dizi 1980'lere özgü ataerkilliğin çok ilginç bir örneği. Dizide üç kızı olan dul bir baba ve dizideki aile ilişkilerine göre "amca" diye isimlendirilen iki erkek ev arkadaşı anlatılmaktadır. *Kalabalık Ev*'de her bölüm gündelik sorunları içermektedir. Zevksiz ev işleri ve cinsiyet her filmde gündemde: "Havlu değiştirme sırası sende/ beslenme çantalarını yerleştirme sırası sende/alışveriş sırası sende". Erkeklerin yıkanmış çamaşırları ayırıp raflara yerleştirdiğini görebilirsiniz. Ancak, üç yetişkin erkeği üç küçük dişiye bakmakla görevlendiren ataerkil durum, erkek egemenliğinin tersine dönmesi olasılığını kesinlikle ortadan kaldırıyor. Kadın olmak çocuk olmak demektir; yetişkinlik erkekliktir. Kadının yegâne geçerli gücü, hep bildiğimiz nazlanma ve yıkıcılıktır: "Jesse Amca, iğnemi çıkarır mısın?" Küçük kızlardan biri arı kostümlü başını babasının ev arkadaşlarından birinin gözüne sokarken, bunu söylemektedir. Jesse "Amca" da elbette gözlerini kocaman açmakta ve dizi efektteki gülme sesiyle son bulmaktadır. *Kalabalık Ev*'de ilginç olan yaygın şekilde her yaşta çocuğa hitap etmesidir. 3 yaşından 16 yaşına kadar çocukların TV'deki babalık açmazlarına tamamen kendilerini kaptırdığına tanık oldum. Herkes filmde otoritenin tehlikede olduğunu bildiği gibi gerçekten sorgulanmayacağını da bilmektedir. Tuvalet eğitimine ataerkil yaklaşımda "baba"lar bebeğe, artık yürüyebildiğine göre herkes gibi tuvalete gidebileceğini

söyler. Dizi, erkekleri çocuk bakıcısı konumuna yerleştirse bile bunu sadece otoriteyi temsil etmek ve ataerkil cinsiyet ilişkilerini tekrar tanımlamak için yapar.

Erkeklerin, geleneklere göre kadınlara verilmiş olan bakıcılık rolünü üstlendiği durumlarda da ataerkilliğin kendini kabul ettirebilmesi, uzun yıllardır sahip olduğum politik kanaatlerimden birini sorgulamaya yöneltti beni. Birçok kadın gibi 1960'lardan sonraki işçi gruplarının erkeklerden ve kadınlardan oluştuğunu görerek yüreklenmiştim: Yapı işçisi, tamirci kadınlar, telefon santralında çalışan "kişiler" vardı. Ancak, kadınların pek çok geleneksel erkek işini üstlenmesinin cinsiyet kimliklerini zorlamaması birçok kadın gibi benim de cesaretimi kırdı. O zaman da gerçek toplumsal değişim sağlayacak mücadelenin, kadınların kas geliştiren işleri ele geçirmesi veya şirket müdürü olması için değil erkeklerin yığınlar halinde hemşire, öğretmen, diyetetist, güzellik enstitüsü müdürü, hizmetçi gibi kadınların evdeki bakıcılık görevinin devamı olan ve iş dünyasında kadınlara ayrılan düşük ücretli işleri üstlenmesi için yapılması gerektiğini düşünmeye başlamıştım. (Barrett, 1980: 157). *Kalabalık Ev*, toplumsal yeniden üretimin değerinin bilinmediği bir toplumda, erkeklerin bakıcı rolü üstlenmesinin kapitalist ekonomiyi değiştirmeyeceğini; ancak ataerkilliği daha güçlü hale getirecek yollar sağlayacağını göstermektedir.

Meta kapitalizminin, hanenin cinsiyet konusunda dönüştürücü düşüncelerin üretildiği bir yer haline gelmesini nasıl engellediğini açıkça gösteren yeni bir örnek, "HG" dergisidir. Bu dergi daha önce ciddi ve tutucu bilinen *House and Garden* (Ev ve Bahçe) dergisidir. Derginin yeni sayfalarında, zevkli ve güzel dekorlara mahrem bakışlar yer alıyor. Mobilya, aksesuar, düzenleme, renk, kumaş ve yeni yuppie toplumunu tanımlamak ve desteklemek amacıyla bunları bir araya getiren dekoratörler, bu sayfalarda yer alır. Cinsiyet ve sınıf bazındaki olası değişimler (ve hatta eski *House and Garden* dergisinin okur kitlesi ile yeni HG okuyucuları arasındaki farklar) sorgulanmaz; çünkü derginin fotoğraf düzenlemeleri toplumsal ilişkilerin mekânsal ilişkilerle benzer gibi görünmesini sağlamaktadır. Toplumsalın ortadan kaldırılması 19.yy'da olduğundan çok daha bütünsel biçimde gerçekleştirilir. 19.yy'da bebek evi

zamanında, evin üst kat, alt kat ve kiler düzenine bakılarak hane halkının görevleri ve evişleri insanda bir toplumsal hiyerarşi hissi uyanmakta idi. Yeni HG dergisi potansiyel olarak dönüştürücü bir nitelik taşıyan hane nosyonunun massedilmesini göstermektedir; çünkü her şey birbiriyle dinamik ilişki içinde değil, bir meta gibi sunulmaktadır. Her şey fotoğraflanarak, düzeltilerek, paketlenerek, dergilerdeki araba, giysi ve kolonya reklamları kadar ulaşılabilir olarak sunulmaktadır. Yeni HG dergisi, meta kapitalizminin aktif toplumsal süreci dekoratif ve mekânsal olanın içinde eriterek, toplumsal faaliyetleri ve ilişkileri tasvir etme imkânını nasıl yok ettiğini göstermektedir.

House and Garden dergisinin HG logolu dergiye dönüşümü, profesyonel erkeklerin moda dergisi GQ ile özellikle önemli bir ortaklığı düşündürüyor. *Ev ve Bahçe* isimli özellikle kadınlara dönük bir derginin kısa ve öz formüle edilmiş HG haline dönüşmesi, artık birçok erkeğin eskiden sadece kadınlara uygun görülen eve dönük işleri üstlendiği anlamına gelir. Yeni HG'ye yukarıdaki "erkekliğin dişileşmesi" örneklerine getirdiğim eleştiri ışığında bakmak istiyorum. Yeni HG, ev ve bahçe bakımının artık erkeklerce yapılmasının kabul edilebileceğini ileri sürüyorsa bile, bunu ev içi etkinliklerin ve bahçe işlerinin optimal metalaşması ile bağlantılı olarak yapmaktadır.

Erkek egemenliğinin kadınları iş hayatından çekerek ev ve bahçede çalışmaya mahkûm etmesini kınayabiliriz. Şüphesiz değişik bölgelerde, değişik zamanlarda ve değişik ekonomik koşullarda, kadınlar evlerini ve bahçelerini verdikleri emeği gösteren bir şekle getirmenin yolunu bulmuşlardır. Daha kadınsı ve modası geçmiş *House and Garden* dergisinin yerini alan yeni HG bir zamanlar dergide bulunan imtiyazlı orta sınıf esintilerini tamamen silmiştir. HG kadınların evde ve bahçede yaptıkları işlere bir bütün olarak toplumun refahının ayrılmaz bir parçası olduğu için değer verilen geçmiş dönemleri tamamen gömmüştür. Tek cinsiyetli ve tek sınıflı HG'yi heyecanla okurken 17.yüzyıl New England örneğini unutmamalıyız. Bu dönem ev ve bahçenin gerçekten kadın dünyasının sınırlarını çizdiği dönemdir. Kapalı kapılar ve sömürge dönemi New England mimarisinin örneği olan ahşap duvarlar ardında ka-

dınlar ev idaresi görevlerini sürdürmüşlerdir. Bu emek büyük ölçüde göze görünmemiştir. Fakat her ev içi görevin, avludaki bahçede görünür bir karşılığı vardı. Kapı ile sokak arasındaki boşlukta kadınlar adaçayı ve sayısız diğer bitkiler yetiştirerek gıdalara çeşni katar, konserve yapar, hastalara ilaç yapar, kumaş boyar ve parfüm yaparlardı. Avludaki bahçe kadınların çok çeşitli üretici rolünün büyüyen bir kanıtıydı. Kadınlar hastalara bakarak iyileştirir, ailelerini giydirir, besler, evlerini süslerlerdi; kırılmış istiridye kabuğundan yapılan kaldırımlar, yüksek tarhlar ve çiçek düzenleriyle dönemin dekorasyon anlayışına kişisel estetik katan sanatçılardı kadınlar.

17. yüzyıl New England'ının avlu bahçesi, 20.yüzyılın son on yılında yaşayan bizlere bir meydan okumadır. Bugün hane ve avlu bahçesini içeren üretim birimini, kısıtlayıcı bir şey olmasından başka bir biçimde düşünebilir miyiz? 17.yy'ı yeniden yaşatmak için değil, ama böyle bir üretim biriminin kadınların ev içi emeğinin toplumsal değerini nasıl kanıtladığını anlamak için, kadın emeği alanını genişletme savaşının verildiği yüzyılları atlayarak geriye bakabilir miyiz? Bugün kendimizi tekrar eğiterek ev içi emeğe yeni değerler yüklemek için avlu bahçesi örneğini kullanabilir miyiz? Eğer meta kapitalizmi ev içi emeğinin ürünlerini fetiş nesneler haline dönüştürüyorsa, avlu bahçesi de yaşayan nesneleri toplumsal değerin somut dışavurumu haline dönüştürmektedir.

Çeşitli kültürel perspektiflerden ev içi emeğine odaklanarak, ataerkilliğin ve meta kapitalizminin etkisini engelleyecek olası ütopik hane alternatifleri üretmeye başlayabiliriz. Böyle bir proje kadınların düşünce ve edebiyatında yeni bir şey değildir. Jane Tompkins'in *Tom Amca'nın Kulübesi* romanına ilişkin zekice politik yorumunda gösterdiği gibi Harriet Beecher Stowe, romanında, merkezi devlet veya kapitalist ekonomi olmayan, tümüyle Quaker'ların ortak mutfağı çevresinde kurulmuş, dönüşmüş bir millet düşlemekteydi. Romanda, Rachel Halliday'in mutfağında "kahvaltının hazırlanması, insanların ideal toplumda nasıl çalışacağını örneklemektedir; rekabet, sömürü, emir olmayacaktır" (Tompkins, 1985:143). Böyle bir dünyada ataerkilliğin yok olacağı apaçık bellidir. Tompkins'in belirttiği gibi, "Stowe insanlık tarihinde erkekle-

rin rolünü yeniden tanımlar: Zenciler, çocuklar, anneler ve nineler dünyanın temel işlerini yaparken, erkekler memnun bir şekilde bir köşede süslenmektedir"(Tompkins 1985: 146).

Kökten dönüşmüş ev mekânına ilişkin benzer imajlar çağdaş siyah kadın yazarların eserlerinde de yer almaktadır. Toni Morrison, *Song of Solomon*'da (*Süleyman'ın Şarkısı*, çev.: S. Özbudun, Simavi Y., 1992) okurları Pilatius'un evine götürürken, komünal bir toplumsal ortama girmektedir; burada kadınlar, eve ait görevlere herhangi bir yetkeden emir almadan eşit şekilde katılmaktadır. Ekonomik bağımsızlık kâr etme arzusu uyandırmamakta, yumurta kaynatmak gibi basit bir iş, sonsuz zevk kaynağı olabilmektedir. Morrison'ın yapıtlarında yer alan "üç kadınlı aile" yapısının yazara toplumsal ve cinsel ilişkileri ütopik çizgide yeniden kavramlaştırması olanağını sağladığını düşünüyorum (Willis, 1987b). Bunlar, baskıcı olmayan heteroseksüel ilişkileri ve erkek egemen çekirdek ailede yaşanamayacak, kadınlar arasında kuşaklar arası ilişkileri içerir.

Kültür bir savaş alanıdır; burada, yüzyıllardır ev içi emeğinin ve onunla birlikte tüm toplumun değişmesi isteği, ataerkilliğin ve kapitalizmin baskıcı ve massedici güçleri ile çarpışır. Tartışma, kültür içindeki ütopik unsurların ayırt edilerek, bunların ataerkilliğin mahkûm edilmeyip tekrar teyit edildiği ve toplumsal ilişkilerin fetiş nesneler haline dönüştürüldüğü anların eleştirisi için temel olması ile ilgilidir.

DAHA GENİŞ BİLGİ İÇİN

Aşağıdaki metinler kapitalizmde ev içi emeğinin ekonomisi, ev işlerinin ikincilleştirilmesi ve kadınların ezilmesi arasında bağlantı kurmak için bir temel sunarlar.

Barrett, Michele (1980) *Women's Oppression Today: Problems in Marksist-Feminist Analysis*, Londra: Verso.

Beechey, Veronica (1987) *Unequal Work*, Londra: Verso.

Glazer-Malbin, Nona (1979) "Housework: a review essay," *Signs* I: 905-22.

Oakley, Ann (1974) *Women's Work: The Housewife Past and Present*, New York, Pantheon.

Kadın Araştırmaları Grubu, Çağdaş Kültürel Araştırmalar Merkezi, Birmingham Üniversitesi (1978) *Women Take Issue*, Londra: Hutchinson.

Eviçi emeği teknolojisindeki tarihsel gelişmeler, sanayi emeği ile eviçi emeği arasındaki ilişkiyi ve bunun cinsiyet konusundaki etkisini anlamak için iyi bir araç sağlar.

Bose, Christine (1979) "Technology and changes in the division of labor in the American home." *Women's Studies International Quarterly* 2.

Cowan, Ruth Schwartz (1976) "The industrial revolution in the home: household technology and social change in the 20th century", *Technology and Culture*, 17: 1-23.

Ewen, Stuart, and Even, Elizabeth (1982) *Channels of Desire*, New York: McGraw-Hill.

Gray, Ann (1987) "Behind closed doors: video recorders in the home," Helen Baehr ve Gillian Dyer (der.) *Boxed In: Women and TV*, Londra: Pandora Press.

Strasser, Susan (1982) *Never Done: A History of American Housework*, New York: Pantheon.

VI. SİYAH OLANI İSTİYORUM

Meta kültüründe Afro-Amerikan kültürüne yer var mı?

A. FARKLI OLMAK

> Yetişkinler, büyük kızlar, dükkânlar, dergiler, gazeteler, vitrin levhaları... Tüm dünya, mavi gözlü, sarı saçlı, pembe yanaklı bir bebeğin her kız çocuğun en sevgili oyuncağı olduğunda anlaşıyordu.
>
> (Morrison, 1970:20)

Toni Morrison, çok sayıda olgu ve konuyu yoğun ve yetkin bir biçimde ele aldığı ilk romanı *The Bluest Eye*'da (En Mavi Göz), beyazların egemenliğindeki kültür endüstrisinin siyah Amerikalıların kimlikleri ve hayatlarındaki etkilerini irdeler. Üç genç kızın hikâyesini anlatır: Kız kardeş olan Claudia ve Frieda ile sürekli

kavga eden anababası dükkânüstü evlerinden atılınca arkadaşlarıyla yaşamaya gelen Pecola. Kitabın arka planında Amerikan kültürünün beyazların kültürüyle, bunun da popüler kitle kültürüyle eşanlamlı olduğu 1930 ve 1940'ların siyah işçi sınıfı mahalleleri yer alır. Morrison, kitle kültürü ikonlarının Afro-Amerikalıların gündelik hayatlarına nasıl kurnazca ve sinsice girdiğini göstermek için, zararsız görünen ya da Frieda ve Pecola'nın dediği gibi "cici" (Morrison, 1970:19) birini, fincanlara, tabaklara ve babydol gecelikliere işlenen gamzeli yüzüyle, Shirley Temple'ı seçer.

Üç kızdan Claudia bozguncudur. Shirley Temple'dan nefret eder; kendisine ayırmak istediği kahraman Bojangles'ın yanında dans eden mavi gözlü, bukleli çocuk artisti gördüğünde öfkeden köpürür. Ona göre Bojangles kendi (Claudia'nın) arkadaşı, amcası, babasıdır ve illa gülecek, dans edecekse, bunları Claudia ile yapmalıdır (Morrison, 1970:1). Claudia'nın Shirley Temple'a karşı duyduğu inatçı düşmanlık, toplumumuzda ırksal açıdan "öteki" olan herkes gibi, egemen kültüre üretici olarak değil; ancak tüketici olarak katılabileceğini fark etmesinden kaynaklanır. Shirley Temple'ı reddederek ve Bojangles ile dansetmek isteyerek, beyaz kültürün siyah tüketicilere sunduğu iki uyumlanma tarzını reddetmiş olur. Beyazın bir şekilde üstün olduğunu kabul etmediği, dolayısıyla, Shirley Temple'ı Bojangles için uygun bir dans partneri olarak görmediği gibi; kendini mucizevi bir şekilde Shirley Temple'ın bedenine girmiş ve beyaz olmayı siyahlığın olumsuzlanması olarak yaşarken de hayal etmez. Aksine, beyazların kültürel egemenliğinin temellerini sorgular. Bu sorgulamanın en dramatik sahnesi, akrabalarının kendisine yılbaşı armağanı olarak verdikleri mavi gözlü bebeği parçaladığı bölümdür. Claudia'nın düşmanlığı kör bir düşmanlık değil; beyaz egemenliğinin köklerini anlamak, "kendisinin, bir tek kendisinin görmeyi başaramadığı sevimliliği keşfetmek, güzelliği ve çekiciliği bulmak, onun neden yapıldığını görmek" için duyduğu keskin istekle güdülenmiş bir düşmanlıktır (Morrison, 1970:20).

Claudia'nın beyaz kültüre, onun bebeklerine ve film yıldızlarına karşı dinmeyen gazabı, karşılığını alçı ve talaştan yapılma küçük beyaz bebekleri olduğu kadar etten kemikten küçük beyaz kızları



Foto: Karen Klugman

da parçalayabileceğini fark etmesinde bulur. Claudia'yı böyle bir suçu işlemekten alıkoyan tek şey, düşündüğü şiddet eylemlerinin "amaçsız şiddet" olacağını anlamasıdır (Morrison, 1970: 22). Bu, Morrison'ın yarattığı Claudia tiplemesinde Afro-Amerikalıların genel olarak beyaz egemenliğine karşı alabileceği bir tavrı temsil etmesi açısından önemli bir noktadır. Beyazlara yönelik şiddetin "amaçsız şiddet" olma riskini taşıdığını göstererek Morrison, "beyazlar"ın bir soyutlamadan öteye pek geçemediğini öne sürer. Tüm beyazlar, kültürlerinin yaşayan örneği olarak Shirley Temple ikonunu paylaşırlar. Hepsi belli ölçüde şeyleşmiş öznelerdir; siyahların onlara karşı heyecanlı, kendilerini ortaya koyan bir direnişe geçmeleri ya da misilleme yapmaları imkânsızdır. Claudia'yı "amaçsız şiddetin ne kadar iğrenç olduğunu" öğrenen biri olarak tasvir eden Morrison, Claudia tiplemesindeki insancıllığı ortaya koymuş olur. (Morrison, 1970:22).

Morrison'ın Claudia'yı ele alış tarzı, egemen toplumda "öteki" olma durumunun içerdiği radikal potansiyeli irdeler. *The Bluest Eye*'ın eleştirel yapısı, sömürgeciliğin duygusal açıdan zararlı, sakatlayıcı yönlerini ortaya koyan Edward Said ve Franz Fanon'un

çabalarıyla birlikte düşünüldüğünde, çok daha iyi anlaşılabilir. Morrison'ın bir edebiyatçı olarak başarısı, "ötekiliğin" nasıl bir yaşantı olduğunu ve ne Said'in *Orientalism*'inde ne de Fanon'un *Black Skin, White Masks*'ında (Siyah Deri, Beyaz Maskeler) açılmayan yönlerini gösterebilmesindedir. Çünkü Morrison'un kişileri, kendi tarihlerini anlatırlarken, kişisel tarihleri kitabın anlatısal hammaddesi olarak kullanılan Fanon'un hastalarından farklı olarak, tarihsel olaylar ve toplumsal yapılarla bağlı değildirler. Morrison'un Pecola portresi, beyaz kültüründe "öteki" olmanın yarattığı zihinsel çarpıklığın en korkunç örneğidir. Fanon'un beyaz maskeli küçük siyah kız modelini değiştiren Morrison'un kahramanı Pecola'nın beyaz maskesi, onun yüzü haline gelir. Öyleyse burada, Pecola'nın diyalektik anti-tezi, toplumun takmasını istediği beyaz maskeyi parçalayan Claudia'dır.

Bununla birlikte, Claudia'nın "ötekiliği" eleştirel olarak tersyüz edişi kısa ömürlüdür. Sonradan, "değişimin gelişme içermeyen uyum" olduğunu bile bile, Shirley Temple'a "tapmayı" öğrenecektir (Morrison, 1970: 22). Morrison burada beyaz kültürel egemenliğin yalnızca misillemeci davranışlarla karşı koyulmayacak kadar karmaşık olduğunu öne sürmektedir. Kültürel egemenliğe karşı yalın, doğrudan bir tepkiyi, bırakın hayata geçirmeyi, tasarlamak bile imkânsızdır. Çünkü egemenlik medya ile, medya da metanın verdiği hazla sıkı sıkıya bağlıdır. Claudia'nın Bojangles ile dans etme isteği, Amerikan kültürünün bütün olarak sınanmasını gerektirecek denli hayati bir soruyu doğurur: Kitle kültürünü siyah kültür olarak algılayabilir miyiz? Yoksa kitle kültürü, tanımı gereği, içinde az sayıda siyahın da oldüğu beyaz kültürden mi ibarettir? Medyayı Afro-Amerikan kültürel kimliğini ifade edebilecek bir biçim olarak tasarlamak, hatta tasarlamayı düşünmek mümkün müdür?

Morrison bu soruları bir mesel yoluyla sorar. Claudia ile kız kardeşi bir tarh kadife çiçeği ekerlerken, tohumların sağlıklı, güçlü olmasının arkadaşlarının ensest ilişkiden doğacak çocuğunun sağlıklı ve güçlü olmasını sağlayacağına inanırlar. Morrison, açık bir paralellik kurar: "Tohumlarımızı küçük kara toprağımıza attık: tıpkı Pecola'nın babasının tohumlarını kendi küçük, kara toprağına

attığı gibi"(Morrison, 1970:9). Ama hiç kadife çiçeği yetişmez. Tohumlar "kurumuş ve ölmüş"tür; tıpkı Pecola'nın bebeği gibi (Morrison, 1970:9). Çiçek bahçesi meseli, siyahların döllenmeleri ve hayatlarını sürdürmelerinden daha fazla anlam taşıyor. Mesel, en geniş anlamıyla tüm halkının kendini gerçekleştirebileceği bir Afro-Amerikan kültür bahçesinin mümkün olup olmadığını soruyor. Morrison, bütünlüklü ve besleyici bir Afro Amerikan kültürü olmayınca, siyahların beyaz kültüre "uyum sağladıklarını" gösteriyor. Claudia kardeşi Frieda'dan daha dürüst kalmayı başarır, ama sonuçta ikisi de bir beyaz ikonu sevmeyi öğrenirler. Pecola, büyülü bir biçimde en mavi gözlere kavuşur; ama bunun anlamı, beyaz ikonun içinde kaybolarak delirmektir. "Uzun kahverengi saçlı, sarı düş çocuğu Maureen'in" (Morrison, 1970:52) beyaz ikonu taklit çabası ise zengin bir moda gösterisine dönüşür: "Hakiki deriden kopçalı ayakkabılar", "renkli soket çoraplar" ve "beyaz tavşan yakalı, kahverengi kadife ceket ve uygun renkte manşon" (Morrison, 1970: 53). Dört genç kız tiplemesi, kendilerinin ve anababalarının üretmediği, ama tüketmeden yapamadıkları bir kültürle bağlantılı olarak, kendini inkârın ve yozlaşmanın değişik derecelerini temsil eder. Bu dört kızı tek tek ya da birlikte besleyecek bir Afro-Amerikan kültürünü tasarlayabilir miyiz? Ve böylesi bir kültür kitleselleşebilir mi? Bu soruları açmak amacıyla bugüne gelmek istiyorum, edebiyattan çıkıp reklamcılığa, Asyalılara ve iyice görünmez olan Güney Amerikalılara göre daha gözönünde olan siyahları en çok sergilenen "öteki" haline getiren kitle iletişim araçlarına.

B. CANIN ÇIKANA DEK ALIŞVERİŞ ET

Bilmek istemiyorum! Yalnızca dükkâna girdiğim ve kredi kartımla istediğim şeyi aldığım o büyülü anı istiyorum. Ödeme yapacağımı bile bilmek istemiyorum.

(Metafetişizminin satınaldığımız şeylerdeki emeği yok saydığını açıkladığımda bir beyaz erkek öğrencinin cevabı.)

Barbara Kruger'in tüketim toplumunda benliğin ve gerçekliğin soyutlanışını çarpıcı bir şekilde özetleyen bir fotoğrafı vardır

("İsimsiz", 1987). Bu fotoğrafta, başparmağıyla işaret parmağı arasında kredi kartına benzeyen kırmızı bir kart tutan beyaz bir el yer alır; kartın üzerinde, "Alışveriş yapıyorum, öyleyse varım" yazmaktadır. Kruger'in fotoğrafı meta fetişizminin hem kişiyi hem eylemi şekillendiren ikili yapısını yakalar. Varlığın tüketime indirgenmesi, alışverişin soyutlanmasıyla eşanlıdır. Çünkü "plastik kart kullanmak" genel eşdeğer olarak paraya dayalı değişimin zaten soyut karakterinin daha da derinleştiğini gösterir.

Alışveriş yapmak varolmak demekse, marka satın almak, bireyin belli bir kimlik oluşturma aracı olacaktır. Tüketim toplumu, şirket logolarını üzerlerinde taşıyan insanlar üretmiştir: Moda dünyasında "Esprit", "Benetton", "Calvin Klein", "Jordache" ve "Parest". Mc Donald's, Mc Kids. Giysinin üzerine dikilmiş ya da boyayla yazılmış logo, muzların üzerindeki etiketlerden çok farklı değildir. Şirketleşmiş moda sanayiinin gözünde bizim işlevimiz reklamları gündelik hayatımıza sokmaktır. Eski günlerde şehrin sokaklarında gezinen ve "Joe'nun Yerinde Ye" pankartlarıyla lokanta reklamı yapanlardan ne farkımız olduğunu kendimize sorsak iyi olacak.

Son zamanlara kadar, beyaz modeller tarafından sergilenen markaların satın alınmasının beyaz bir kimlik satın almak demek olduğu açıktı. Markalı giysileri üreten işçiler bugün ağırlıklı olarak Çinli, Filipinli, Meksikalı ya da Güney Amerika ve Asya kökenli Amerikalılardır; ama şirketler, korudukları egemen sınıfın kültürü ve çıkarları kadar beyaz olmaya devam ederler. Vogue, Harper's Bazaar ve Glamour gibi büyük moda dergilerinde siyah modellerin kullanılmaya başlanması ilk bakışta beyaz kültür egemenliğinin potansiyel olarak gevşemesi gibi görülebilir, ama böyle bir şey hiçbir zaman tam olarak gerçekleşmez; çünkü moda dünyası, beyaz olmayan insanları egzotik olarak niteleyerek etnik ve ırksal kimlik meselesinin yanından dolaşmayı başarır. Bugün siyahlar her türlü reklamda görünüyorlar; çoğunlukla da beyaz bir denklemin köksüzleşmiş, kültürsüzleşmiş siyah değişkenleri olarak. Bu, *Ebony* ve *Essence* gibi biçimi, modelleri ve sloganları her ay beyaz dergilerde görülenlerin siyah bir kopyası olan dergiler için bile geçerli. Örneğin, 1988 şubatında Virginia Slims, beyaz bir modelin tanıttığı,

kırmızı ve siyah flamenko giysilere ilişkin reklamını dergi ve reklam panolarına çıkardı. Siyah dergileri ve siyahların oturduğu mahallelerdeki panolarda da aynı reklamı kullandı. Tek fark, giysinin içindeki modelin siyah olmasıydı.

Siyahların, markalar yoluyla bir kimlik oluşturup oluşturamayacakları sorusu, Michael Jordan'ın "Air Nike" spor ayakkabılarıyla özdeşleşmesi örneğinde iyice önem kazanıyor. Michael Jordan, "Air Nike"tır. Onun Air Nike ayakkabılarını giyişi öteki bazı şampiyonların "şampiyonların kahvaltısı"nı yerken gösterilmesinden farklıdır. Onun ismi ve marka, tek bir logo nakaratında birleşmişlerdir. İster siyah olsun ister beyaz, başka hiçbir spor yıldızı, kendisi ile meta arasında böylesine yakın bir ilişkiye ulaşmamıştı. Ama, ürünle yıldız arasındaki kişisel bağlantı daha kişiselleştirilmiş bir ürün anlamına gelmez; daha çok, Jordan'ın metalaşmasını ifade eder. Bunun da ötesinde, siyah basketbol oyuncusu ile beyaz ayakkabılar arasındaki bu tekleşme, beyaz şirkete karşı bir başarı kazanıldığı anlamına gelmez, tersine, yaşları 16 ila 25 arasında değişen binlerce siyah gence yüz dolarlık ayakkabıları istemek için iyi bir neden sağlar.

Michael Jordan'ın siyah olmayı bir markayla eşanlamlı kılmasından yirmi beş yıl önce, Toni Morrison bir başka romanını siyahlığı beyaz bir etiketle sunmanın anlamsızlığını göstermek için kullanmıştı. *Süleyman'ın Şarkısı*'nda Morrison, bir sabah erkek arkadaşının ilgisizliğinin kaynağının görünüşü olduğunu fark ederek uyanan Hagar'ın kederini anlatır. "Şu görünüşüme bir bak. Berbat. Beni istememesine şaşmamak gerek. Korkunç görünüyorum" (Morrison, 1977:312). Hagar'ın "görüntüsü", hâlâ güney kırlarının izlerini taşıyan, siyah, kuzeyli, şehirli bir işçi görüntüsüdür. Etrafını çevreleyen beyaz kültürle tek bağlantısı, annesinin yarışmalarda kazandığı modası geçmiş ödüllerle büyükannesinin aklına estikçe aldığı giysilerdir. Hagar'da, Hagar'ın kendini ve Sütçü'ye sevgisini ortaya koyuşundaki kendiliğindenlikte, hesaplı ya da sahte hiçbir şey yoktur. Öte yandan erkek arkadaşı, ataları serbest mesleklere girip özel mülk sahibi olmuş kentli siyah orta sınıf soyundandır. Sütçü, Michael Jordan kadar bir markayla özdeşleşmese de "iyi kesimli takımı"ndan "ince derili ayakkabılar"ına kadar yürüyen bir metalar koleksiyonundan ibarettir (Morrison, 1977: 255, 256).

Erkek arkadaşının kendisini reddedişini, "görünüşüm yüzünden" diyerek rasyonelleştiren Hagar, ırkı stile indirger. Sütçü'nün daha önce "turuncu saçlı" ve "limoni tenli" bir kadınla flört etmesi onu yıkmıştır (Morrison, 1977:319); erkek arkadaşını elde tutabilmek için kendisini daha az siyah bir kadın haline getirmesi gerektiğine karar verir. Hagar'ın anlayamadığı, Sütçü'nün kendisine aldırmayışının, onun bir insanı derisinin ve saçlarının genel beyaz modele ne kadar yakın olduğuyla ölçen ırkçı siyah bakışı içselleştirmesi kadar, cinsiyetçiliğinin de bir ifadesi olduğudur. Hagar, reddedilişini kişisel bir hakaret gibi yaşar ve toplumumuzun insanlara kaderlerini düzeltmek ve problemlerini çözmek için sunduğu tek araca, tüketime sığınır. Hagar, ırkçılık ve cinsiyetçilik özel bir ilişkiye nüfuz ettiğinde ortaya çıkan acı ve gerilimin bir örneği, tüketici toplumunun ırkçılık ve cinsiyetçiliğe karşı çözümünün yaşayan ifadesidir: "Kendine yeni bir sen al." Cüzdanının elverdiği kadar marka satın alarak kendini dönüştür. Irkçı bir toplumun çözümü, "renkli şeritli beyaz bir etek ve ona uyan bir bolero, Maidenform sütyeni, Fruit of the Loom kilotu, ten rengi çoraplar, Playtex jartiyeri ve Joy ConBrios" giyen, Sunny glow pudrası ve mango tango allığı ile makyaj yapan ve "gözkapaklarına günışığının etkilerini silmek için Baby Clear Sky Light damlatan" (Morrison, 1977: 318) "siyah tenli, küçük, şirin bir kız" (Morrison, 1977:310) yaratmaktır.

Morrison, Hagar'ın bir sağanak yağmura yakalandıktan sonra annesiyle ve büyükannesinin karşısına, yeni aldığı giysiler ve yeni makyajıyla çıktığı anı anlatırken, tüketimin siyah kişiliği nasıl bozduğuna ilişkin duyarlı anlayışını gösterir: Islak, kaçık çoraplar, çamurlanmış beyaz elbise, yapışkan, topak topak olmuş pudra, akmış ruj ve darmadağın saçlar (Morrison, 1977:318). Eğer Hagar ümitsizce çabaladığı "görüntü"ye gerçekten ulaşabilseydi, beyaz kültür modelinin siyah bir karikatürü olabilirdi ancak. Oysa kendini nasıl gülünçleştirdiğini nihayet fark eden zavallı ıslak bir çocuk olarak Hagar, bir çelişkinin, herkesin metaları eşitçe satın alabileceği yollu tüketim toplumu ideolojisiyle, egemen beyaz modele dönüşmesi imkânsız olan tüm marjinalleşmiş insanların gerçekliği arasındaki çelişkinin mükemmel ifadesidir.

Morrison'ın, meta tüketimini ırk, sınıf ve cinsiyet sorunlarına getirilen sahte bir çözüm olarak mahkûm edişi, öykünün sonunda Hagar'ın çıldırması ve ölümü kadar mutlak ve geri dönüşsüzdür. Kendini gerçekleştirmek bir yana, kendini bulamayan, hayatındaki çelişkiyi alışverişe çıkarak çözemeyen ve bir Külkedisi dönüşümünü gerçekleştiremeyen Hagar, hummaya yakalanır ve ölür.

Tüketici toplumu Hagar için bir mezartaşı dikseydi, üzerinde, "Canın çıkana dek alışveriş et" (Shop till you drop) yazardı. Bu, ifade, çok açıktır ki alışveriş merkezi reklamcılarının bugüne kadar icat ettiği en çirkin deyimdir. Yine de her yerde kendini tutamayan alışverişçiler tarafından gurur ve neşeyle tekrar edilebiliyor. T -Shirtlerin üzerine işleniyor, çıkartmalara yazılıyor, gösterişli reklamlarda boy gösteriyor: "Canın çıkana dek alışveriş et" sloganı, tüketicinin aşağılanmasındaki son nokta. *Yeni Evliler Oyunu* adlı yarışmada gördüğüm türden "ne zaman kendimi üzgün hissetsem, canım çıkana dek alışveriş ederim" diyen genç kadınlara ne sıklıkla rastlıyorsunuz? Hagar'ın yaptığı tam da buydu işte. Morrison'ın Hagar anlatımıyla "Yeni Evliler Oyunu" yarışmacısının alışveriş orjilerinden aldığı hazza ilişkin anlatımı arasındaki fark, Morrison'ın kitlesel tüketime içkin olan aldatma ve insanlıktan çıkarma sürecini keskin bir şekilde dile getirmesidir. "Canın çıkana dek alışveriş et" büyük ölçüde kadınlara seslenen ve onlar tarafından kabul gören bir mesajdır (kendisini böyle tanımlayan bir erkek müşteriye henüz rastlamadım). Perakende satış ve reklam endüstrilerindeki aşırı cinsiyetçilik bundan daha acımasızca ortaya konamazdı. Bununla beraber aldatma, cinsiyetçilik, aşağılama ve insanlıktan çıkma, dikkatten kaçıyor; çünkü tüketim nosyonu, hazla eşanlamlı. Meta tüketiminde hazzın gerçekleşmesinin esas olarak imkânsızlığını göstermek için dikkatimizi tüketimden üretime çevirmemiz yeter. Sorarım size, hiç kimse üzerinde "canın çıkana dek çalış" yazılı bir tişört giyer mi? Kapitalizmin soğuk gerçeği, işgücünün büyük bölümünün gözden çıkarılabileceğidir. Çok sayıda tüketicinin de yüksek tüketim standartlarını korumak için gözden çıkarılabileceklerini düşünebilir miyiz?

B. SİYAH SURETLERDEN MICHAEL JACKSON'A

Toni Morrison'ın beyazların egemenliğindeki meta kültürünün fetişleştirici niteliğini şiddetle mahkûm etmesi, siyah kadın yazarlar geleneğinde tek örnek değildir. Alice Walker, *Meridian* adlı romanında, beyaz toplumun şeyleşmesini Morrison'ın donuk suratlı bebeklerinden de daha gülünç bir şekilde karikatürleştirir. Kahraman, mumyalanmış ölü bedeni paragöz kocası tarafından şehir şehir dolaştırılıp gösteri aralarında sergilenen beyaz bir kadındır. Ölüyken de, muhtemelen yaşarken de olduğu gibi beyaz kadının işgücü kocasının geçim kaynağıdır. Bir ceset olarak, meta biçimini örnekleyen donmuş emeğin cisimleşmesidir sanki. Morrison ve Walker'ın şeyleşmiş beyaz tiplemeleriyle belgeledikleri şey, toplumumuzda beyazların meta biçimiyle, azınlıktaki ırklardan çok daha uzun süredir ve çok daha derin bir bağlantı içinde olmalarının sonuçlarıdır. Günümüz siyah kadın edebiyatı, metanın fetişleştirici gücüne güçlü bir tepki gösterirken, *Süleyman'ın Şarkısı*'nda Hagar'ın ulaştığı tüketim düzeyi karşısında şaşkınlığa boğulur ve bize metalara böyle tümden bağlanmanın Afro-Amerikalıların büyük çoğunluğu için yeni bir olgu olduğunu düşündürtür. Gerçekten, *Süleyman'ın Şarkısı*'nı, gündelik ihtiyaçlarını trampa ile karşılayan, çok ender olarak meta satın alan Pilate'den, satın aldığı değil; kazandığı metaları alan ve dağıtan kızı Reba'ya, ümitsizce meta özlemi çeken ve onlar yüzünden ölen Hagar'a kadar, kitaptaki üç kuşaktan kadın aracılığıyla, siyahların meta biçimine entegrasyonu açısından okumak mümkün. Morrison'ın meseli, meta biçimi yirminci yüzyıla egemen olduğu halde gündelik hayat ekonomisinin, son zamanlara dek tüketiciye dönüşmeyen toplumsal gruplar yüzünden ancak kısmen metalaştığını anlatır.

Morrison, "sunny glow" ve "mango tango"larla olumlu bir siyah kültürel kimlik yaratılabileceği ihtimalini tamamen reddederken, İngiliz sinema ve sanat eleştirmeni Kobena Mercer, dramatik bir şekilde, aksini söylüyor. Siyah saç modelleriyle ifade edilen politik tutumu incelerken, metaların siyahlara kendilerini ifade etmek için yeni yollar sunduğunu varsayan farklı bir tüketim toplumu yaklaşımı tanımlıyor (Mercer, 1987). Mercer, sonradan, yetmişlerde

"siyah güzeldir" sloganını ortaya atan kültürel hareketi yaratan radikal siyahlar arasında yaygın olan saç modeli afro ile, otuzların sonu ve kırkların başında kentli siyah erkeklerin yarattığı saç modeli conk'u karşılaştırır. Mercer, bu iki saç stilinin popüler yorumunun tamamen, romantizm döneminden beri doğalı yapay olana muteber kılan Batı kültüründen esinlendiğini düşünür. Afro saç, doğalın simgesi olarak görüldüğü için, olumlu algılanmıştır. Batı mitolojisi doğalı ilkelle ve ilkeli de Afrika ile eşitlediği için ve Afro gerçek bir Afrika özelliği olarak görülmüş ve en muteber Afro-Amerikan kültürel ifade biçimi haline gelmiştir. Mercer, Afro saçın düzgün olabilmesi için özel bir çember yardımıyla kesilip tarandığını, dolayısıyla doğal bir biçim olmadığını söyleyerek bu konudaki mitlerin uydurma olduğunu gösterir.

Üstelik, Afrika'da görülen saç biçimlerinin kültürel haritası bize doğallıkla uzak yakın ilgisi olmayan karmaşık örgüler ve kesimlerle dolu bir coğrafya tanıtır. Mercer'in vardığı nokta, "Afro"nun doğal gibi görülmesinin nedeninin 60'ların sonundaki uzun saçların Hippilere ve onların doğaya dönüş hareketine gönderme yaptığı egemen beyaz toplumda öyle tanımlanmış olduğudur. Bu şekilde, egemen beyaz kültür, Afro'yu kendi anlamlarına -ve kendi karşı kültürel anlamlarına- katmıştır.

"Conk" saçları afro ile karşılaştıran Mercer, "conk"un Afro -Amerikan kültürüne Afro ile mümkün olmayan bir ifade biçimini tam da yapay olarak görüldüğü için sağladığını düşünür. Yaygın olduğu dönemde, hatta şimdi bile, "conk" siyah erkeğin görünüşünü "beyazlatma" çabası olarak mahkûm edilmiştir. Mercer, Malcolm X'in ilk "conk" saçıyla ilgili sözlerini alıntılayarak genel tavrı örneklendirir: "... artık kafamdaki o eski saçlar gitmiş, yerine düzgün ve parlak kırmızı -gerçekten kırmızı- saçlar gelmişti; artık beyazlarınki kadar düzgündü benim saçlarım da... İşte bu düzeltilmiş conk saç, kendimi aşağılamaya doğru attığım ilk büyük adımdı" (Mercer 1987: 46). Mercer ise "conk" saç hakkında çok farklı düşünüyor. Ona göre siyah erkekler, kendilerini daha beyaz ve beyaz ideallerine göre daha kabul edilebilir bir stilde göstermek isteselerdi, bu saçı seçmezlerdi. Bu yöntemde saçlar Mercer'in "vahşi teknoloji" dediği bir yöntemle düzleştirilip kırmızı-turuncu bir parıltı

verecek bir işlemden geçirilir. Yapaylığı yüzünden kültürün egemen ırk yorumlarına sokulamayacak radikal bir kültürel ifade sağlar.

> Boya, beyazlığı taklit etmeye yeltenmek şöyle dursun, yapaylığı öne çıkararak ve böylelikle farklılığı abartarak, geleneksel "doğal" renk kodlarına meydan okumak için kullanılıyordu. Siyah kadınların taktığı ve Malcolm'un iğrenerek söz ettiği mor ya da yeşil peruklar gibi, kırmızı boya da anlamsız görünüyor: Oysa çeşitli düzeylerde yapaylığa başvurarak gelenekle alay eden bu tür stilizasyon teknikleri, küstah ifadeli bir "züppelik"i benimsediler ve görüntüleri ustaca manipüle ederek baskıya direndiler.
>
> (Mercer, 1987:47-49)

Mercer, sonuç olarak siyah kültürün, kapsayıcı kültürün ürettiği tüm işaretleri ve yaratıları kullanabileceğini ve manipüle edebileceğini söyler. Bunların yüzyıllar sürmüş tahakkümün mirası olan anlamlarla yüklenmiş olmaları, geçerli kültür ifadeleri oluşturmaya engel değildir (bu ifadelerin okunma biçimini etkilemeyerek bile olsa). Okuma, okuyucunun sınıfı, ırkı, cinsiyeti kadar, tarihi döneme de bağlıdır. Mercer'in "conk" saçı okuyuşunu, meta biçimini insanların ürettikleri anlamlar için hammadde olarak gören yeni popüler kültür teorileri mümkün kılmıştır. Bu bakış açısından en kolay tanınan meta (tamamen "yapay" olarak görülen şey) geçmiş çağrışımlardan bir biçimde kopmuş ve alternatif anlamlara daha açık olandır.

Ancak hem Morrison'ın meta kültürünü mahkûm ederken hem de Mercer'in kültürel anlamları manipüle etme imkânlarını sevinçle vurgularken gözden kaçırdıkları bir şey var: Egemen beyaz kültür endüstrisinin, siyahların tüketilebilir imajlarını üretme biçimi. Afro-Amerikalı eleştirmenler büyük ölçüde TV ve sinemadaki siyah imajlarında hortlayan ırkçılığı hedef almıştır; ama reklamlar ve kitlesel oyuncak piyasası gibi daha gündelik alanlar üzerinde çok az durulmuştur. Tüketim toplumunu daha karmaşık biçimde, ırkçılığını basitçe vurgulamanın ötesinde anlayabilmemiz için bir varsayım öne sürmek istiyorum: Kitle kültüründe kapitalizmin çoğu toplumsal çelişkisi, bize çoktan çözülmüş çelişkiler gibi görünür. Kitle kül-

türü nesneleri, toplumsal çelişkiyi ve bu çelişkinin hayali çözümünü meta biçiminde eklemler. Kitle kültürünün ırkçılığa nasıl bir çözüm sunduğuna bakalım.



1940'larda beyaz bir bebekle oynamaya zorlanan Morrison'ın Claudia'sının tersine, altmışların sonlarında siyah anneler kızlarına Barbie'nin siyah benzerini, Christie'yi alabiliyorlardı. Mattel, Christie'yi Barbie'nin arkadaşı olarak pazarladı; böylelikle yurttaş hakları hareketini ve siyahların yukarı doğru toplumsal hareketliliğini paraya çevirdi. Mattel, Christie'yle birlikte, beyaz kültürel modellerin siyah muadillerinin yaratılması konusunda oyuncak endüstrisine öncülük yaptı. Christie'nin icadını siyah bir Shirley Temple bebeği yapımına benzetebiliriz. Shirley Temple'ın siyah suretini hayal etmek güçse, bunun sebebi kitlesel pazarın bugünkü eğilimlerinin bize siyah kopyaların beyaz dünyanın "ayrı ama eşit" anlatımları olduğunu öğretmesidir. 1930'larda siyah bir Shirley Temple'ın yapılması imkânsızdı, ama Temple bugün dans eden beş yaşında bir prenses olsaydı, Mattel onun siyah ve beyaz bebekleri-

ni yapardı ve kimse de bunu tuhaf karşılamazdı. Bunu söylüyorum, çünkü örneğin komik çöküк yanaklı beyaz "lahana bebek"ler çıkar çıkmaz, siyahları da piyasada görmeye başladık. Bunun gibi, bugün daha cazip; ama tuhaf bir şekilde öfkeli ifadeli "My Child" bebeklerinin de siyah ve beyazları, kız ve oğlanları bulunabilir. Açık ki 1990'larda farklı ırk ve cinsiyetler, oyuncakçı dükkânı raflarında eşit değişkenler olarak bulunuyor. Bu tür siyah bebeklerden satın alan pek çok beyaz kız tanıyorum; ama şimdiye dek siyah bir "lahana bebeği" olan tek bir siyah kız görmedim. Bu bebeklerin siyah ve beyaz küçük kızlar için anlamı, özellikle de ırk yanında annelik ve evlat edinme sorularını ortaya çıkardıkları için hiçbir yetişkinin tamamen kavrayamayacağı bir meseledir. Bu bebeklere değindim; çünkü bunlar benim için çok kritik bir soruyu özetliyorlar: Beyaz orta sınıfın diğer her şeyin yargılama kıstası olduğu bir toplumda kültürel çeşitliliğe eşitlikçi bir ifade fırsatı tanımak mümkün müdür? Bu, daha önce sorduğum, Afro- Amerikan kültürünün kendine kitle kültürü içinde bir anlatım biçimi bulup bulamayacağı sorununa başka bir yaklaşımdır.

Yeni bir dergi olan *Zeta*'nın sunuş yazısında, Bell Hooks, beyaz üstünlüğü (white supremacy) ile ırkçılığın daha eski biçimleri arasında önemli bir ayrım yapar. Hooks, beyaz üstünlüğünü hem liberal politikalarla hem de liberal feminizmle ilişkili olarak "renkli insanların bu toplumda sömürüldüklerini gösteren en kullanışlı terim" olarak görür (Hooks, 1988:24). Ben buna, beyaz üstünlüğü teriminin siyahların tüketiciler olarak nasıl sömürüldüklerini anlamak için de tek yol olduğunu ekleyeceğim. Renkli insanları egemen üretim ve tüketim tarzlarının dışında tutan ırkçılığın aksine, beyaz üstünlüğü ırklara tüketim düzeyinde eşitlik önerir. Bu mümkündür; çünkü tüm modeller beyazdır. Beyaz kültürel modellerin siyah suretleri zorunlu olarak ikincildir ve kültürel bütünlükten yoksundur. Siyah suretler tahakkümü yıkmaz, pekiştirir. "Ötekilik", yani asimile edilemeyen marjinallik nosyonu, beyaz modelin aynadaki aksi olan siyah surette yok olmaya yüz tutmuştur. Nihayet, oyuncakta, modada ve reklamcılıkta siyah suretlerin çoğalması, siyah kültürel alternatiflerin yaratılması ihtimalini yok eder.

Beyazların siyah suretlerinin üretimi son yirmi yıldır kitlesel pazarlamadaki hakim strateji olurken, bu formülün yerini toplum-

daki ırkçılığa farklı bir yaklaşım öneren yeni bir temsil biçimine bırakmakta olduğuna ilişkin işaretler var. Moda pazarlamasında süregelen ırksal homojenlik görüntüsünden söz ediyorum. Böyle bir bakış, ırkı yalnızca bir renk karışımı olarak görür. Örneğin *Elle* dergisinin Mart 1988 sayısının kapağına bej bir kadın konmuştu. Pek çok moda dergisi "yeni etnik yaklaşım" diye adlandırılan bu yöntemi takip ediyor. *Elle*'de görülen etnik model, tabii ki 1940'larda Morrison'ın beyaza yaklaşan siyah versiyonu "açık sarı düş çocuğu" değildir. Tersine, bu modelin özellikleri, cilt rengi ve saçları, hiçbir ırkı hatırlatmaz, toplumsal karşıtların kaynaşmasını bile düşündürmez. O, tüm ırkların karışımıdır. *Elle*'in moda sayfalarına şöyle bir bakış, çok sayıda bej ve bej tonlarda fotoğraflanmış beyaz kadını gösterir. Bej renkli modellerin kullanımı, endüstrinin toplumumuzdaki ırk sorununun sihirli bir şekilde silinmesi için bulduğu metafordur. Bu metafor, egemen ırka doğrudan başvurmadan beyaz üstünlüğünün altını çizer. Mekanizmanın nasıl işlediğini anlamak için ırksal homojenliği cinsel homojenlik ile karşılaştırmamız yeter. Bir süredir moda endüstrisi, ister kadınsı giysiler içinde ister blucinli, ister 12 yaşında ister 45, tüm kadınların cinsiyet konumunun eşit olduğunu iddia ediyor. Moda reklamlarında görüldüğü gibi erkeklerin tanımladığı kadın cinsiyeti nosyonu, çok sayıda kadını cinsiyetin heterojenliği olasılığına alıştırır. Önerilen, "doğru dürüst görünüşlü" kadınların, eşit "ırktan" olduğudur. Böyle bir bakış kültürel çeşitliliği baştan reddeder, çünkü farklılığın yalnızca modayla ilgili bir şey olduğunu gösterir. Farklılık, yeni sezonun renklerinde, son modada, başka zaman görünmez olan beyaz "baba"nın simgesi olan logo ve markadadır.

Elle'in bej kadınına değindim; çünkü moda endüstrisinin ırksal homojenliği sunuş tarzı, bu bağlamda en has kitle kültürü ürünü olarak ortaya çıkan Michael Jackson'ın yorumlanmasına ışık tutuyor. Başka hiçbir yerde toplumsal çelişkilere Michael Jackson'da olduğu kadar çok "çözüm" önerildiğini görmeniz mümkün değildir. Gençlik kültürü ve yaygınlaşan gençlik piyasası, yetişkinlerin sayısının sürekli artığı, daha yoksul ve daha marjinal hale geldikleri bir toplum görüntüsünü yalancı çıkarıyorsa, 30'undaki yaşsız çocuk Michael Jackson'ın, yaşlanmaya çözüm sunması da normal-

dir. Toplumumuz cinsiyetçi bir toplumsa, hem kadınlığı hem erkekliği ifade eden; ama genellikle androjenlik ile özdeşleştirilen korkuları doğurmayan Michael Jackson, toplumun cinsel eşitsizliğine bir çözüm sunar. Bizimki ırkçı bir toplumsa, o zaman siyahlık ve beyazlığın kültürel kimlikler değil; estetik ameliyatlarla ilgili bir şey olduğunu gösteren Michael Jackson, ırksal çatışmaya kolay bir çözüm önerir.

Geçenlerde Benson kendi adını taşıyan televizyon programında Michael Jackson'ın Diana Ross'a benzediğini söylediğinde, birden fark ettim. Programda popüler görüşün bir zamandır söyleyegeldiği şey onaylandı. Jackson'ı hem bir "görünüş" hem de bir müziksel ifade olarak gördüğümüzde bu karşılaştırma özellikle isabetli. Michael Jackson'ı siyah erkek müzik geleneği içinde tanımlamak yerine onun müziğini siyah kadın şarkıcılarla birlikte değerlendirmenin ve Diana Ross'tan daha geriye, "Ma" Rainey, Bessie Smith ve Ethel Waters gibi büyük blues şarkıcılarına gitmenin daha anlamlı olacağı kanısındayım. Diana Ross ve Motown sound'u, pek çok yönden kitle kültürünün "sahiden blues söyleyen hanımlar"la ilgili tehlikeli anılarını ortadan kaldırmış gibi görünmektedir. Hazel Carby, bir dönüm noktası niteliğindeki makalesinde siyah blues şarkıcılarının kadınların hareketliliğini ve cinsel bağımsızlıklarını onaylayarak erkek egemenliğine nasıl saldırdıklarını gösterir (Carby, 1986). Kasabadan ve hoyrat bir erkeğin koruyuculuğundan çıkıp kurtulmak, eve kapatılmayı reddetmek ve cinsel ilişkilerde girişimci olmak, siyah kadın blues geleneğinin en sık yinelenen temalarıydı. Buna karşın, Diana Ross'un ve the Supremes'in şarkı tarzı, kadınların arzularının massedilişini ve kurbanlığı kabulleniş-lerini bıkıp usanmadan yineler. Arka planda vurmalı çalgılar köleliği hatırlatan zincir sesine benzeyen tekdüze bir tempoyla, "sensiz dünyam bomboş bebek", "aşkına muhtacım, ah ne kadar muhtacım" türü güftelere çok uygun bir enstrümantal hava yaratırlar. Michael Jackson, görünüşünü Diana Ross'unkine benzeyecek şekilde dönüştürerek, kendini siyah kadın blues şarkıcıları geleneğine yerleştirir. Müziğinin konuları da genellikle cinsel döneklik ve "kötü" olma sorunu ve bunun sonuçlarıyla ilişkilidir. Bununla birlikte Jackson, siyah kadınların blueslarında erkek egemenliğini teh-

dit eden her şeyin siyah erkeklerce tersine çevrilmesini temsil eder. Siyah kadın şarkıcılar, ekonomik ve cinsel bağımsızlık hakkını isterlerken, Jackson kötü olduğunu söyleyerek meydan okur, ama kendisine ceza verilmesini ister. Jackson cinsel baskının çağrıştırdığı düşmanlıkla oynar, ama bu düşmanlığı açıkça ortaya koymak yerine otoritenin erkek egemen biçiminin yeniden kendini kabul ettirmesini ister.

Ama bu tahlil Michael Jackson meselesini tamamen çözümlemeye yetmez. Kitle kültürü endüstrisindeki en başarılı Afro-Amerikalı olarak Jackson'ın, Afro-Amerikan kültürünün kitlesel biçiminin başarılı bir ifadesini temsil edip etmediğini açıklamamız gerekiyor. Bu soruyu cevaplamaya başlamak için, meta nosyonuna dönmeliyiz ve Michael Jackson'ın, her şeyden önce, meta biçiminin mükemmel bir ifadesi olduğunu hatırlamalıyız. Fredric Jameson, yinelemenin çelişik işlevine değinirken Michael Jackson'ı bir meta olarak kavramanın bir yolunu önermiş oluyordu (Jameson, 1979). Yineleme bir yandan sonsuzca çoğaltılabilen ve değersizleşmiş meta biçiminin kendisini çağrıştırır. Jameson, kitle kültürünün bir çok tür, biçim ve üslup üreterek yenilik, biriciklik ya da özgünlük nosyonu yaratmaya çalıştığını gösterir. Yinelemede çelişik olan, metanın seri olarak üretildiğini hatırlamaktan kaçınırken aynı zamanda bunu aramamızdır. Jameson bunu özellikle ilk dinleyişimizde bizim için pek bir anlam ifade etmeyen, ama sonraki dinleyişlerimizde zevk vermeye ve kişisel anlam taşımaya başlayan popüler müzikte görür. Çünkü "bir pop şarkısı, tekrarlanma yoluyla, fark edilmeden, kendi yaşantılarımızın varoluşsal dokusuna girer; böylece dinlediğimiz şey kendimiz, önceki dinleyişlerimizdir" (Jameson, 1979:138).

Bu bakış açısından, Michael Jackson'ın sayısız fiziksel dönüşümlerini Ford'un her yıl "yeni" modeller üretmesine benzetebiliriz: Jackson, her konser turu ve albümü için, kendisinin yeni bir versiyonunu üretir. "Yeni kimlik" üretme nosyonu kuşkusuz Jackson'la başlamadı, ama fiziksel dönüşümlerinin tarzı ve içerimleri, daha önce kimlik değişimini kullananlarınkinden belirgin şekilde farklıdır. Bu, Ziggy Stardust'tan Thin White Duke'e (İnce Beyaz Dük) dönüşümü bilinçli bir yapaylık sayılabilecek David Bowie

için özellikle doğrudur. Bowie'nin makyaj ve değişik giysilerle kurduğu kimlikler maske ve kostümün istikrarsız gerçekliğine sahipti. Bowie'nin kimliklerinin eğreti ve teatral oluşu, rahatsız edici toplumsal bir eleştiri yapmasına olanak veriyordu. Oysa Jackson için her kimlik, cerrahi teknolojinin bir sonucudur. Toplumsal dokuda yeni makyajı ile yeni birşey söylemek için çıkan yavaş yavaş gelişen ve olgunlaşan bir kimlik yerine Jackson, her yeni Jackson'ı, kendisinin bir önceki Jackson'ı yadsıdığı işaretini veren bir sureti olarak üretir. Toplumsal bir saptamada bulunmaz, kendini bir meta olarak ortaya koyar. Jameson'ın yineleme üzerine düşünceleriyle bağlantılı son bir gözlem olarak, "ilk" Michael Jackson'ın, Jackson Beşlisi'yle şarkı söyleyen o küçük oğlanın da bugünkü Michael Jackson'dan bakıldığında metalaşmış bir kimlik haline geldiğini söylemek istiyorum. Jameson'ın dediği gibi, "ilk kez olan, tanımı gereği herhangi bir şeyin yinelemesi değildir: İkinci tekrardan sonra, o da bir tekrara dönüşür" (Jameson, 1979: 137). Jackson'ın suretlerinin oluşturduğu zincir bir kez varlık kazanınca, Jackson Beşlisi'nin Michael Jackson'ı da bu zincire eklenir. Böyle bir okuma, Toni Morrison'ın bizden Claudia'nın filmlerde "Bojangles"le dans ettiğini hayal etmemizi istediğinde ortaya koyduğu siyahların kitle kültüründe ifade bulabilme arzusunun yok edilişidir. Bu, meta biçiminin farklılığın inkârı şeklinde yorumlanmasıdır. Her tarz ve her an, bu biçimin sonsuz tekrarlanışına eklenir.

Metaların seri üretimi, dönüşüme içkin olan patlayıcı potansiyeli olumsuzlar; ama kültürel olarak sunulduğu biçimiyle dönüşüm sadece meta diziselliğinin bir ifadesi olarak görülmek zorunda değildir. Siyah Amerikan eğlence geleneğinde Michael Jackson'ın kimlik değişiminin de kaynağı olan ilk dönüşüm metaforu, ondokuzuncu yüzyılda yüzleri siyaha boyanmış olarak dolaşan gezgin oyunculardır. Bir beyaz olan Thomas Dartmouth Rice 1829'da yüzünü siyaha boyayıp "Jim Crow" kimliğine büründüğünde, ondokuzuncu yüzyıl eğlence biçimlerinden en popüler olanlarından birini yaratmış oldu. 1840'ların sonlarında Christy Minstrelleri grubu bu gösterilerin standart karakterlerini, gezici ozanlıkla özdeşleşen Tambo ve Bones tiplerini yaratmıştı bile. 1850 ve 1860'larda yüzlerce gezgin ozan grubu, genellikle New York-Ohio ekseni üzerin-

den ülkeyi dolaşıyordu. Hatta kimi Londra'ya gitti ve aynı oranda başarılı oldu. 1880 ve 1890'larda çok daha az grup kalmıştı, ama Mastodon Minstrelleri'nin tarzında dev gösteriler sürdürülüyordu.

Minstrel gösterileri, siyahları güneyin paternalist plantasyonlarında şekillenmiş bir "ahali" olarak tasvir eder. Geri kalmış ve geri zekâlı olarak gösterilirler; tembeldirler, ehlikeyf ve şapşaldırlar; kadın peşinde koşmak, kumar oynamak ve dans etmek için yaratılmışlardır; aldatılırlar, gürültülü şakaların ve belden aşağı esprilerin konusudurlar. Erkekler uçkur düşkünü, kadınlar yalancı, hilekâr ve fındıkçıdırlar. Bu gösterilerin en büyük zararlarının, popülariteleri sebebiyle alternatif bir "zenci tiyatrosu"nun şekillenmesini engellemesi olduğunu söyleyen Nathan Huggins de aralarında olmak üzere, Afro-Amerikan entelektüellerinin bu gösterileri eleştirmesine şaşmamak gerek (Huggins, 1971:286). Yine de kimi eleştirmenler, bu gösterilerin halk kültürünün -bozulmuş da olsa- gerçek plantasyon kültürüyle ilişkisi reddedilemeyecek bir biçimi olduğu düşüncesini geliştirdiler (Lott, 1988). Bu tartışmada tarafların iddialarının, siyahların bu gösterilerde neden rol aldıklarını ve bunu yaparken yüzlerini kömür tozuyla neden daha da kararttıklarını ve gözlerinin ve dudaklarının biçimini abarttıklarını açıklamaya yetmemesi ilginçtir. Bu gösteriler siyahları aşağılıyorsa siyahların katılımı minstrellerin popülerliği ile, siyahlara eğlence işinde yer vermesiyle ya da oyuncuların kazandığı parayla açıklanabilir mi? Gösteriler halk tiyatrosunun öncülü ise siyahların bunlarda "siyahyüz"lerin işaret ettiği ırkçı kalıpları tekrarlamaları gerekli miydi?

Bu sorulara ilk cevabı bu ülkenin en ünlü siyah aktörlerinden biri olan ve bütün beyaz oyuncuların protestosuna karşın Ziegfield Follies'e katılan Burt Williams veriyor. Williams, inanılmaz bir başarıyla haftada 2500 dolardan fazla kazanmıştır. Yine de kariyerini "siyahyüz"le yapmayı tercih etmiştir. James Hatch ve Ted Shine, siyah tiyatroyu ele alan antolojilerinde "siyahyüz"ün Burt Williams için zanaatinin arması, bir tebdil-i kıyafet ve izleyicilerine kendisinin siyah bir adam olduğunu hatırlatmanın olumlu bir yolu olduğunu söylerler (Hatch ve Shine, 1974: 618). Bu açıklamalar Burt Williams'ın seçiminin sebeplerini veriyor, ama ben "siyahyüz"ü bir kostüm ya da maskeden fazla bir şey olarak kavramayı ve ona iki

anlam sisteminde işleyen bir metafor olarak yaklaşmayı öneriyorum. Bir yandan bu, güneyin siyahlara ırkçı yaklaşımının açık ifadesidir; öte yandan, bir sahne biçimi olarak siyahyüz, metanın metaforudur. İnsanların görmek için para verdikleri şeyin işaretidir. Tüketilen imajdır; oyuncunun kendine yabancılaşıp rolüne girmesidir. Siyahyüz bir markadır ve bu yüzden anlam dolu da olabilir, bomboş da.

Minstrel grupları üzerine yaptığı kapsamlı çalışmasında Eric Lott, siyaha boyanmış yüzü ırk ve cinsiyet ilişkileri açısından yorumlar (Lott, 1988). Ona göre "siyahyüz" toplumsal gerilimden kaynaklanan her çeşit ikiyüzlülüğün ve dönüşümün cereyan ettiği bir alandır. Siyahyüz'de beyaz adam, siyah adamı canlandırıyordu. Siyah adam, siyah adamı canlandıran beyaz adamı ve her iki ırktan erkekler kadınları, "eksik etekleri" canlandırıyorlardı. Oyuncular genellikle, yasak olduğu halde sahnede siyah bir oyuncu görme nosyonuyla flört etmekten ve erkeklerin kadın kılığında diğer erkeklerle cinsel bağlar kurmalarının sonuçlarından da hoşlanıyorlardı. "Siyahyüz", o sırada reddediyor görünse de cinsel rollerin ve cinsiyet tanımlarının sınırlarının aşılmasına izin veriyordu. Eric Lott'un işaret ettiği gibi bu gösteriler, "öteki"nin gücünü (bu güç lekelenmiş ve inkâr edilmiş olsa bile) edinme arzusundan derinlemesine etkilenmiştir. Lott'un dediği gibi minstreller beyaz erkek oyuncuların otoritesi içinde massedilmiş "siyahların (ve bence kadınların da) gücünün müstehzi bir kutlamasıydı" Böylece, "siyahyüz" bir yandan açıkça cinsiyetçi ve ırkçı mesajlarla yüklüyken öte yandan, toplumsal anlamları ve kısıtlamaları deler. Bu, "siyahyüz"ü melezlik korkusunun hem ifade edildiği hem de üstesinden gelindiği, kadın düşmanlığının onaylanabildiği ve inkâr edilebildiği, ırk ve cinsiyetin basmakalıplaştırıldıkları ve sınırlarının aşıldığı bir yer yapar.

Minstrel gösterisindeki çelişik anlamlar (bu perspektiften bakıldığında siyahyüzün cisimleşmiş hali olarak beliren) Michael Jackson'a başka bir açıdan bakmamıza imkân veriyor. Fiziksel değişimleri, Jackson'ın markası; siyahyüzde var olan tüm cinsel gerilimleri ve toplumsal çelişkileri güncel bir biçime getiren bir araç. Bu açıdan, Jackson'ın sanatsal öncülü Diana Ross ya da Burt Williams

değil; beyaz izleyicilerini vücudunu ters, sol ayağını sağa dönmüş gibi gösterebilme yeteneğiyle büyüleyen büyük siyah dansçı Juba'dır. Juba siyahyüzle oynarken, bedeni onun için parodi yapmanın ve ikiyüzlülüğü alaya almanın kişisel bir aracıdır. Juba'nın "Taklit Dans"ı, herbiri özgün bir breakdown dansı yaratan siyahyüzlü beyaz aktörlerin mükemmel bir taklidi olduğu kadar, kendisinin breakdown dansı yapışının da taklidiydi. Bu, Michael Jackson'ın 1989'da yaptığı video filmi *Moonwalker*'ı en iyi tarif eden gelenektir. Burada Jackson kendi çocukluğunda Motown'un breakdowna karşılık gelen dansını versiyonunu yapıp şarkı söylerkenki halini gösterir, sonra kendisinin bu "gerçek" görünümünün karşısına Jackson'ın giysi, yüz, şarkı ve dansını taklit eden bugünkü bir çocuk taklitçiyi çıkarır. Nihayet, bunların yerine bir düzine kadar unutulmayan Jackson imajı koyar (ergenlik yılları vb.), videoya kaydedilmiş bu imajlar bir sürü Jackson ya da Jackson maskesi olarak karşımıza çıkar. Bir Jackson versiyonundan diğerine geçerken ya da bir Jackson'ı öbürüyle vuruştururken, *Moonwalker* dönüşümü, biçimselleşmiş içerik olarak sunar. Videodaki öykülerin çoğunun dönüşümle, mevcut tüm sinematik özel efektlerin yardımıyla iyice çarpıcı hale getirilebilen dönüşüm temasıyla ilgili olmasına şaşmamak lazım.

Sylvia Wynter, sambo ve minstrel tipleriyle ilgili tahlilinin başında, siyah kültürün "zorunlu görevi"nin "dönüşüm" olduğunu söyler (Wynter, 1979:149). Wynter'ın lekelenmiş siyah ve popüler kültürün yıkıcı karşı-anlamlar yaratma gücü ile ilgili iyimserliği, onun minstreli siyah kültürün "normatif Amerikan burjuvazisi gerçekliğinde kültürel bir bozulma yaratmaya başlaması" olarak görmesine neden olur (Wynter, 1979:155). Michael Jackson'ın *Moonwalker*'ı da böylesi büyük bir toplumsal değişim arzusuyla açılır. Albümün ilk parçası "Man in the Mirror" (Aynadaki Adam) terk edilmiş, yenilmiş ve aç bırakılmışların yüzlerini ve yanı sıra onları savunan Gandhi, Rahibe Teresa, Kenedy kardeşler, Martin Luther King Jr. gibilerini gösterir; bunların karşısına Hitler'den Klu Klux Klan'a kadar faşist zalimleri yerleştirir. Şarkının mesajı nakaratta defalarca tekrarlanır: Dünyayı değiştirmek istiyorsanız işe "aynadaki adam"la başlayın. Toplumsal değişim arzusunun çok sayıda

kişisel dönüşüme indirgenmesi, *Moonwalker*'daki hikâyelerin çoğunda değişik derecelerde vardır. Bunların ikisi özellikle siyahyüzün bugünkü meta kültüründe nasıl yeniden tanımlandığını gösterir.

"*Smooth Criminal*"da minstrel sanatçısını "Jim Crow" ya da "Zip Coon"a çeviren yanık ve yanmış mantar, yerini Michael Jackson'ı dev bir transformer robota çeviren metal kabuk ve elektronik donanıma bırakmıştır. Hikâye, dünyadaki tüm gençleri (beyaz ve siyah, oğlan ve kız) uyuşturucuya alıştırmak isteyen bir şebekenin beyaz patronuna karşı Michael Jackson'ın savaşını anlatır. Şebeke patronu, Gestapo benzeri gruplar ve *Star Wars*'tan fırlamışa benzeyen savaşçılardan yardım alır. Hikâyenin en gerilimli anında, bu ordu Jackson'ı şehir dışındaki uyuşturucu fabrikasında tuzağa düşürür. Acımasız spot ışıklarının altında, döşemenin üzerinde debelenirken, yüzleri görünmeyen ordu tarafından kuşatılmış Michael Jackson akla benzer bir imajı getirir: Yüzleri görünmeyen hayranlarının oluşturduğu duvarla çevrelenmiş kocaman bir stadyumda yalnız bir rock yıldızı. Bir zulüm ve boyun eğdirme hikâyesi ile rock yıldızlığı arasındaki simgesel benzeşim, minstrel geleneği ile bir bağlantı kurar; orada da sahne, egemenlik biçimleri ve bunların dönüşüm potansiyellerinin harekete geçirildiği yerdir.

Jackson'ın egemen güçlere boyun eğişi şebekenin patronunun, kaçırdığı küçük bir kızı dövmeye başlamasıyla kırılır, kızın ağlaması Jackson'ı insanüstü bir harekete iter. Birdenbire, zaten ameliyatlarla bir heykele benzemiş olan Jackson'ın yüzü daha da katılaşır, adeta metalikleşir. Gözbebekleri kaybolur ve gözleri lazer haline gelir. Kalkar, karnında bir kumanda kutusu belirir. Bacak ve ayakları silaha dönüşür. Michael Jackson artık bir robottur. Bu dönüşüm, Jackson'ın gerçek hayattaki fiziksel değişimleri hakkında çarpıcı bir yorum sunar; tıp teknolojisinin insan bedenini yeniden biçimlendirişinin mantıken bundan sonraki basamağının robot bilimi olduğunu düşündürür.

Bununla birlikte, Jackson'un dönüşümünün en önemli sonucu - her çocuğun kavrayacağı gibi- kendisini bir metaya dönüştürmesidir. Herhangi bir robot değildir Jackson, "transformer"dır. Jackson bunu bir robot savaşçıdan silahlı bir uzay gemisine dönüşerek gös-

terir. Bu biçimle uyuşturucu şebekesini yener. Bir önceki bölümde "transformerlar"ın kapitalizmde cinsiyet edinme metaforu olduğuna dikkat çekmiştim. Jackson'un "transformer"a dönüşmesi cinsiyet özelliklerinin silinmesini ve yerini aynı anda mutlak erkek cinsel iktidarına bırakmasını içerir. "Transformer" endüstriyel teknolojiyi meta biçiminde temsil eder. ABD'de sanayi ve piyasa geniş ölçüde beyaz erkek hiyerarşisi tarafından kontrol ediliyorsa, Jackson'ın dönüşümü toplumsal güç ilişkilerine dair bir soruya yol açıyor. Jackson transformer haline gelerek beyaz erkeklerin ekonomik ve cinsel egemenliği ile bağlantılı bir imajı kendisine mi mal ediyor yoksa istemeden bu imajın parçası mı oluyor? Bu bir gücü gasp etme durumu mudur yoksa Jackson "öteki" olarak yutulmuş mudur? Bu soruyu ele almanın bir başka yolu da meta biçiminin temellükünün daha önce siyahların beyaz kültür biçimlerini temellük ettikleri önceki durumlara benzeyip benzemediğini araştırmaktır. Metanın yerine dini koyup aynı soruları sorabiliriz. Din sömürgeleştirme ve köle ticaretiyle başlayarak beyaz egemenliğinin ideolojik silahı mı olmuştur, yoksa dinin siyah kilise tarafından temellükü, beyazların tanrısının selamet vaat etmediği siyahların kendileri için bir tanrı talep etmeleri ve sömürgeleştirmenin tersine dönüşü mü demektir? Başa, Toni Morrison'la ilgili olarak sözünü ettiğim ikileme dönüyoruz: Morrison'a göre transformer mavi gözlü Pecola'da cisimleşenden çok daha gayri insani bir sömürgeleştirme biçimini temsil eder; çünkü transformer'ın ırkı ve cinsi tamamen silinmiştir. Kobena Mercer ise tersine, "transformer"ı "conk"un bugünkü karşılığı olarak görmeye yatkın olacaktır.

Sanki buna bir yanıtmış ve meta biçimini diğer bir açıdan ele alırmış gibi Michael Jackson, bir başka dönüşüm meselini canlandırır. "*Speed Demon*"da video büyücüleri bir "kilden yaradılış" büyüsü gerçekleştirirler, Michael Jackson popüler kültürdeki karşılığı Gumby olan Brer Rabbit'e dönüşür. "Küçük yeşil bir kil topağıydı önceleri, ama gelin de görün şimdi Gumby'yi" Bu, 1970'lerin başında TV izleyen Amerikan çocukları için çok bildik bir tekerlemedir. Şarkı, yeşil kil topağından oğlan çocuğuna dönüşmeyle ilgilidir ve bu Gumby'yi "transformer"ın bir tür öncülü haline getirmektedir. Gerçekten de Gumby'nin cinsellikten arındırılması

cinsel özelliklerin "transformer"da gördüğümüz türden silinişine karşılık gelmektedir. Vücudu bütünüyle yumuşak ve esnektir; Gumby'nin dikkat çeken tek yanı, büyük gözleri ve lastiksi ağzıdır. Cinsiyet vurgulanmamakla birlikte Gumby'nin yeşil rengi muhtemel ırksal ötekiliği gösterir. Gumby'nin çok ırklı, çok kültürlü mahallelerin rengârenk insanlar, canavarlar ve hayvanlarla canlandırıldığı *Susam Sokağı* dizisi ile aynı zamana denk geldiği akılda tutulmalı. Mor, sarı, yeşil ve mavi, *Susam Sokağı*'nın gökkuşağı koalisyonunun renkleridir.

"*Speed Demon*", daha hafif ve eğlenceli bir tarzda da olsa tuzak ve kovalama konularını tıpkı "transformers" senaryosundaki gibi işliyor. Bu örnekte, Michael Jackson film stüdyosundaki gezi sırasında kendisini fark eden gayretkeş hayranları tarafından kovalanır. Hayranlar, korkunç ifadelerle konuşan ve biçimsiz bedenli yaratıklar olarak gösterilir. Jackson bir noktada çılgın hayranları tarafından köşeye kıstırılmış gibi görünür; ama eski giysilerin durduğu binaya kaçmayı başarır ve orada hafif şapşal, ama muzip tipli bir tavşan giysisi bulur. Bu noktada Jackson bir "kilden yaradılış" dönüşümüne uğrar. Bu, takipçileriyle ilişkisini tamamen değiştirir. Michael Jackson Afro-Amerikan halk geleneğinin düzenbazı, zalimlerle oynayan, onları zekâsıyla alteden motosikletli Brer Rabbit'e dönüşür. Speed Demon, Gumby'dir, Brer Rabbit'tir ve aynı zamanda "ıslak dalgalı saçları" tavşan kasketinden görünen ve alameti farikası "moonwalk" (ayyürüyüşü) dansı olan Michael Jackson'dır.

Hikâyenin sonunda Michael Jackson hayranlarının elinden kurtulur, gün doğarken Kaliforniya çölüne varır. Burada fermuarını açıp artık sadece basit bir maske olan tavşan kılığından kurtulur. Ama o da ne, çıkarılmış giysi canlanır ve insan boyunda, moonwalk dansı yapan bir tavşan gelir; Jackson'ı bir dans düellosuna davet eder. Dönüşümlerle ve ikileşmelerle dolu filmde bu en önemli sahnedir. Dansta yerel siyah kültür dili, sanatçı ile abartılmış, teklifsiz "siyahyüz" ikinci "ben"i arasındaki çelişki dışavurulur (Hebdige, 1987). Juba'nın dans ederken kendini taklit etmesi gibi Michael Jackson da kendini "siyahyüz"den ayırır ve metalaşmış kendini de aşar.

Moonwalker, dönüşümü siyahların kültürel özerklik arzusunun meta kapitalizminin fetişleştirmesi ile kesiştiği bir yer olarak koyarak, metaların diziselliğini reddediyor. Tersine meta biçimini, mücadele'nin bağlantı noktası olarak siyahyüz geleneği çerçevesinde tanımlıyor. Kültürel meta tarafsız değildir; tersine, bir mücadele alanı tanımlar. Kültürel tanımlama terimlerinin beyaz erkek egemen kapitalist üretim sistemi tarafından belirlenen ve metanın fetişleştirici yapısınca şeyleştirilen bir mücadele alanı.

"Smooth Criminal" ve "Speed Demon"la ilgili açıklamalarımda kimi meta görünümlerinin ötekilerden daha fazla karşı ez ifade etmeye imkân verdiklerini söylemiştim. "Transformer"lar yüksek teknolojili kapitalizme öyle sıkı sıkıya bağlıdır ki massedilme ya da temellük etme ikilemindeki belirsizlik dışında pek açılım sağlamazlar. Bununla karşılaştırıldığında, Gumby, Brer Rabbit ve Michael Jackson arasındaki karmaşık ilişkiler, siyah dil ile kitle iletişim biçimleri arasındaki çatışmanın egemenliğin tahribini ima ettiği bir alan yaratır. "Speed Demon", meta biçimini ve Jackson'ı çözer, parçalarına ayırır; öyle ki Michael Jackson filmin sonunda bir düzine metalaşmış ayna-imajlarından yansıyan çoklu bir özne olarak görünür. *Moonwalker* meta fetişizmine bir saldırı yöneltir ve meta biçimini parçalar, ama Stuart Hall'un "somut tarihsel özne" dediği şeyin var olabileceği bir zemin sağlar mı (Hall, 1986)? Bu bağlamda toplumsal bölünmeler ve çelişkilerden bir benlik yaratabilecek bir *Meridian* var mıdır? Bu metinden özerk özneye benzer bir şey çıkarabilir miyiz? *Moonwalker*, meta kapitalizminin reddine dayalı bir toplumsal bütünlük imajı yaratmaya çabalayan günümüz siyah kadın edebiyatı ile metayı oynanabilecek, haz alınabilecek ya da yıkılabilecek bir şey olarak gören siyah erkek konumu gibi görünen konum arasında bir kopuş olduğunu gösteriyor. Michael Jackson'ın meta biçimini tuzağa düşürdüğü ve bunu meta biçiminin anlamları fetişleştirildiği ve bu yüzden kültürel olarak özgül olmadıklarından ötürü yapabildiği yerde, Alice Walker meta fetişizmini reddeder ve *The Color Purple*'da Celie'nin geniş ailesi ve arkadaşları için ortak üretimi örgütleyebileceği bir kırsal endüstri biçimi hayal eder. Jackson kültür endüstrisine geri döner; minstreli ve "siyahyüz"ü çağdaş biçimlerde yeniler

ve kendisini metalarla ilişkileri tarafından kurulan ya da yıkılan siyah erkek aktörlerin tarihiyle birleştirir. Alice Walker ise meta üretiminin geçmişine bakar; ilk ifadelerini köleler için üretilen "yal"larda (Ewen and Ewen, 1982: 167), devamını Morrison'ın Hagar'ını mahveden moda endüstrisinde bulur ve kitlesel olarak üretilmiş bir metanın Afro Amerikalılara herhangi birşey sunamayacağını söyler.

C. MINSTREL: DİSNEY VERSİYONU

Michael Jackson bir kültürel meta olarak zaman zaman meta biçimini parçalayarak çelişkili altmetinlerini açığa çıkarsa bile, bu süreç, bir bütün olarak kültür endüstrisinin tamamında geçerli olmamaktadır; hatta nadirattandır denebilir. Çoğunlukla meta, çelişkiyi çeşitli ve potansiyel olarak çelişik alt metinlerini, homojenleştirilmiş ve tarihdışı bir biçime sıkıştırarak siler. Kastettiğimi daha iyi göstermek ve Michael Jackson'ın *Moonwalker*'da gösterdiği potansiyel radikal süreksizlikleri gerçek yerine oturtmak için, kitle kültürünün bir başka tipine, Michael Jackson'dan bile daha ünlü ve çelişkinin meta biçiminde yoğunlaşmasını simgeleyen bir tipe dönmek istiyorum: Miki Fare'ye. Bir skandal gibi karşılayabileceğiniz bir şeyi belirteyim önce: Miki Fare, aslında siyahtır ve bir minstrel oyuncusudur. Tabii ki aynı zamanda Walt Disney'in dehasından doğmuş en ünlü kitle kültürü ikonudur ve bir meta olarak her türlü toplumsal ve tarihsel çağrışımdan arındırılmıştır. Yine de ilk Miki Fare genellikle acayip bir dans yaparken çizilirdi: "Jim Crow"un zıplamalarının çizgi film versiyonu yani. Miki'nin ilk filmlerindeki haylazlıkları ve son anda kurtulmaları da o dönemde ve daha sonraki "zenci velet" filmlerindekilere benzer. Gerçekte, Miki'nin fiziksel özellikleri siyah beden, büyük baş, büyük ağızdır ve zenci veletlerden tek farkı, kıvırcık saçların yerini büyük kulakların almasıdır. Zenci velet filmlerinde hemen hemen hep küçük bir siyah çocuk timsahlar, su aygırları, arslanlar ve korkunç ağızlı öteki vahşi hayvanlar tarafından kovalanır ve yutulur. Bunlar, Miki Fare'nin ilk filmi *Steamboat Willie*'de tersine çevirdiği şakalardır.

Miki yutulmak yerine ineğin dişinde bateri çalar, bir keçinin dilini keman gibi tımbırdatır. Çaldığı parça dikkat çekici bir şekilde siyahyüz oyuncusu George Washington Dixon'un söylediği "Turkey in the Straw" (Samanlıktaki Hindi) şarkısını anımsatmaktadır.

Steamboat Willie'den minstrel gösterisine göndermeler yapabilmem ve siyah bedeninin ırkı ifade ettiği vurgulanmayan Miki ile siyah bedenleri ırklarını işaret eden zenci veletler arasında bir karşılaştırma yapmam, Miki Fare'nin 1929 versiyonunun kısmen ikonlaştırılmış bir meta olduğunun kanıtıdır. Bu gömülmüş, aranıp bulunarak çıkarılan işaretlerin sıçandan bebek yüzlü fareye dönüşümü popüler bilim yazarı Stephen J.Gould'un ilginç bir makalesine (1982) konu olan altmışların koca yanaklı, donuk Miki'sinden çıkarabileceğinden şüpheliyim. Yine de 1950'lere gelindiğinde iki çizgi film kahramanında minstrel gösterilerine ortak göndermeler bulunuyordu. Tüyleri Burt Williams'ın ırkçı klişeleri vurgulamak için giydiği siyah kuyruk tüylerine benzeyen bir saksağan çifti, Heckle ve Jeckle. Heckle ve Jeckle'ın tasvirinde bir başka minstrel özelliği daha vardır. Bu kahramanların saksağanlara özgü gevezeliklerinde iki klasikleşmiş minstrel tipi canlanmaktadır: Mr.Tambo ve Mr.Bones. Heckle ve Jeckle bir dala tüneyip birbirlerini işaret ederlerken Tambo ve Bones, sahnenin iki ucunda dururlardı. Bu konumdan ortadaki samandan köpek aracılığıyla birbirlerine takılırlardı. Meta biçimi, doğası gereği (özellikle eski eğlendirme biçimleriyle kitle iletişim dünyası karşılaştırıldığında) içerdiği göndergesel malzemenin tarihi özgüllüğünü azaltır ve olağanüstü çeşitli kültür kaynaklarını bir araya getirir. Heckle ve Jeckle, minstrel oyuncuları olmalarının yanı sıra Jekyll ve Hyde'dırlar da... Ve tabii Terry Toons'un icat ettiği iki saksağandırlar. Miki Fare ve Heckle/Jeckle gibi kültürel ikonların ortaya çıkışı, tüketim noktasında tarihsel altmetinlerin ayırt edilmesinin mümkün olmadığı bir anı işaret ediyor. Miki Fare, minstrel geleneğinin zirveye ulaşmasından yirmi otuz yıl sonra sahneye çıkmıştır. Aslında, kültürel bir meta olarak Miki Fare, sonuçta siyah değildir. Siyah kültürel altmetnin tamamen ortadan kaldırılmasıdır ve muhtemelen de "Turkey in the Straw"ı söylemek için "Jim Crow"a dönüşen özgün minstrel oyuncusunun "geriye doğru" yok edilişidir. İlk olay, şimdi

Miki Fare'nin belirlediği bir kültürel andan geriye bakılarak değerlendirildiğinde Disney geleneğinin bir sureti olarak yeniden tanımlanır.

Benim Miki Fare örneğinde yaptığım gibi, bütün homojenize edilmiş meta ikonlarımızı, her birinin toplumsal çelişkileri nasıl bastırdığını ve olumsuzladığını açığa çıkarmak amacıyla deşifre etmemiz mümkün. Yine de, metaların böyle "çözümlenmesi" meta kapitalizminin içerdiği toplumsal ve ekonomik eşitsizliklerin dönüştürülmesi demek değildir. Ya da Toni Morrison ve Alice Walker gibi, insani özellikleri şeyleştirdiği ve kültürel farklılıkları yok ettiği için metayı reddedebiliriz ve onların romanlarında yaptıkları gibi ütopik toplumsal ilişkiler hayal etmeye girişebiliriz. Bu yaklaşım, ilişkilere sinmiş ırkçılığı ve cinsiyetçiliği ortaya çıkarma ve böylece onlara eleştirel bir şekilde yaklaşılmasını sağlama potansiyeline sahiptir. Yine de bu yaklaşım, siyahlığı olmasa bile köy hayatını kentin ya da otuzlar ya da kırklar gibi geçmiş tarihsel dönemleri bugünün önüne geçirme riski taşır. Ya da Michael Jackson gibi metayı olduğu gibi kabul edebilir ve her hareketimiz, her yorumumuzla, aşkın kültürel imajlar yaratma imkânı adına tam bir şeyleşme riskine girebiliriz. Bu yaklaşım bir meta olarak imaj üzerinde denetim geliştirmek için toplumsal olandan kopar. Tüm bu stratejiler kısmi çözümlerdir ve ancak öyle olabilirler; çünkü bu sistemde bütünleştirici öğe metalardır.

VII. TATLI RÜYALAR

Meta kapitalizminde kâr ve bedeli

Eğer metalar konuşabilselerdi, "biz birbirimizin gözünde değişim değerlerinden başka bir şey değiliz" derlerdi.

(Marx, *Kapital*, Cilt 1)

A. ŞEKER: SAF ZEHİR

Ekoloji hareketinin hız kazandığı yetmişlerde, sağlıklı besinler eski beslenme alışkanlıklarımızda büyük değişiklikler yapmaya başladığında, önce sağlıklı beslenmeciler arasında, ardından daha geniş kamuoyunda şeker karşıtı çok sayıda kitap okundu. Bunlardan biri her yüzyılı tek tek ele alarak dünyanın bütün sağlık problemlerini rafine şekere yükleyen William Dufty'nin yazdığı *Sugar*

Blues'du. Sayılan hastalıklar arasında beriberi, iskorbit, şizofreni, pelagra, akciğer kanseri ve elbette şeker hastalığı yer almaktadır. Dufty'ye göre şekerin halkın beslenme rejimine girişi, her zaman, geleneksel olarak besleyici rejimlerin zayıf düştüğü dönemlere rastlar. Şeker, sömürgeciliğin beslenme kimyasıdır. Örneğin Java'ya beriberi, İngilizlerin besleyici kahverengi pirinç yerine beyaz pirinç ve şeker getirmesiyle gelmiştir, rafine edilmemiş pirinç ve tuz yiyen Vietkonglar karşısında yenik düşen Güney Vietnamlıları mahveden şey, Amerikalı müttefiklerinin çabuk pişen pirinç ve Coca Cola'sıdır.

Dufty'nin kitabı, o dönemin diğer şeker karşıtı yayınlarında olduğu gibi ahlakçı bir yaklaşımı içerir. Şeker sadece sömürgecilerin egemenlik aracı olarak değil; aynı zamanda Batılıların suçlarının kaynağı olarak da gösterilmektedir: Kölecilik suçu, şımarık çocuk yetiştirme suçu, lüzumundan fazla mal üreterek piyasayı boğma suçu ve genelde tüketim suçu. Tatlı düşkünlüğü Batı'nın günahı, şişmanlık ise günahkâr bedenlerin cezasıdır. Şeker karşıtı yazılar üzerine ilginç bir araştırma, şekeri altmışların karşı-kültüründeki cinsel serbestliğe karşı bir tepki olarak ele alır (Mechling ve Mechling, 1983). Yazıda şeker metaforik olarak altmışlı yıllarla özdeşleştirilen ve adı konmadan anılan uygunsuz davranışların, seks ve uyuşturucunun yerine konur. Dolayısıyla şekere karşı tavır, ahlaki sosyal düzene bir dönüş çağrısıdır.

Dufty'nin eleştirisinin ahlaki boyutu, kitabın yaygın olarak okunmasını sağlamıştır. Kitap, okuyucunun duygularını TV'deki pembe dizilerin ve aşk romanlarının yaptığı gibi alevlendirir. Kitap gücünü ahlakçılığından alır, ama bu aynı zamanda Dufty'nin kültürel eleştiri yönteminin kusurlarını da gösterir. Ne dediğimi anlatabilmek için kitaptaki kısa öykülerden biri üzerinde duracağım. Dufty, ailesinde şeker ve hipoglisemi olup kendisine de liseyi bitirdiğinde şeker teşhisi konan bir gencin hikâyesini anlatmaktadır. Bu genç, çocukken anneannesinin kendine insülin iğnesi yapmasını izlemiştir. Fakat şekerin ailenin günlük yiyecekleri içindeki yerini ne kendisi ne de annesi sorgulamışlardır. Zaten bu genç adam çocuklara jöle, muhallebi veya pasta yiyebilmek için tabaklarındaki et ve patatesi bitirmeleri gerektiğinin öğretildiği çağda yetişmiştir. Gü-

nümüzde şeker sadece tatlıların içinde değil, günün her saatinde tüketime sunuluyor: Kahve molasında yenen kurabiyeler, okul kantinindeki gofretler, hamburgercide öğle yemeğinde yenenler, ikindi kahvaltısında ve gece TV izlerken yenen tatlı yemişler.

Dufty'nin 18 yaşındaki şeker hastasına ilişkin öyküsü, ev dışında çalışmayan bir anne ve yemeğe hep beraber oturan aile bireylerinden oluşan bir çekirdek aile görüntüsünü akla getirir. Bu görüntü, çekirdek aileyi özleyenlere ve ortadan kalkmasına üzülenlere dokunaklı gelir. Öykü bir delikanlı ile ilgilidir, ama anneleri hedefler. Genç adamın durumu, çok güçlü tüketim kültürünün ve annesinin bilinçsiz düşkünlüğünün elle tutulur bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Sevgi sebebiyle anne ve anneanne çocuğu tatlılarla beslemişlerdir. Suçun failleri onlardır.

Dufty'nin genç adamla ilgili öyküsünün doruk noktası, teşhisin konduğu akşamdır. Ertesi günden itibaren hayatı boyunca insülin iğnesi yaptırmak zorundadır. Bu onu yükseliş ve inişleri öldürücü potansiyele sahip bir kimyasal sisteme dönüştürecektir. O gece annesi onu odasında ziyaret eder; üzüntü, suçluluk ve ödip gerilimleriyle ona bir Hershey çikolatası verir; sonuncu çikolatasını. Dufty böylelikle şeker bağımlısı insanlardaki kadınsı zaafı vurgulamış olur. Tüketime ahlakçı yaklaşım, bireyi kurban olarak, kendini denetleyemeyen, sorgulamayan biri olarak görür. Şeker bağımlısı olmak için kolayca kandırılabilecek ve idare edilebilecek, bağımlılığa yatkın, saf bir çocuk veya kadın olmak gerekir. Kötü alışkanlıklardan vazgeçebilen birkaç güçlü insan şeker bağımlılığından kurtulup bizi zayıflığımız yüzünden azarlayabilir. Zayıflık ve bağımlılığın karşısında böyle erkeksi bir tutum sergileyen, elbette ki Dufty'nin kendisidir. Onun görevi eğitim yoluyla kurtuluşu sağlamaktır. Bize hayatımızı nasıl denetim altında tutacağımızı ve şeker bağımlılığından kurtulacağımızı öğretecektir.

Ahlakçı yaklaşım, her şeyi bireye indirgediğinden, kültürel eleştiri temeli olarak yetersizdir. Neyin üretilip satılacağını, nasıl yeni pazarların açılacağını, bunların ilerleme ideolojisinden nasıl etkilendiğini ve tüketimle ilgili olarak patlak veren mücadeleleri belirleyen toplumsal ve ekonomik güçlere pek dikkat edilmez. Bunun yerine tüketim, zayıf veya güçlü bireylerin yaptığı iyi veya

kötü seçimlerden ibaretmiş gibi tanımlanır. Dufty, İngiltere'de mayalı birada şeker kullanılmasına uzun süredir muhalefet edildiğinden söz eder ve Amerika'da bazı eyaletlerde Coca-Cola satışını yasaklamak için alınan yasal önlemleri anlatır. Fakat, kitabın büyük bölümünde tüketici, şeker sanayiinin ve komplocu hastalıklı düzenin (düzenin önceleri küçükken, şimdi büyümüş olan ve insanların zaaf ve acılarından yararlanarak dolaylı veya dolaysız, yasal ya da yasadışı olarak kâr eden bölümü) kuklası olarak tanımlanır (Dufty, 1976:44). Bu bizi kültürel eleştiriye ahlakçı yaklaşımın diğer bir boyutuna, kapitalizmin güçlerine komplo gözlükleriyle bakmaya götürür. Bu, bireylerin kapitalizmin insandan önce kârı gözettiğini anladıklarının işaretidir. Böyle bir yorum, bireyin tek olma duygusunun yerini alacak bir sınıf bilincinin gelişmesine güç verebilir; çünkü, tarihi dramatik bir şekilde, "onlara karşı biz" şeklinde yeniden yazar. Fakat komplo teorileri, işçi sınıfı zararına kâr sağlanmasına yol açmış da olsalar, sadece kutuplu bir yapı olarak kavranamayacak olan kapitalizmin içindeki karmaşık çatışmaları ve toplumsal ilişkileri anlamak için bir araç sunmaz.

Kültüre ahlakçı/komplocu yaklaşım, metaların toplumsal anlamlarını ve tüketici olarak yaptığımız seçimleri hiç gündemine almaz. Dufty bizi zayıf, ama yine de doğru seçimler yapmayı öğrenebilecek bireyler olarak görür. Bu doğru seçimler, sadece en saf sağlıklı-besin üreten kuruluşlardan alışveriş etmeyi (çok saf olmayan pek çoğu piyasaya kahverengi şekerli hamur işleri sürer) ve geleneksel Japon mutfağına dönmeyi gerektirir. Dufty bu tür pratiklerdeki kültürel anlamları sorgulamaz. Toplumumuzda sağlıklı besinler satan mağazalardan alışveriş etmek ve başka ülkelerin mutfaklarını benimsemek, sınıfsal olarak kesin bir şekilde tanımlanmış ve esas olarak orta sınıftan beyazlara (öğrenci ya da profesyonel) ait faaliyetlerdir. Aktardığı anekdotlarda örtük olarak bulunduğu halde Dufty'nin yüzleşmediği bir başka anlam alanı, şeker ile seks arasındaki güçlü kültürel bağlantı veya daha inceltilmiş şekli olan şeker ile aşk, duygu, besleme ve bakım arasındaki kültürel bağlantıdır. Dufty, "Fannie'nin Çiftçi Yemekleri Kitabı"nı mahkûm eder; çünkü bu kitap, Amerikalı genç kızlara erkeği kazanmak ve elde tutmak için nefis turta ve pastalar yapmayı öğütler. Ama ah-

lakçı yaklaşım daha öteye gidemez. Metalarla bağlantılı anlamların karmaşıklığını ve metaların insan söylemine girme biçimini dikkate almaz. 18 yaşındaki şekerli çocuğa son Hershey çikolatasını veren annesi, hastalıklı düzenle suç ortağıdır. Ama aynı zamanda anne sevgisini meta anlamları hakkındaki standart koda göre göstermektedir. Çocuğuna son tatlı olarak seçkin ve pahalı bir çikolata -mesela Godiva- vermeyi seçebilirdi; ama bu, beraber oldukları anın anlamını değiştirirdi. Aile iletişimini standart markalar üzerine kurmuştur. Godiva çikolatası, ana oğulun mensup olmadığı bir toplumsal sınıfa açıkça atıfta bulunduğu için, iletişimi bozacaktı. Oğluna Hershey çikolatası veren anne, standart çizginin tepesini seçmiştir; indirimli bir çeşit veya onun evde yapılmış bir çikolata cinsini seçmemiştir (her ikisinin de başka toplumsal anlamları olurdu). Onun seçimi, oğlunun gıda sanayii ile geçmiş ilişkisi ve ilaç sanayii ile başlayacak ilişkisiyle uyum içindedir (insülin de çikolata gibi standart bir marka ile pazarlanmaktadır).

Hepimiz kullandığımız ve hediye ettiğimiz metalarla anlamlar kurarız. Ancak anlam imkânları zaten metanın üretim ve değişiminin tarihinde kaydedilmiştir. Anlam kurmayı meta kültürü ile olan ilişkimizi kurtarıcı bir boyut olarak gören popüler kültür eleştirisi okulu bazen tamamen yeni anlamlar kurabileceğimizi ima edecek kadar ileri gider. Sanki annenin Hershey çikolatasını tarihten koparıp çikolatanın sadece kendisiyle oğlunun ona yükleyeceği anlamları ifade etmesini sağlaması mümkünmüş gibi. Elbette oğluna Hershey çikolatası vermeyi tercih etmeyebilirdi veya hiçbir şey de vermeyebilirdi. Böyle bir tercih, sabah alınacak yeni ürün, insülin için, eskisinden feragat ettiğini ifade edebileceği gibi alternatif bir ilişki imkânını, söylenmemiş söz ve duyguların ağırlığını metalara yüklemeyen bir ilişki imkânını ifade edebilirdi. Bu durumda anne oğlunun odasına eli boş ve konuşmaya hazır bir şekilde gidecekti. Metalar aracılığı ile iletişim sağlayabilen bir aile için aracısız bir ilişki olasılığı korkutucu olabilir. Hershey çikolatası anekdotu bizden en değer verdiğimiz ilişkilerimize metaların nasıl girdiğini ve kurduğumuz anlamları nasıl şartlandırdığını sorgulamamızı istemektedir. Şekeri zehir olarak tanımlayan ve her şeyden hastalıklı düzeni sorumlu tutan ahlakçı yaklaşım sadece seçim düzeyinde

anlam bulur: Şekere karşı kahverengi pirinç, güce karşı zayıflık. Metayla daha karmaşık ilişkileri ise yok sayar.

B. ŞEKER : SAF KÂR

Şekerin sağlıklı bir besin olmadığı yolundaki eleştirilerin aksine, şekerin kapitalizmin ekonomi politiği ile olan ilişkisini ortaya çıkarmayı amaçlayan bir yaklaşım da var. Bu yaklaşım, başka ahlakçı davranış biçimlerini açığa çıkarıyor ve komploculuk konusunda kendi eğilimini dile getiriyor. Bu çizgideki en kapsamlı çalışma, Sidney Mintz'in *Sweetness and Power* (Tatlılık ve İktidar) adlı yapıtı. Seçkin iktisat tarihçilerinin çalişmalarından yola çıkan Mintz, sermaye birikimi ve yeni toplumsal sınıfların oluşmasında şekerin hayati rolü olduğunu gösteriyor. Mintz'in çalışmasındaki en kışkırtıcı boyut, şekerin yaygın kullanımı yüzünden işçi sınıfının sağlığında görülen bozulmanın kapitalizmin çıkarına uyduğunu belirtmesi.

Bir noktada Mintz, Atlantik ticareti tarihçisi R.J.Davis'in şu gözlemini aktarır: "1750 yılına gelindiğinde en yoksul İngiliz çiftlik işçisinin karısı bile çayına şeker atıyordu" (Mintz, 1985: 45). Davis'in sözlerine çeşitli açılardan bakmak istiyorum; çünkü bu çok basit ve açık görünen cümlede pek çok şey söyleniyor. Öncelikle, metaların tarihiyle ilgili pek çok başka şey gibi 1750 yılındaki şeker tüketim miktarı kültürel olarak tespit edilmiş değil. Kitlesel metalar pazarının belki de ilk ortaya çıkış anı olan bir tarihi hiç anmıyoruz. Bu 1492 yılı gibi okulda hepimize öğretilen tarihlerden biri değildir; oysa dünya kapitalizminin oluşmasında Kolomb'un Amerika'ya ayak basması kadar önem taşır. Avrupalılar topraklarına el koyup sömürgeleştirdikleri Karayip havzasını tropik malların üretildiği bir fabrika haline getirerek, kendi ülkelerindeki sanayinin ileriki gelişmesi ve ücret sisteminin oluşması için gerekli sermaye birikimini sağlayacak kaynağı oluşturdular. Şeker tüketimi ilk kez geniş ölçekli bir kitlesel meta pazarı tanımladı ve bu pazarda kendileri de ücretli emek saflarında yer alan, hayatları ve üretim potansiyelleri uzaklardaki, onlar için görünmez olan köle emeğine

ayrılmaz biçimde bağlı olan tüketiciler ortaya çıktı. Kölelerin üretim potansiyelinin Avrupalı işçilerce yapılıp plantasyonlara gönderilen mallara bağlı olduğu ve hâlâ devam eden esaretlerinin (kölelik ve sözleşmeli işçilik) Avrupalı işçilerin şeker tüketimi sayesinde süregittiği dikkate alınırsa, hayatlarına ipotek konmuş olduğu görülür. Dünya kapitalizminin bu çemberinde en kötü durumdaki üretici/tüketicilerin hayatları ve geçim kaynakları kendileri bunun farkında olmasa da birbirlerine bağlıdır ve bu sektörler arasındaki ilişki (bu örnekte spekülatör, nakliyeci, imalatçı, toptancı, devlet memuru, perakendeci ve plantasyon sahiplerinden oluşan) kapitalist sınıfın çeşitli mensuplarına neredeyse sonsuz kâr sağlar.

Hiç çekinmeden söyleyebiliriz ki günümüzde uyuşturucu ticareti şekere rakip olabilecek gibi görünmekle birlikte, diğer hiçbir kaynak şeker ekonomisi kadar kâr yaratmamıştır. Aztek ve İnkaların altın zenginliği bile Avrupa'nın ekonomik değişiminde şeker ve birlikte tüketildiği çay ve kahve kadar etkili olamamıştır. İktisat tarihçileri arasında kapitalizmin şeker ticareti ile başlayıp başlamadığı konusunda tartışma vardır. Bazıları sömürgelerde sağlanan sermaye birikiminin Avrupa'da kapitalizmin bir endüstriyel tarz olarak ortaya çıkmasını mümkün kıldığını savunmaktadır. Tartışma köle emeğinin ekonomik konumu çevresinde dönmektedir. Immanuel Wallerstein gibi bağımlılık iktisadı kuramcıları, çevre ülkelerde geliştirilen emek denetim tarzı olarak köleciliğin kapitalizm ile uyumlu olduğunu savunur. Wallerstein, çevre ülkelerdeki yoğun emek sömürüsü ile merkez ülkelerde ücretli emeğin ortaya çıkışı arasında zorunlu bir bağlantı olduğunu vurgular; bu bağlantıyı Marx şu sözüyle doğrular: "Avrupa'daki ücretli işçilerin maskelenmiş köleliğine temel oluşturması için Yeni Dünya'daki apaçık, gerçek anlamdaki köleliğe ihtiyaç vardır."

C.L.R.James farklı bir akıl yürütmeyle, Karayipler'deki köleliğin özelliği olan yüksek düzeyli örgütlenmenin ve şeker üretiminin mevsimlere ve zamanlamaya çok bağlı oluşunun kapitalist üretim tarzının ilk belirtileri olduğuna işaret eder (James, 1963: 392). James ve Wallerstein, dünya pazarları için yapılan büyük çaplı ve tek ürüne dayalı üretimin, dünya kapitalizminde Üçüncü

Dünya'nın yerini tanımlayan bir özellik olduğunda hemfikirdir. Bunun tersine, Trinidad'lı tarihçi Eric Williams, kapitalizmin sadece ücretli emekle, "özgür" emeğin artı değer yaratılmasına olanak vermesiyle birlikte ortaya çıktığını savunan geleneksel görüşü benimser. Williams'a göre kölelik ve sömürgecilik, Avrupa'da kapitalizmin gelişmesini sağlayan zenginliği yaratmıştır (Williams, 1964).

Köleliğin kapitalist bir emek tarzı olup olmadığı tartışmasında dikkatimi çeken nokta, iktisat tarihçilerinin üretime çok önem verirken tüketime hiç dikkat etmemeleridir. Oysa şeker, köleler ve "özgür" emekçiler arasında bir ekonomik ilişki oluşturması ve her ikisini de tüketici durumuna sokmasıyla, meta kapitalizminin örneğidir. Aztek altınının Avrupa kapitalizmi için daha az önem taşıması, onun lüks bir kalem olmasıyla yakından ilgilidir. Altın, az sayıda insanın elinde toplanabiliyordu. Hiçbir zaman kitle tüketim pazarına girmedi veya öyle bir pazar yaratmadı. Bunun aksine şeker, çok kârlı olmanın yanı sıra özellikle birkaç kişinin tekelinden kurtulup kitlesel pazar malı haline gelmesi nedeniyle Avrupa ekonomisinin yapısı üzerinde de büyük bir etki yarattı. Birkaç zenginin vereceği çok yüksek fiyat, kitlelerin vereceği düşük fiyatın sağladığı toplam sermaye gelirini sağlamaz. Üstelik, bir meta ne kadar yaygın dağıtılırsa o kadar kâr alanı sağlar. Bunlar, şekerin Avrupa'nın ilk kapitalist sınıflarına öğrettiği derslerdir ve şekerin tüketim tarihi bu dersleri doğrulamıştır. 18.yy'da şeker talebi önce iki katına, sonra dört katına çıkmıştır (Deerr, 1950: 532). Sidney Mintz'in ifadesine göre 19. yüzyıla gelindiğinde şeker "proleter işçi sınıfının kitlesel nitelikli ilk egzotik ihtiyaç maddesi haline gelmiştir" (Mintz, 1985: 46).

"Egzotik ihtiyaç" sözü baştan tuhaf görünebilir. Bize hemen kivi gibi egzotik metaları ve onların kitlesel beslenme için gerekli hale gelme yolunda olduklarını düşündürebilir. Üçüncü bölümde işaret ettiğim gibi durum gerçekten de budur. Dünya mallarının hepsi standartlaşma potansiyeli taşımakla birlikte, şeker bir adım öteye gitmiş ve ihtiyaç haline gelmiştir. Mintz'in sözünde bir karşıtlık gibi görünen şey, şekerin aslında imtiyazlı sınıfların tekelindeki "egzotik" veya lüks bir maddeyken tarihi bir dönüşüm geçire-

rek işçi sınıfı için ana kalori kaynağı olarak gündelik "ihtiyaç" maddesi haline gelmesine dikkat çeker. Sermaye birikimindeki önemli bir sıçrama ihtiyacı şeker üretimiyle karşılanırken, Avrupa'nın işgücünün artan enerji ihtiyacı da işçi sınıfının beslenme rejimine şekerin girmesi ve tüketimin gittikçe büyümesiyle karşılandı diyebiliriz. Mintz İngiltere'de şeker tüketiminin artışını ayrıntılandırırken, aynı zamanda pek çok insanın beslenme rejimlerinin besin değerinin düştüğünü de gösterir. 18.yy boyunca şeker ve tütün, kahve, çay gibi besin değeri olmayan birkaç yeni madde, İngiliz beslenme rejimine yapılan tek katkıdırlar (Mintz; 1985: 149). Kapitalizmin, ücretle çalışan işgücünü sömürdüğüne bir örnek, tahıl ve diğer gıda üretiminin artırılamaması, bununla birlikte gıda yerine kısa süreli enerji veren hazır bir kaynak olarak şekerin ikame edilmesidir. Beyaz ekmek ve reçel, çay ve şeker: 19.yy ortalarında pek çok kadın ve çocuğun besin rejimi bundan ibarettir. Eğer "egzotik ihtiyaç maddeleri" olmasaydı, besin rejimleri ekmek ve sudan ibaret kalacaktı.

18.yy sonunda ve 19.yy başında yazan ve çoğu rahip olan toplumsal yorumcular, yoksulların ve işçi sınıfının beslenme alışkanlılarını beğenmiyorlardı. Yargıları bugün William Dufty'nin şeker bağımlılarına sert çıkışlarından pek farklı değildir. 18. yüzyılda yoksullar çok uyuşuk, miskin, doğru dürüst yemek hazırlayamayacak kadar tembel ve tatlıya zaafı olan insanlar gibi görülüyordu. Yazılar ahlakçı nitelemelerle doluydu. Şeker ve çay "uyuşturucu" diye isimlendiriliyor ve bunları kullananların en "aşağılık" işçiler ve "en aşağı insanlar" olduğu belirtiliyordu (Mintz, 1985: 114). Mintz, meslektaşlarının kınayıcı sözlerindeki yalanı açığa çıkaracak biçimde, ekonomik gerçekliği anlayan tek bir yetkili sesten, David Davies adlı rahipten alıntı yapar:

> Çayın lüks olduğunu söylüyorsunuz. En kaliteli çayı rafine şekerle ve krema ile içenleri kastediyorsanız, haklısınız. Ama yoksulların çayı bu değildir. Kaynak suyu, en ucuz çay yapraklarından birkaç tane konarak renklendirilmiş ve en kahverengi şekerle tatlandırılmıştır; ayıpladığınız lüks budur. Bu çaya ihtiyaçları da vardır, ... çay içmeleri yoksulların sefaletinin sebebi değil, sonucudur.
>
> (Mintz, 1985: 115)

David Davies zeki birine benziyor. Çünkü sözlerine, Avrupa'nın sıradan insanlarının parasının kendi topraklarında yetişen ürünlere yetmediğini ve bu yüzden "dünyanın öbür ucundan ithal edilen" ve besin değeri olmayan (çay ve şeker) maddelere muhtaç olduklarını belirterek devam ederken, sömürgecilik ekonomisinin ana çelişkilerinden birini de açıklamış olur (Mintz, 1985: 116). Bu çelişki bugün de vardır; araştırmalar, işçi sınıfının ve yoksulların orta sınıflardan daha çok şeker tükettiğini gösterir.

18.yy ilahiyatçılarının beslenme alışkanlıkları nedeniyle yoksulları ayıplamasına benzer şekilde, günümüz düşünürleri de yeni yetmelerin, kadın, çocuk ve genellikle tüm toplumun kültürel tercihlerini ayıplarlar (bazı feminist eleştiriler dışında erkeklerin nadiren bir grup olarak ele alınıp bu şekilde kınandığına dikkat çekmek isterim). Bu gruplardaki insanlar zevksiz, kolayca yönlendirilen, ucuz fiyatla kolayca başı döndürülebilecek kişiler olarak görülür. Kapitalist toplumda kültür kişisel olarak yaşandığından, ahlakçılık eleştiriye dönüşebilir. Birinci bölümde, geçmişin görüntülerini nostalji öcüsünü uyandırmadan canlandırmanın güç olduğundan bahsetmiştim. Bunun gibi ahlaki bir tepki uyandırmadan tüketim alışkanlığına ilişkin gözlemler yapmak da olanaksızdır. Sabah 9.00 dersine girdiğimde öğrencilerin yarısının günlük kalori ihtiyaçlarını karşılamaya bir kutu klasik Coca-Cola ile başladıklarını görünce mide kasılmalarına uğruyorum; bu onların tek kahvaltısıdır. Şekere bağımlılıkları yüzünden yoksulları mahkûm eden 18.yy rahipleri gibi ben de öğrencileri pislikle beslenen çöpçüler diye ayıplayabilirdim. Bu ahlakçı üstünlük taslama hali, benim kuşağımın bugünkünden daha az gelişmiş bir tüketici pazarınca oluşturulmuş alışkanlıklarının bir ifadesi olmaktan öteye anlam taşımazdı. Ortaya konması gereken nokta şudur: Ne tüketim ekonomisi ne de bağımlılık yaratan metaların tarihi açısından, onların Coca-Colası ile benim kahvem arasında dikkate değer bir fark yoktur. Coca-Cola'daki özgün acı-tatlı tropik maddelerin bileşkesi (cola yemişi uyarıcı; kokain bağımlılık yaratan ve şeker alışkanlık yapan, tatmin hissi veren ve uyarıcı madde), 18. yy'da kahve ve çaya şeker atılmasını sağlayan kâr ve pazar ekonomisinin işe yaradığı kanıtlanmış formülünü yeniden yaratır. Coca-Cola atalarından daha mo-

derndir: Tamamen işlemden geçmiş ve ambalajlanmış bir metadır; içindekiler dünyanın eskiden sömürge olan dört bir köşesinden gelir ve şirketlerce mevcut standart sözleşmelerine göre bir araya getirilir. Bazıları Coca-Cola'da kokain kullanmaktan vazgeçilmesinin tüketicinin talepleri doğrultusunda bir seçim olduğunu savunabilir, fakat bu büyük ihtimalle kafeinle şekerin birlikte oluşturdukları alışkanlık yapıcı bileşimden daha kuvvetli bir araca ihtiyacı olmayan, artık yerleşmiş bir tüketici pazarının ekonomisi ile daha çok ilgilidir. Aynı şekilde, Coca-Cola'da şimdilerde tatlandırıcı olarak rafine şeker (sükroz) yerine mısır şurubu kullanılması gıda standardını pek yükseltmez. İçindeki ana maddeler eksiltildikçe Cola, giderek kendisinin postmodern bir taklidi haline gelmektedir. Kafeinsiz ve mısır şurubu ile tatlandırılmış halde iken bile, makineye günde sekiz saat bilgi yükleyen bir işçinin enerji ve uyarılma ihtiyacını karşılamaya yeterlidir. Kapitalizm bir zamanlar işgücünü sadece kalorisi yüksek yoksul bir beslenmeye mahkûm etmişti; şimdi aynı şeyi kaloriyi düşürerek yapmaktadır.

Mintz kapitalizmin güçlerini "hastalıklı düzen" olarak kabul edecek kadar ileri gitmese de şekerin işçi sınıfının sağlığına zararlı etkisini öyle bir anlatır ki komplo teorileri, tahlilinin satırları arasında pusudadır. Mintz bunu kesinlikle inkâr eder: "İngiliz işçi sınıfının gıdasını kötüleştirmek, onları bağımlı kılmak veya dişlerini mahvetmek gibi bir-komplo yoktu" (Mintz, 1985: 186). Gerçekten de şekerin kapitalizme sağladığı kâr ve ücret sistemini açıklamak için şeker simsarlarında, devlet memurlarında ve toprak sahiplerinde kasıtlı davranış aramamız gereksizdir. Şeker üretiminin tarihini ve kitle pazarı oluşmasındaki rolünü anlamak, meta kapitalizmini suçlamak için yeterlidir. Sadece burada komplo yanlış sözcük. Kapitalistler Mintz'in saydığı amaçlara ulaşmak için bireysel olarak gizli veya açık komplolar kurmadılar. Yine de kapitalizmin güçleri işçi sınıfını ucuz uyarıcılara bağımlı hale getirmiş, işçi sınıfının beslenme biçiminde enerji ayarlaması yaparak genel sağlığı ve ömür uzunluğunu erozyona uğratmış ve çok kârlı bir üretim/tüketim sistemi ortaya çıkarmıştır. Şekerin kapitalizm için ne demek olduğunu komplodan çok sonuçlarına dikkat ederek kavrayabiliriz. Günlük ihtiyaçları karşılarken işçi sınıfının kontrol edile-

bilmesini sağlayacak biçimde bir kitlesel meta pazarı oluşması, şeker ekonomisinin en az farkedilen ve en önemli sonucudur.

Bazen edebiyat, tüketim toplumunun karmaşıklıkları konusunda ekonomik veya teorik tahlillerden daha iyi bir kavrayış sağlar. Bunun sebebi belki de okur olarak edebi karakterlerin çok yönlü ilişkilerini ve hareketlerini belli sınıfların temsilcileri olarak kurulan bireylerde olduğundan daha iyi tespit etmemiz ve kabullenmemizdir. Şekerin kapitalizmle bağlantısını ve siyah Amerikalılara verdiği zararları hiç kimse Toni Morrison kadar çarpıcı anlatamamıştır.

Morrison, *Süleyman'ın Şarkısı* adlı romanında, rüşvet olarak meta almanın en çok sömürülen insanları, kendi sömürülüşlerinin işbirlikçisi durumuna düşürdüğünü anlatmak için şekeri kullanmıştır. Romanda Gitar babasının korkunç ölümünü hatırlar; babası çalıştığı bıçkıhanede enlemesine ikiye biçilmiştir. Bu ölümü Gitar için sarsıcı kılan, kısmen babasının ölüm şekli (Morrison, bu yolla siyah işçilere gösterilen şiddeti özetler), kısmen de "tersine kutulanmış" gömülme şeklidir: Babasının iki yarısı tabuta "kesik yanı aşağı, derili yanı yukarı olmak üzere konmuştu" (Morrison, 1977: 224). Bu yolla da Morrison işverenlerin ve onların kurumlarının siyahlara gösterdiği kaba aşağılamayı özetler. Ancak Gitar en büyük dehşeti annesinin işbirlikçiliğini gördüğünde yaşar. Bıçkıhane sahibi, dul kadına 40 dolar gibi düşük bir tazminat önererek "yatıştırmaya" kalkınca (Morrison, 1977: 25) kadın parayı alır ve cenaze günü o parayla her çocuğuna bir çubuklu nane şekeri alır. Çocuğun gözünde annesinin beyazların çıkarcılığı karşısındaki yılgın minnettarlığını ve metayı çocuklarının acısını yatıştırmak için kullanma isteğini simgeleyen şeker, tiksindiricidir ve Gitar şekeri yiyemez. Aksine,

> ...yapışıncaya kadar elinde tuttu. Gün boyunca tuttu. Mezarın yanında, cenaze yemeğinde, uykusuz gece boyunca. Diğerleri bunu cimrilik zannederek alay ettiler; ama çocuk onu ne yiyebildi ne atabildi, sonuçta tuvalette pis kokulu deliğe düşmesine izin verdi.
>
> (Morrison, 1977:227).

Morrison dulun ikilemini çok iyi anlar. Parayı almasa mıydı?

Yoğun emek sömürüsüne dayanan bir sistemde bıçkıhanede çalışanlar için hayat sigortasının ancak şaka olabileceği bilinirken, 40 dolar en azından bir şeydir. Çocuklarının kaybını meta kapitalizminin izin verdiği tek yolla hafifletmeye çalışmamalı mıydı? Gitar'ın annesini onaylamaması, okuyucunun kadının işbirlikçiliğinin aynı zamanda hayatta kalması demek olduğunu anlamasını sağlar. *Süleyman'ın Şarkısı*'nda rüşvet olarak gösterilen şeker, aynı zamanda Gitar'ın içine düştüğü durum gibi teselli kabul etmez durumlar için evrensel bir ikame olarak gösterilmektedir. İşbirlikçilik, tatmin isteği ve aracısız iletişim gibi temalar bize Dufty'nin genç şeker hastası ve annesi hikâyesini hatırlatır. Gitar'ın metayı yatıştırıcı ve rüşvet olarak kabul etmemesi, okuyucuyu, ne tahakkümün ne de metanın etkili olmadığı toplumsal ilişkilere yönelik isteği karşılanmadan bırakır. Morrison, Dufty'nin hikâyesindeki bütün anlamları ahlaki kaygılara teslim olmadan sorunsallaştırmayı başarmıştır.

Toni Morrison'ın dulun işbirlikçiliğini anlaması ve eleştirmesi, R.J.Davis'in yorumunu değerlendirmek için yeni bir bakış açısı sunar. Davis sadece 18.yy ortalarında şekerin en alttaki toplumsal sınıfların beslenmesinde önem kazandığını değil, "en yoksul tarım işçisinin karısının" bile devamlı bir şekerli çay tüketicisi haline geldiğinin kesinleştiğini de söyler. Ailelerde erkeklerin karıları ile çocuklarından daha iyi beslendikleri saptamasının pek çok kanıtı vardır. Bu durum, işgücünün oluşması ve gelişmesi sırasında İngiltere'de geçerliydi; bugün de bütün Üçüncü Dünya'da, hatta büyük olasılıkla Birinci Dünya'da da geçerlidir. Mintz, pek çok tarihsel belgeden alıntı yaparak, 19.yy'ın büyük kısmında İngiliz işçi sınıfının çocuklarının üç öğününün ikisinde reçel ekmek yediklerini ortaya çıkarmıştır (Mintz, 1985:27). Gerçekten "kadınlar ve çocuklar, geleneksel olarak 'ekmek parası kazanan' erkeğin doğru dürüst beslenmesi gerektiği yolundaki baskı nedeniyle sistemli olarak yetersiz beslenmeye mahkûm edilmiştir" (Mintz, 1985: 130).

Kadınları erkeklerin beslenme gereksinmeleri yanında ikincil duruma düşüren, bir yandan da onları tatlılıkla tanımlar, bütün küçük kızları kendilerinin "şekerden ve güzel olan her şeyden" yapıldığına inandırır. Her gün iki kere çay ve reçelle beslenen küçük kız tabii ki şekerden yapılmış olacaktır. Bu tekerleme örtülü şekil-

de, kadınların sanayi işgücüne girmesinin ekonomisini ve bunun toplumsal sonuçlarını belirtmektedir. 19.yy'da ücret karşılığı dışarda çalışmaya başlayan kadınlar günde 2-3 saatlerini aileye besleyici yemekler hazırlamak için ayıramaz hale gelmişti. Hem çalışıp hem çocuk yetiştiren bugünün kadınlarının durumu da pek farklı değil. 19.yy'da kadınların çalışması eve giren parayı çoğaltmışsa da bu artış ailelerin yüksek enerji veren, ama pahalı ve besin değeri düşük yiyecekleri tüketmelerine neden olmuştur. 19.yy'da bu yiyecekler ekmek, reçel, çay ve şekerdi. Bugün alınanlar ise dondurulmuş gevrekler, hazır turtalar, kurabiyeler ve çeşitli pastalardır. Besin değeri düşük, çabuk enerji veren yiyecekleri sıralamaya devam edersek, liste sonsuza kadar uzar. Bunlar çalışan kadına zaman sağlıyor gibi görünebilir, ancak sık sık yapılan çarşı turlarını hesaba katarsak, bunu bile sağlamadığını görürüz. Zaman alışveriş, araba kullanma, abur cubur yiyecekler ve limon kokulu bulaşık deterjanları ile verilen o aptal kuponların kesilip sınıflandırılması ile geçmektedir.

Ekonomik olarak önemsiz addedilen birimlerin ilk kez tüketici katına yükseldiği an son derece önemlidir. "En yoksul tarım işçisinin karısı"nın adı bilinmese de tüketici saflarına girmesi dünya-tarihsel bir olaydır. Tarihte kadınlar ve çocuklar artı emeğe dayalı kâr yaratımında hep ikincil olmuşlardır. Bu durum 19.yy'da ve 20.yy başlarında değişmeye başladı; çünkü sanayideki işler daha küçük birimlere bölüştürülüyordu. Kapitalist iktisat hakkındaki anahtar kitaplardan biri olan *Labor and Monopoly Capital*'de (Emek ve Tekelci Sermaye) Harry Braverman, işbölümünün, vasıfsızlaştırma süreciyle birleşerek önceleri sadece daha vasıflı ve daha çok ücret alan erkek işçilere ait olduğu düşünülen işlere son verirken kadın ve çocuklara iş sahaları açtığını ayrıntılarıyla anlatır. Bugün de aynı ekonomik sürecin devam ettiğini gözlüyoruz; tek fark, Braverman'ın örneğindeki toplu iğne imalatında kullanılmak yerine, kadınlar ve 15 yaşlarındaki çocukların bankaları ve fast-food satan yerleri doldurmakta olmaları. 18.yy'da "en yoksul tarım işçisinin karısı" üretici sayılmazdı. İş çok olduğunda kocasına tarlada yardım etse de birincil ekonomik işlevi yeniden üretim, yani kocasının üretici olmasını sağlamak, gelecekte onun yerini alacak çocuklara bakıp büyütmekti. Köle olarak kullanılan çocuk ve kadınlara kıyas-

la bu kadınlar kâr hesaplarında birazcık daha önemli bir yer tutarlar. Köle ticareti taze erkek gücünü sağladığından, köle kadın ve özellikle çocuklar ekonomik anlamda gözden çıkarılabilir görülüyorlardı. Hatta kız çocuk köleler ancak öldüklerinde ekonomik bir değer kazanıyorlardı. Boyrereau Brinch'in köleliğe ilişkin anlatısı böyle bir olayla başlar (Prentiss, 1810). Brinch 18.yy sonunda işgücünü ve ondan arta kalan hayatını şekere adaması için Jamaika'ya getirilmiştir. Brinch'in anlattığına göre yeni gelen kölelere üstüpü toplatılır; böylece şeker kamışı tarlalarına gitmeden önce hem zaman doldurmaları hem de organize çalışmayı öğrenmeleri sağlanırdı. Aniden, görünür sebebi olmadan, ustabaşı genç bir köle kızı çağırır, herkesin önünde azarlar ve acımasızca kırbaçlamaya başlar. Sonuçta karnı yarılıp barsakları dökülen kız pislik içinde acılarla ölür. Köle hikâyelerinin açığa çıkardığı gibi dövme ve öldürmeler kitle önünde özel eğitsel nedenlerle yapılmaktaydı. Kölelik döneminde yapılan bütün canavarlıklar gibi bu da yönetici sınıfın yaşam ve ölüm üzerindeki hâkimiyetini göstermektedir. Ancak asıl ders, kadınların harcanabilir olduğudur. Yeterince güçlü bir tarım işçisi olamayacak kadar genç, doğuracak yaşa da gelmemiş olan kızcağızın tek ekonomik değeri ancak ölümüyle diğerlerine sağladığı derstir. Ölü olarak daha değerlidir. Karşılaştırıldığında "en yoksul tarım işçisinin karısı", canlı iken daha çok ekonomik değere sahiptir. Kapitalizmin merkez ülkelerdeki ekonomik olarak marjinal insanlara göreli insancıl yaklaşımı, onları tüketici olarak sisteme dahil etmesi yüzündendir.

Tarım işçilerinin karı ve çocukları düzenli şeker tüketicisi haline geldiği anda kitlesel meta pazarının kurulması da kesinleşir. Kapitalizmin ücret ve kâr merdiveninin en alt basamağında olan insanların ekonomik önemi, tüketici olmalarından gelir. Ucuz ve dayanıksız mallara açlık, ikamelerle karşılanabilecek istekler: Bunlar tüketicinin dirisini ölüsünden daha değerli yapar.

C. KRAK: UYUŞTURUCU KÜLTÜRÜNDE YAŞAMAK

Uyuşturucu almasak da, kullanmasak da gündelik hayatta hep uyuşturucu kültürü içinde yaşarız. Gazeteler uyuşturucuyla ilgili

olarak bize günde bir ön sayfa dozunda haber verir. Kilise vaazları, devlet okullarındaki derslerle rekabet eder şekilde uyuşturucu korkusu ve uyuşturucusuz yaşamanın faziletleri konusunda yayın yapar. Ülkenin her tarafında devlet okullarındaki, hatta kreşlerdeki çocuklara verilen ilk uyuşturucu karşıtı ders; bir uyuşturucu karşıtı afiş çizmektir. Çocukların çoğu uyuşturucu kullanan insanları sürünürken ya da beyni pişmiş şekilde genellikle elinde dumanı tüten bir tüfekle çizerler. Bunun üzerine de köşegen çizgi ile kesilmiş daire şeklinde bir işaret koyarlar. Hayalet Avcıları filminden beri bu işaret herkesçe "sakın" anlamında kullanılmaktadır. Böylece orta sınıfın çocukları uyuşturucu kullananları "öteki" diye nitelemeyi öğrenmiş olur. Oysa uyuşturucu tüketiminin yüksek olduğu bölgelerdeki okullarda verilen uyuşturucu karşıtı dersler çok farklıdır. Derslerin çoğu polis memurları tarafından verilir ve afiş çalışmalarındakinden farklı olarak çocukla uyuşturucu kullanma arasında bir mesafe olduğu varsayılmaz. Daha çok çocuklara "yaşıtlarınız uyuşturucu satmaya kalkarlarsa sakın almayın" diye öğüt verilir. Orta sınıflar için verilen uyuşturucu karşıtı eğitim, çocuğun yaşıt arkadaş çevresinde uyuşturucu bağımlılığı olacağını varsaymaz. Bu eğitim, onlarla (yani uyuşturucu kullanan insanlarla) bizim (mesut, sağlıklı, normal insanların) karşıtlığımız üzerine kurulmuştur. Çocukların afişleri suratsız, beyni pişmiş ya da ölmüş bağımlıların olumlu alternatifi olarak sık sık gülümseyen, yaşına göre genç kalmış insanları çekirdek gruplar içinde gösterir. Aynı çocukların kendilerini uyuşturucu kullanan "diğerlerinden" kurtarmayı öğrenmişken bir gün okuldan eve gelip "neredeyse AIDS kapıyordum" demesi de mümkündür. Anaokulu çağında bir çocuk bana bunu söyledi. Bu söz, orta sınıfın kendisi ve çocukları için kurduğu güvenceli ortamın kavramsal olarak nasıl mesafelendiğini gösterir. Gerçekten de yapılan çalışmalar, AIDS'in bağışıklık sistemi güçsüz ve bünyesi virütik saldırılara açık olan yoksulların hastalığı haline gelmekte olduğunu gösteriyor. Orta sınıf AIDS'le başa çıkmanın, kendisini ve çocuklarını uyuşturucudan uzak tutmanın yollarını bulabilir. Ancak uyuşturucunun varoşları sarması çocuk ve kadınları tuzağa düşürerek yılda 30.000 dolara mal olan bir alışkanlık kazandırması korkusu sürmektedir. Oysa orta sınıf diğer tüketim biçim-

leri söz konusu olduğunda kendisine çok az kısıtlama koymuştur.

Uyuşturucu korkusu ve kullananların "öteki" diye tanımlanması, orta sınıfın kendisini toplumun diğer kesimlerinden ne kadar ayrı hissettiğini gösterir. Sanki bu sınıf bir bütün olarak kendisine ideolojik bir koruyucu baloncuk oluşturmuştur. Tabii ki bu tamamen ikiyüzlülüktür; çünkü orta sınıf mensuplarından pek çoğu tuvaletlerde gizli gizli uyuşturucu kullanan türdendirler. Ancak kavramsal düzeydeki bu ayrım gündelik söylemsel pratikte yürürlüktedir. Dışarıda evsizler, hastalıklılar, işsizler ve elbette uyuşturucu kullananlar vardır. Baloncuğun içindeki insanlar ise bütünlüklerinin bozulmadığı ve özerk oldukları yanılsamasıyla yaşarlar. Herbiri koruyucu ambalajı içindeki plastik kaplı bir metayı yansılar. Kendini risklere ve tehlikeye maruz toplumsal bir "öteki"nden ayrı kabul etmekle orta sınıf, samimiyetsizce hayali özerkliğine inanır. Toplumsal karmaşanın ve çevresel felaketlerin ancak baloncuğun dışından gelebileceği kabul edilir.

Orta sınıf, baloncuğun içinde mekânı temel alan yeni bir kodla yaşar; mekânın yönetimi/denetimi ve mekânın politikası. Benlik, servet ve özel mülkiyet üzerine kurulmuş eski sınıf ideolojisinin yerine gelen mekân kodu, evden çok işyerinde vakit geçiren ve müstakil evden çok apartmanlarda yaşamaya yatkın bir profesyonel sınıfa uymaktadır. Mekân kodu çocukların oyunlarında da fark edilir. "Burası benim yerim, çık buradan"; "Bedenim benim bölgemdir, ona dokunma". Bu dil şimdi profesyonel orta sınıf üyelerinin çocuklarının kullandığı dildir. Bu durum toplumsal ilişkilere ilişkin korkuyu ele verirken, denetimin sınırlar çizerek gerçekleştirildiğini de gösterir. Her çeşit mahrem ilişkinin tecavüz veya suiistimal olarak değerlendirilmesi tehlikesi vardır. Bu çocukların kendi odaları, kendi yatakları vardır; ayrı ayrı ve özel yerlerinde yıkanıp giyinirler. Dışarıdaki insanlar ise açık hava pazarlarındaki meyveler gibi karmakarışıktır.

Beşinci bölümde, bebek evinde toplumsal ilişkilerin mekânsal yapılaşmalara dönüşmesinin erken bir şeklini gördüğümden söz etmiştim. Burada ima ettiğim şey, daha derine iniyor ve nihai hedefi "öteki" diye adlandırılanları uzaklaştırarak, toplumdışı insansız bir bölgeye mahkûm ederek, toplumsal olarak emniyetli kuşakta yaşa-

yanları kontrol altında tutmak olan bir sınıf ideolojisinin kavramsal olarak güçlendirilmesi ile ilgili. Mekân kodu, müthiş toplumsal denetim yöntemleri sunar. Profesyonel orta sınıf anababaları çocuk yetiştirirken doğrudan fiziksel temasa dayanan uygulamalara genellikle karşıdırlar. Dövmenin modası geçmiştir. Bunun yerine dolaylı denetim yöntemleri geliştirir ve öğretirler. Böyle bir baba, birbirlerinin "kişisel mekân"ının ayırdında olabilmeleri için iki çocuklarının etkileşime girmesine izin verdiklerini söylemişti. Ama çocuklar "birbirinin sınırını zorladığı zaman" hemen kendileri müdahale ederek ayrı ayrı oynamalarını ve davranmalarını teşvik ediyorlarmış. Başka bir anne, eşinin köpeği denetleyebilmek için yerleştirdiği "görünmez çit"i anlatmıştı. Çit, köpeğin tasmasına bağlı, yere gömülmüş bir telden ibaretmiş. Köpek görünmez duvarı geçmek isterse kuvvetli bir şokla sarsılıyormuş. Bu şekilde, sahibinin konuşmayı, dokunmayı veya jestleri içeren bir denetim yöntemi geliştirmesine gerek kalmadan hayvan kendi bölgesini öğrenmiş olmaktadır. Böylece kimse mekânsal baloncuğu fark etmeden aile ve çevredekiler hayvanın kendi bölgesini aşmadığını görürler.

Eğer mekânsal baloncuk toplumsal bir ikiyüzlülükse, uyuşturucu karşıtı kampanyanın bizi iyi ve kötü mallar arasında ayırım yapmaya zorlaması da öyledir. William Dufty'nin "bütün şekerlerinizi atın" derken yaptığı da aynı ayrımın sonucudur. Uyuşturucular, satışa sunulan malların büyük bir kısmı ile karşılaştırıldığında, böyle bir ayrım savunulamaz.

ABD'de herhangi bir süpermarketten alış veriş ederseniz sebzelerin konduğu kahverengi kesekâğıdının üzerinde çepeçevre, uyuşturucu karşıtı bir slogan görürsünüz: "Hayır Deyin!" Bu mesaj, Amerika'nın dört bucağındaki mağaza zincirlerinin alışveriş torbalarının üzerine basılmıştır. Okul çocuklarının afiş çalışması gibi bu uyarı da büyük ölçüde uyuşturucu kullanmayan kesime yöneliktir. Bu durum, kendilerini hayır diyecek güçte görenler ile zayıf olduğu ve kolayca evet dediği kabul edilen hayali "öteki"ler arasında bir fark olduğu duygusu uyandırır. Uyuşturucuların toplumsal tehdidine karşı "büyük beyaz umut", "Hayır" demektir. Evine "Hayır Deyin!" çantaları ile sebze taşıyan insanların pek çoğuna hayatları boyunca uyuşturucu teklif edilmeyecektir. Sokaklarda satılan, rek-

lamı yapılmayan, marka garantisi altında olmayan, güvenilmez malların tehlikesine karşı, mallarla dolu süpermarket, emniyetin ve normalliğin simgesidir.

Meta kültürü her şeye evet dememizi öğütler. Bir metayı sorgulamak istersek ana ilkeleri, "yeniyse iyidir; daha pahalıysa daha iyidir; satılıyorsa güvenilirdir" olan bir kültürün mantığı karşımıza çıkar. Tüketmemek vatandaşlık görevini ihmal etmektir. Eğer hayır demek bir sınıfı diğerlerinden ayırmak için kullanılmasaydı, "Hayır deyin!" diye öğüt veren sebze çantaları, evet deme üzerine kurulmuş bir toplumda, çelişkiyi ifade edebilirdi. Evet diyenler toplumsal sınırın öteki tarafına düşerler ve kanunsuz, antisosyal, düşük bir hayat sürdürdükleri kabul edilir. Hayır diyenler, toplumsal kabul görenleri temsil ederler. Sebze torbalarının herbiri uzun vadede zararlı olan hormonlu meyve ve sebzeler, steroitli etler, diyet kola gibi sentetik maddeler ve çerez, patates cipsi gibi boş gıdalarla dolu olduğu, ayrıca hepsinde de aşırı dozda kimyasal koruyucu bulunduğu gerçeği hiç sorgulanmaz. Bunların hepsine evet deriz. Uyuşturucu karşıtı öğütler, kabul gören metalarla ilgili soru sorulmasını engeller. Ne tüketiyoruz veya hatta niye tüketiyoruz diye sormamıza gerek yoktur. Bunu bizim yerimize süpermarket yapar.

Uyuşturucu kültürünü "Hayır Deyin!" yazılı alışveriş torbaları gibi açık ve pek üzerinde durulmamış bir şekilde yaşadığımız bir yol daha vardır. Uyuşturucu kültürünün tartışılmaz, müthiş erkeksiliğinden bahsediyorum. *Miami Vice* dizisinin hiçbir bölümünde uyuşturucu ticaretinde önemli yeri olan bir kadın gördük mü? Kapılarını kadın yöneticilere açan 20.yy sonu şirket kapitalizmi ile karşılaştırırsak, uyuşturucu ticareti eski tarz "feodal bey" devleti gibi görünür. *Miami Vice* bazen ana erkek karakterlerden birinin kız kardeşini gösterir; pek çok sevgili, hatta Crockett'in karısı bile vardır. Fakat uyuşturucu kültürünün ikonografisi içinde bir "ejderha kadın" yoktur; ne bir kadın girişimci ne de (Los Angeles'ta uyuşturucu işiyle uğraşan kadınlara ilişkin raporlar bulunduğu halde) satış ağında bir kadın. Medya da uyuşturucu ağında yüksek seviyede bir kadın göstermez. Bir uyuşturucu patroniçesi hayal edebiliyor musunuz? *Miami Vice*'daki kadınlar çoğunlukla gizli

ajan görevi yapan ve polislere "aracılık" eden "fahişe"lerdir. Bu kadınlar erkek koruyucuları tarafından öyle sıkı denetlenirler ki, aynı zamanda kadın simsarları için de çalışıyor olabilirler. Bazen bir kadın polis biraz inisiyatif sahibi ve bağımsız olarak tanıtılsa bile, olayın en heyecanlı anında, erkeklerin yaşayabilmesi ve biraz daha dövüşebilmesi için vurularak hayatını kaybeder.

Beşinci bölümde televizyonun ev mekânını ve ilişkileri tanımlama şeklinin erkek egemenliğinin yeniden canlanmasına fırsat verdiğini belirtmiştim. Çevremizdeki sıradan erkek egemenliği biçimleri, medyanın uyuşturucu ekonomisinin şekillendirdiği dünyadaki toplumsal ilişkiler konusunda çizdiği resmin içerdiği o vahşi ve övünülen cinsiyetçilik yanında çocuk oyuncağı kalır. Yasadışı olması, uyuşturucu ticaretine erkek egemenliğinin en ilkel biçimlerini tekrar canlandırma şansını verirken, bunları başka bir dünyada söz konusu bile olamayacak korkunç şekillerde sergiler. Erkek hayalgücünün en güçlü ticari kaleleri olan esrar ve casusluk romanları veya cinayet piyesleri bile kadınları tümüyle ve sadece cinsel nesne halinde sunamazlar. Çok tutulan *Colors* (Renkler) filminde, öldürülen bir çete üyesinin mahzun annesi ve yaşlı bir polisin iyi karısı vardır. Filmdeki diğer kadınların hepsi tescilli orospudur. Bunlar filmde erkeklerin peşinde dolaşmak, yatağa girmek ve çırılçıplak görünmek için yer alırlar. "İyi yatak arkadaşı" olarak tarif edilirler ve hapisten çıkan erkeklerin düzüşmek istemeleri dışında, kadınların filmde olmalarının bir sebebi yoktur.

Colors, bir bilim kurgu gezegeni gibidir. Dişi ve erkek olmak üzere iki cins yerine iki erkek grup vardır: Polisler ve uyuşturucu çeteleri. Birbirinin karşıtı ya da tamamlayıcısı olarak kavranan cinsiyetlerin aksine, *Colors*'daki iki erkek grubu birbirinin aynadaki yansısıdır. Bu, erkek dayanışması, erkek dünyası ve eylemleri ile ilgili bir filmdir. Eşcinsellik, erkekliğin bir çeşidi olduğundan hoşgörülür. O zaman çete üyelerinden biri plastik bir tavşanı düzse ne olur? Şişme evcil kemirgen ile kadınlar arasında hiç fark yoktur; ikisi de cinsel nesne olarak görülür. Aynı şekilde çete ile polis arasında da kayda değer bir fark yoktur. Her ikisinin de kendi alanları vardır. Polisler ve çeteciler, alanlarının sınırlarını *Never Cry Wolf* filmindeki adamların yaptığı gibi işeyerek değil, kurşun yağdırarak

belirlerler. İki grup da özel yerlere tecavüz ederler; rehin alır, birbirlerini de, çete/polis sınıfı dışındaki insanları da öldürürler. *Colors*'daki yaşlı polis kendine hayran genç arkadaşını "sen de onlar gibi bir haydutsun" diye azarlarken seyirci hiç şaşırmaz. Bir zamanlar iyileri kötülerden ayırmayı mümkün kılan polis ahlâkının tek temsilcisi olan yaşlı polisin, polisler ve çetecilerin birbirinden türemiş dünyasında yeri yoktur. Bu yüzden bu polis *Colors*'ın ileriki dizilerinde oynamaması için filmin sonunda bir kurşunla işi bitirilecektir. Daha genel anlamda, daha insani ve yüzyüze ilişki taktikleri nedeniyle geçmişin bir yadigârı sayılan yaşlı polisin yok edilmesi, filmin ülkedeki tüm şehirlerde ve özellikle polisin hayli militarize bir güç haline geldiği uyuşturucu merkezlerinde neler olup bittiğini anlatma biçimidir.

Uyuşturucu ticareti ile ilgili haberler ve basın raporları, aynı kuvvetli erkek fantezilerini çoğaltır. Öncelikler Spielberg/Lucas çiftinin gişe rekorları kıran filmlerindeki kahramanlar gibi şeytani ve erkeksi Kolombiya karteli vardır. Gazete arşivlerinde Medellin ailesiyle ilgili çok az bilgi bulunur. Bu da her şeyi toplumsal hayalgücüne bırakır. Uyuşturucu karteli ile rekabet eden tek güç, Üçüncü Dünya'nın tanımlanamayan hırsız beylerinin komploları ile ABD'deki çöken ekonomiyi, toplumsal değerleri ve hayat seviyesini hedef alan OPEC'tir. Araplar da Latinler de yabancı düşmanlığı imajını çok güzel doldururlar: Yeterince esmer, yeterince erkeksi, yeterince insafsız, yeterince esrarlıdırlar. Bunlarla karşılaştırıldığında eski tarz mafya gayet aşina, aileden, hatta yerli kalmaktadır. Yurtdışı bağlantıları Amerika'nın büyük şehirlerinin potasında erimiştir. Kolombiyalılar asimile edilemez "öteki"lerdir; insafsız ve dönektirler; diğer saygın, yabancı işadamlarından farklı olarak Los Angeles'taki çok katlı cam binalarda bir şube açmayı hiç düşünmezler.

Başlıca basın kuruluşlarında ve medya raporlarında sözü edilmeyen şey, Kolombiya'nın uyuşturucu kartelinin ekonomik olarak çok sıradan olduğu gerçeğidir. Bu kartel, tamamen dünya kapitalizmini yansılar. Mike Davis Los Angeles'teki uyuşturucu çetelerini şöyle tanımlar: "Temelde çok sıradan bir iştir, ancak suç haline getirilmiştir" (Davis, 1988:53). Fortune dergisine göre kokain trafiği

"iyi organize edilmiş çokuluslu bir endüstridir" (Kraar, 1988: 29). Diğer çokuluslu şirketler gibi bu kartel de ucuz, talep edilen ve çoğaltılabilir metanın üretimini, işlenmesini, dağıtımını ve satışını yönetmektedir. Seçkinler için olan türü kokain, kitle pazarına sunulan türü ise kraktır. Krak, Davis'in tarifine göre, "tüketicilerini ebediyen esir eden mutlak bir metadır" (Davis, 1988:54). Kartelin birincil pazarı ABD'dir, ama şimdilerde bir Avrupa pazarına da açılmakta olduğu belirtiliyor. Akıllıca bir ekonomik karar; zira Avrupa Topluluğu'nun önümüzdeki günlerde gümrük duvarlarını kaldırma eğilimi, uyuşturucu trafiğini daha kolay hale getirecektir. Başka anlamlı iş olanağı olmadığından uyuşturucu işiyle uğraşan genç siyahlar kendilerini önde gelen bir "uluslararası ticaret çevrimine" dahil etmiş oldular. (Davis, 1988:52) Uyuşturucu ticareti öyle açıkça mevcut kapitalist biçimler üzerine bina edilmiş ve öyle açıkça meta satışına benzer şekilde örgütlenmiştir ki ürünü pazarlayacak suç örgütünün bulunmadığı bölgelerde veya genç çetecilerin ayarlanamadığı durumlarda, sıradan küçük işadamları piyasanın ihtiyacını karşılayacaktır. Bu gerçeği Verona'daki uyuşturucu ticaretini inceleyen Pino Arlacchi fark etmiştir; çünkü Verona'da yerel tüccarlar faaliyetlerini, iş yeteneklerini ve meta pazarlarını, uyuşturucu ticaretinin ihtiyaçlarına tahsis etmişlerdir (Womman, 1989).

Kartele popüler tahayyülde kazandırılan abartılı boyutların kökleri ırkçılık, erkeksi bir hınç ve kıskançlıkta yatar. Çokuluslu kapitalizmin meşru büyük başlarının bir avuç yabancının gerisinde kalmasından duyulan hınç; tamamı vergisiz ve çok az genel gideri olan, yılda 500 milyar dolarlık bir ticaret yüzünden de kıskançlık. Hem, çalışanlara kâr payı, satış yeri için kira veya pahalı reklam kampanyalarına para vermek zorunda da değildirler.

Şeytani hayalgücünü besleyen "maço" anlayış (mashismo) uyuşturucu ticaretinin ekonomi politiğinde ve yoksul semtlerdeki toplumsal ilişkilerde bir temel bulur. Edward Soja, Los Angeles'in ekonomik demografisini konu alan kitabında siyah işçi mahalleleri dışındaki iş ve sermaye hareketini ve banliyölerde oturan beyazlara alt seviye ücretli işler sağlayan büyük çaplı yeni sanayi kuruluşlarını izler (Soja, 1988). Postmodern ekonominin seçmeci ırkçılığı ve sınıf ayrımcılığı, sanayinin bölgesel göçü yüzünden görünmez. Sa-

nayi yerleşik olduğunda sınıf çatışmasına zemin oluşturur. Sanayi devamlı yer değiştirirse o bölgede gelişen toplumsal ilişkilerin sürdürülmesi yerine yeni gidilen yerde yeni ilişkiler kurulabilir. Los Angeles'taki sanayinin siyahların oturduğu bölgelerin dışına kayması, istediği gibi veya hiç iş bulamayan bir erkek siyah nüfus yaratmıştır. Siyah kadınların durumu erkeklerden daha iyidir, çünkü onlar bilgiişlemle ilgili işler bulabilirler. Los Angeles postmodern ekonominin öncü kolu görevini yaparken, New York ve Washington gibi daha geleneksel şehirlerde de çok sayıda işsiz siyah erkek bulunmakta, bunların ileride iş bulma ihtimalleri de bulunmamaktadır. Bunlar, uyuşturucu ticaretinin boşalttığı bir emek havuzu ve bu ticaretin öngördüğü maço kültürünün kalbi durumundadırlar.

Çılgın maço polislerle çetelerin karşısında, medya yoksul semtleri dişi ve kurban olarak betimler. Gazete başlıklarındaki, siyahların hayatının simgesi olarak vurgulanan yardım çağrıları, çoğunlukla kadınlardan ve hemen hep bekâr annelerden gelir. Yoğunluğu yüksek, projeleri hayata geçmeden çürüyen yoksul semt, kadınla tanımlanır. Kendini korumaktan aciz olduğu kabul edilen kadınlar ve onların mekânları kuşatma altındadır ve erkek çetecilere de, polislere de geçit verir. Uyuşturucu kültürü yüzünden siyah kadınlar emniyet açısından haklarından vazgeçmek durumundadırlar. Toplumda, kadınlara daha çok inisiyatif ve özerklik sağlamayı amaçlayan feminist taleplerin yarattığı toplumsal gerilim ve sürtüşmelerle bağlantılı olarak uyuşturucu ticareti, basına yoksul siyah kadınları; toplumdan tümüyle soyutlanmış, kadınlararası dayanışmadan mahrum edilmiş, erkeklerden yardım dilenen, hem çeteciler hem de polisler tarafından taciz edilen insanlar olarak takdim etme fırsatı tanır. Hafifletilmiş bir ırkçılık ve *machismo*yu ifade etmek için bundan iyi senaryo bulunmaz. Siyah kadınlarla çok seyrek röportaj yapılır, hiçbir zaman grup içinde ele alınmaz, günlük hayatları içinde kurdukları bağlar hiçbir zaman sergilenmez; onun yerine, tek başına (kötü şekilde) çocuk yetiştiren, evinde, işe giderken, yolda ve işyerinde herkesten soyutlanmış insanlar olarak tanımlanırlar. Kulak verilen tek ses, yardım çağrılarıdır; kabul edilen tek tanıklık ise kadınları erkeklere yardımcı veya bağımlı gösterenlerdir.

Bu durum, beyaz orta sınıfa kendisini toplumsal "ötekisi"nden farklı olarak kavramsallaştırma yolunda bir imkân daha verir. Çalışan beyaz kadınlar, yoksul semtteki siyah kadınların kötü durumunu okudukça kendilerini tebrik edebilirler, çünkü onlar korunmak ve hediye almak için erkeklere muhtaç değildirler. Siyah kadınların başa çıkılmaz eşitsizliklere karşı direnmesi, orta sınıf beyazlar için korkutucu değildir; neticede, onlar kölelik döneminden beri aynı şeyi yapmaktadırlar. Şehirli siyah kadınların yaptıklarının ve kültürel hayatlarının silinişi feminizmin, hükmü işyerinden, üniversiteden ve banliyölerden öteye geçmeyen bir uzmanlık olarak kavramsallaştırılmasına ideolojik bir destek sağlar.

D. KRAK:BEDEL

Krakın kentlerdeki sınıflaraltı tabakadan insanlar için yaygın bir şekilde pazarlanan bir meta haline gelmesinin yarattığı müthiş polis baskısı ve yargılama sisteminin bu ülkede bir örneği daha görülmemiştir. Bu baskılar ancak İngiltere'deki, amacı İrlanda'dan göçü önlemek olan göçkarşıtı duyarlığın ve IRA'ya karşı ilan edilen seferberliğin ırksal olarak tanımlanan aşağı tabakadan İrlandalılara getirdiği gözetim ve baskılarla karşılaştırılabilir. Uyuşturucu savaşına çok büyük bir bütçe ayrılmaktadır; bu bütçenin dörtte üçü polisin güçlendirilmesine harcanırken geriye kalan küçük bölüm de eğitim ve öğretim programlarına bölüştürülür (Dillin, 1989:8). Baskı öncelikle sokak satıcılarına yöneliktir; bin veya daha fazla düşük seviyeli, ikame edilebilir satıcıya. Uyuşturucu savaşı, şehri savaş bölgesi, bağımlıları ise düşman değilse bile normal vatandaşların sahip olduğu haklara sahip olmayan özel bir vatandaş-dışı sınıf olarak belirler. Daha şaşırtıcı ve hatta korkutucu olan ise toplumun bir kesimine uygulanan bunca eziyetin Amerikan Vatandaşlık Hakları Birliği'nin çekingen şikâyetlerinin dışında toplumda hiç bir şekilde protesto edilmemesidir. Sokağa çıkma yasağı, toplu tutuklamalar, kimlik kontrolü ve kanunsuz aramaları getiren sıkı gözetimin böylesine kabul görmesi yoksul semtlerdeki halkın orta sınıf siyahlarca bile nasıl "öteki" kabul edildiğini göstermektedir

(Davis, 1988: 44). Toplumun büyük kesimi hayatları üzerinde yasal bir baskı veya polis takibatı tehlikesi hissetmezler; çünkü neticede iş güç sahibi orta sınıfın evinin düzenli olarak aranması söz konusu değildir; çocuklarının uyuşturucu sebebiyle yakalanıp sonra tahliye edilmesi tehlikesi yoktur; çocukları tutuklandığında velilik sorumluluklarını ihmal ettikleri için yasal soruşturmaya uğrama tehlikesi de yoktur. Bunlar önerilen, yasalaştırılan ve bazı ender durumlarda mahkemelerde denenen önlemlerden bazılarıdır. Tek zorluk orta sınıfı toplumsal "öteki" konumunda hayal edebilmektir.

Kitle kültürü toplumsal ilişkileri, onları saydam biçimlenmeler olarak tasvir edecek kadar derinden etkiler. Uyuşturucu kullanan kesimin "öteki" olarak kavramsallaştırılmasıyla ilgili olarak söylediğim her şey, *Alien Nation* (Yabancılar) adlı filmde vardır. Bu şaşırtıcı bir kültürel metafordur. Burada uyuşturucu kullanan kesim, tarihleri izleyicinin uzaydan gelen yaratıkları siyah Amerikalılar olarak görmesini sağlayacak göstergelerle dolu olan yabancılar olarak gösterilir. Filmde "yeni gelenler" olarak tanıtılan yaratıklar, batan gemiden kurtulan, biyolojik olarak köleliğe programlanmış, insan benzeri bir topluluktur. Uyum yetenekleri çok yüksektir ve dünya insanlarının yapmaktan sakınacağı tüm pis işleri kolayca yapabilirler. Yeni gelenlerin gettosu olan "çöplük"te yaşarlar ve uyuşturucunun esiri olmadıkları sürece barışçı yaratıklardır. Yeni gelenlerin koktuğu ve penislerinin dünyadakilerden daha büyük olduğu varsayılır. Sonuçta, Freedman'ın görevlilerince keyfi olarak isim verilen azat edilmiş köleler gibi yaratıklar da karantina görevlilerince isimlendirilmişlerdir. Filmin uzaydan gelen kahramanının adı Sam Francisco'dur.

Uyuşturucu kullananlarla kullanmayanlar arasındaki toplumsal ayrışmanın en ilginç sonucu, tüm dünyadaki ırk ilişkilerine etkisidir. Kullanıcılar bir kere tamamen ayrılıp "yaratık" diye tanımlandıktan sonra, uyuşturucu kullanmayan insanlar (ki filmde bunlar Los Angeles polis teşkilatıdır) çokırklı ve çoketnik gruplu ilişkiler geliştirmekte serbest kalırlar. Polis teşkilatının ana kadrosunda Anglosaksonlar olduğu gibi siyahlar ve Latin Amerikalılar da bulunmaktadır; hepsi de uyuşturucu kullanmama kardeşliğinde birleş-

miştir. Bundan başka uyuşturucu kullanmayanlar kendilerini sürekli çöplükte yaşayan "öteki"lerden farklı ve sonsuza kadar emniyette hissedebilirler; çünkü filmdeki müthiş bir bağımlılık yaratan süper uyuşturucu, dünyalıları etkilemezken, yaratıklara bütün toplumsal hayat kavramını kaybettirmektedir. Sadece uyuşturucuyu daha daha çok almayı düşünürler. Ve aşırı doz aldıklarında vahşi hayvanlara benzeyen katil ruhlu yaratıklara dönüşürler.

Alien Nation filmi liberal bir çözüm yolu sunmaz da değildir. Yaratıklar uyuşturucuyu bırakabilirler ve beyaz bir polisle arkadaşlık edebilen Sam Francisco gibi topluma uyum sağlayabilirler. Filmin toplumsal "ötekiliği" aşma yöntemi, erkeklerarası dayanışma ve dostluktur. Erkek arkadaşlar beraber çalışır, şakalaşır ve sarhoş olur: Dünyalı alkolle, yaratık ekşimiş sütle. İçmek toplumsal paylaşım yaratır; uyuşturucular insanları canavarlardan ayırır.

Krakın pazarlanmasından önce, uyuşturucu ile kapitalizm arasında ilişki kurmayı amaçlayan muhalifler genellikle uyuşturucu ticareti ile Batı ülkelerinin dış politikası arasındaki gizli bağlantıları açığa çıkarmaya çalışmışlardır. Bu çizgideki en bilgi verici ve tüyler ürpertici çalışma, Henrik Krugerin *Great Heroin Coup* (Büyük Eroin Darbesi) adlı incelemesidir. Bu çalışma, birçok uyuşturucu pazarında işlerin daha yıllarca sürdürülmesini sağlamak için yapılan ve uyuşturucu ile finanse edilen çok sayıda gizli servis operasyonu hakkında bilgi vermektedir. Bu operasyonlar istikrarı bozma kampanyalarını, silah ticaretini, radikal hareketlere nüfuz edilerek yok edilmesini, infaz mangaları ve işkenceciler yetiştiren eğitim kampları kurulmasını ve politik suikastları içerir; hepsi eroin ticaretinden finansman sağlayan gangsterlerce ve aynı zamanda hükümetten maaş alan gizli servis ajanlarınca gerçekleştirilmektedir. Krugerin kanıtlamaya çalışmadığı; ancak hiç şüphesiz ima ettiği şey, Latin Amerika'daki sol mücadelelerin kaderinin ABD'deki alt sınıfların uyuşturucu ticareti ve bu ticareti yürütenlerle olan şüpheli ilişkiler yoluyla denetlenmesi ile bağlantılı olduğudur. Bu, 18.yy'da yeni dünyadaki kölelerle kaderi şeker ticaretine bağımlı olan İngiltere'deki işçi sınıfı arasındaki ilişkinin, çağdaş versiyonudur. Birinci Dünya'daki alt sınıfların tüketim tutkusu bağımlılaşmasını ve yoksullaşmasını sağlarken, aynı zamanda Üçüncü

Dünya'daki alt sınıflar üzerinde denetim kurulmasını da sağlar (alt sınıflar 18.yy köleliğini veya 20.yy gerillalarını kapsıyor olabilir).

Dünyada eroin tarafından finanse edilen "kirli oyunlar", uyuşturucu ile kapitalist ülkelerin dış politikası arasında ilişki kurulmasını sağlarken, krak, uyuşturucular ile meta kapitalizmi arasındaki bağlantıyı gösterir. Eğer bir meta yasadışı ise, aynı zamanda kapitalist ekonominin de dışında mı kalmaktadır? Altmışların karşıkültür hareketinden miras kalan bir eğilime göre herhangi bir nesne veya davranış çoğunluğun anlayışına göre sapkın -hatta sapıkça- ise aynı zamanda tüm sisteme göre de hatalı olduğu varsayılmaktadır. Bu, evde marihuana yetiştirilmesi ve üniversitedeki kimya laboratuvarında LSD üretilmesi halinde geçerli olabilir, ama krakta durum kesinlikle böyle değildir. Günümüzde Marx'ın kapitalist ekonomi tanımına kraktan daha iyi bir örnek bulunamaz. Marx ekonomik değişimi PMP (Para-Meta-Para) diye anlatırken meseleyi "para, parayı doğurur" diye koyar (Tucker, 1978:335). Kapitalist, bir malı sadece daha pahalı satmak için alır. Mal "değişim değerinden başka birşey değildir" (Tucker, 1978: 328). Kâr yapmak için krak, meta olarak bundan uygun olamazdı; hem ucuzdur hem işçisi kolayca değiştirilebilir; işlem görme maliyeti düşüktür hem de kitle pazarlarında satılmaktadır. En çok 25 dolar, bazen daha da az olan fiyatıyla krak gerçekten bir kitle pazarı malıdır. Eğer 1750'de en yoksul tarım işçisinin karısı çay ve şeker alabiliyorduysa, 1980'lerin sonlarında kadınlar, çocuklar ve işsizler uyuşturucu tüketicisi olabilmektedirler.

Krak, kullanım değerinin tanımlanması açısından önemli sonuçlar doğurur. Marx, kullanım değerini temel alan ekonomik dolaşımı MPM (meta-para-meta) formülü ile tanımlamıştır. Ürettiğim bir ürün, örneğin işlemeli bir blucin ya da öğrencilerime bilgi aktararak ürettiğim kullanım değerini, bu formüle göre bir fiyat ya da ücret karşılığı satarım ve o parayla günlük hayat için gerekli olan ve kendi üretemediğim malları alırım. Krak, sokak satıcısı için kullanım değerinin sermayeye dönüştürülmesidir. Sokak satıcısı için krak kullanım değerinden yoksundur. Sadece para kazanma aracıdır; para da çok istenen gerçek nesnelerin yani kullanım değeri olduğuna inanılan malların, giysiler, mücevherler, otomobiller,

müzik setleri ve her sokak satıcısının her röportajda uyuşturucu satmasının sebebi olarak belirttiği silahların alınmasını sağlayan araçtır.

Krak'ın "değişim değerinden başka bir şey olmadığı" veya mal alma aracı olduğu tamamen doğru değildir. Tüketici metada ne görürse, kullanım değeri de odur (Tucker, 1978: 328). Ancak kullanım değerinin sermayeye dönüşmesi krak satıcısı için olduğu kadar alıcısı için de geçerlidir. Ne kadar çok istenirse istensin, sağladığı "uçuş" ne kadar tatmin edici olursa olsun, krak bireyin mutlak atomlaşmasını getirir. Krak toplumsal ilişkilerin kurulmasını veya pekiştirilmesini sağlamak yerine toplumsalı yok eder ve bireyi fetiş meta ile ilişkiye sokar. Bağımlılığın ekonomisi, toplumsalın olumsuzlanmasıdır. Bütün bunların yankıları, çocuğunu bakmaları için arkadaşlarının veya akrabalarının yanına terk eden krak bağımlısı annelerin ve ailesini sadece parası çalınacak insanlar olarak gören bağımlı gençlerin hızla artan sayısı ile görünür hale gelmektedir. Çocuğunu terk etmenin ya da hırsızlık yapmanın ahlâklı bir davranış olup olmadığı değil mesele. Asıl önemli nokta, bir insanın meta ile olan ilişkisinin diğer insanlarla olan ilişkisinden önde gelmesi ve metanın kişiyi insan ilişkilerinden daha çok mutlu etmesidir.

1945'te Theodor Adorno İkinci Dünya Savaşı'ndan sonraki kötü günlerde olduğu kadar günümüzde de geçerli olan, gündelik hayat hakkındaki gözlemlerinin yer aldığı *Minima Moralia*'yı yazmıştır. Kitabın tümü "tecrübenin yok olmaya yüz tutmasına" karşı yazılmıştır (Adorno, 1974:40). Boyutların kaybedilmesi, kişisel ilişkilerimizi düzenleyen odağın daralması bizi nesnelerle ilişkimizi çoğaltmaya iter. Adorno'nun ifadesine göre nesneler sadece işlevlerine indirgenmiş, özgül kullanımlarıyla sınırlı olarak tanımlanmaya başlamıştır. Metalaşan nesne içerdiği amaçla sınırlıdır. Daha geniş başka bir kullanımı veya anlamı, "artığı" yoktur; metalaşmış işlevselliğinin dışında kalan hiçbir şey yoktur. Uyuşturucu olarak krak, "uçurur"; meta olaraksa bu "uçuş"u bir sonraki uçuşa duyulan dizisel istek içinde masseder. Krak tümüyle işlevseldir. Zevki tüketimin süresindedir. Anında tüketilir. Geriye parlak renkli ambalajından başka bir şey kalmaz. Mağaza raflarındaki avuç dolusu baharatlardan biri değildir. Sadece ambalajı bile krakın

kitle pazarı malı olduğunu gösterir. Düşünün: Yüz binlerce plastik kapaklı küçük şişe bir sistemle üretilirken diğer bir sistemle doldurulmaktadır. Çocuklar şehirlerde oynadıkları yerde, sokakta, sahilde bu plastik kapakları ararlar. Onları toplarlar ve krak kapaklarını ellili yıllarda çocukların kola kapağı toplayıp değiş tokuş etmeleri gibi tüketim aracı sayarak arkadaşları ile ticaret yaparlar.

VIII. DEPREM ÇANTASI

Sıradanın politikası

Metalaşmış bir kültürde yaşamakta olduğumuzdan, toplumsal ilişkilere ve tarihsel süreçlere girebilmek için meta biçiminden başka yolumuz yok. Bu, bazılarının iddia ettiği gibi tarihin artık varolmadığı, gönderge (referent) ile ilişki kuramadığımız için tarihin battıktan sonraki o simulatif aydınlığı içinde yaşadığımız anlamına gelmez. Toplumsalın tümüyle olumsuzlandığı, yabancılaşmış ilişkilerin ve fetişleşmiş arzuların boş mutluluğunu tatmaktan başka yapacak bir şeyimiz olmadığı anlamına da gelmez. Aksine, tarihi biçimlendiren karşıt toplumsal güçler, karşımıza gündelik hayatta bir araya gelerek çıkar; çeşitli ama tamamen düzene sokulmuş ve rutinleşmiş, rastgele ama programlanmış gündelik hayat pek önemli değil gibi görünür; o kadar yakınımızdadır ki onu ikin-

ci doğa gibi yaşarız. Yine de tarihi anlayacaksak, işe onun gündelik hayattaki mecburiyetini tespit etmekle başlamalıyız. Önemsiz sayılarak gözardı edilen, parçalanan, meta biçimine indirgenerek fetişleştirilen gündelik hayat, bizim tarihsel olanla temas ettiğimiz alandır. Gündelik hayat üzerine eleştirel olarak düşünmek, çelişkileri kavramak için bir araç sağlayabilir. Böyle bir kavrayış ise kapitalist kültürün dönüştürülmesine ivme verir.

Mesele, gündelik hayatı diyalektik olarak kavramak ve bu şekilde çatışan toplumsal anlamlara ulaşmaktır. Bu, Theodor Adorno'nun makalelerini topladığı *Minima Moralia*'da izlediği yöntemdir. Adorno, sıradan olanı dönüştürme potansiyeli en yüksek örneği çocuk oyunlarında filizlenen bir alan, tarihsel birleşme alanı olarak görür. Fıçı yüklü bir oyuncak kamyonla oynayan çocuğu gözlemleyen Adorno, oyunun kapitalist üretim tarzını taklit ettiğini fark eder. Ama bu bir alegoridir. "Küçük kamyonlar hiçbir yere gitmez ve üzerindeki küçük fıçılar boştur" (Adorno, 1974: 228). Oyun, "amaçsız"dır. Üretimi yansılar, ama üretken değildir; çünkü yarattığı tek şey zevktir. Adorno, amacın değişim değerinin fenomenolojik boyutu olduğunu söyler. Çocuk oyunları amaçsızlıklarıyla kullanım değerinin yaratılmasıdırlar. Adorno'nun söylediklerini doğru anlarsak, olanaksız da görünse, bu çocuk oyunu örneğinin kapitalizmi hem olumladığını hem de olumsuzladığını kabul etmemiz gerekir. Bu massedilebilecek ya da yönlendirilebilecek bir kabul değildir; tersine, ütopyacı hayal gücünü kışkırtması beklenir. Adorno'nun alegorisi, oyunun değil, "iş"in sorgulanmasının bir aracıdır. Üretim eylemi nasıl haz verebilir? Emeği amaçtan ayrı olarak kavramak mümkün müdür?

Gündelik hayattaki her şey ütopik imkânlar taşımaz. Çoğunlukla kapitalist toplumsal biçimlerin taklitleri ideoloji tarafından öylesine doğallaştırılmıştır ki onları alegoriler olarak algılayamayız. Ama yine de hiçbiri kapitalizmle ayrılmaz bir biçimde birleşmiş görünecek kadar fetişleşmemiştir. Hem zaten, tanımı gereği toplumsal üretim ilişkilerinin olumsuzlanması olan meta biçimi, bir yandan da varolabilmesi için toplumsal ilişkileri gerektirir. Bu, meta biçiminin çelişkisidir ve bu çelişkiye dayanarak gündelik hayatımızdaki nesneleri ve pratikleri deşmeye başlayabiliriz. Aşağı-

daki gözlemler, gündelik hayatın en sıradanlaştırılmış ve alçaltılmış nesnelerinden birinin tarihsel boyutlarını açıklamak amacını güdüyor: Okul deprem çantası.

A. DEPREM ÇANTASI: POSTMODERN BİR RADYASYON SIĞINAĞI

> Unutmayın, bunlar bizim çocuklarımızdır, SİZİN çocuklarınızdır ve onların değerli, inançlı, sevgi dolu, dünyadaki her şeyden aziz gülümseyen yüzleri, BİZİM sorumluluğumuzdadır; okul ya da belediye idarelerinin DEĞİL, ANABABA OLARAK BİZLERİN.
>
> (Condit İlkokulu'ndan tüm velilere, Claremont, Kaliforniya, Kasım 1989)

Kaliforniya'nın banliyö bölgelerinde devlet okullarının ve özel okulların çoğu (ana okulları dahil), bugünlerde velilerin çocuklarına birer deprem çantası almasını istiyor. Evlere çocuklarla ya da postayla promosyon örnekleri gönderiliyor; çocukların güvenliği vurgulanıyor ve tavsiye edilen çantayı almayan anababalar ihmalcilikle suçlanıyor. Veli-öğretmen örgütleri el ilanları dağıtarak, anababaların suçluluk duygularını uyandıracak biçimde çantaların gerekliliğini açıklıyorlar. Suçluluk duygusu genellikle çalışan anneleri hedef alıyor. Elime geçen bu türden bir ilanda gözleri yaşlı bir çocuk var ve şöyle diyor: "Babam Los Angeles'ta çalışıyor, annem telefona cevap vermiyor. Bana kim bakacak?" Aileye bu çeşit göndermeler anti-feminist tepkinin gündelik hayattaki en yaygın ifadelerini gösteriyor. İlanda babanın Los Angeles'ta çalışması normal kabul ediliyor. Ne de olsa, şehrin banliyölerinden söz ediyoruz. Ama annenin neden evde olmadığı sorgulanıyor ve çocuğun kederi annenin yüzüne çarpılıyor. İlanda çocuğun güvenliğinin annenin onun yanında olmasına bağlı olduğu ve çocuk yetiştirme sorumluluğunun bütünüyle anneye ait olduğu ima ediliyor.

Seksenlerin sonları başta federal eyaletlerin kürtaj hakkına verdikleri desteği geri çekmesi, kürtaj aleyhtarı duygulardaki korkunç kabarma ve konunun medyada sansasyonel biçimde ele alınışı gibi anti-feminist tepkilerin artışını getirdi. Bu dönem aynı zamanda

basının çalışan kadınlara erkeklerle eşit iş olanağı kazanmak için çalışmalarının ne kadar boş olduğunu göstermek için "annelik tuzağı"na başvurdukları dönemdir. Kadınların işgücüne giderek daha fazla dahil olmasının mahkûm edilmesi, kendine çok sayıda "okuyucu köşesi" sütununda yer buldu. Buralarda kadınların 9'dan 5'e kendilerini paralamak yerine evde ailelerine ekmek pişirseler daha iyi edecekleri söyleniyordu. Bu medya tepkisinin en ünlüsü ve yaygınlık kazananı, çocukların öğretmenlerince cinsel tacize uğratılmalarından kaynaklanan, Kaliforniya vergi mükelleflerine 13.000.000 dolara mal olan ve velilerin kreş korkularını dramatize etmek için basına sonsuz imkânlar veren Mc Martin Anaokulu davasıydı. Mc Martin davası üzerine görüş bildirmesi istenen, birçok çalışan anne çocuklarını kreşe bırakıp işe gitme konusundaki tereddütlerini ve suçluluk duygularını ifade etti. Çoğu korkularını yatıştırmak için düşünebildikleri tek yolun işi bırakıp evde çocuklarıyla oturmak olduğunu itiraf etti. Yaygın anti-feminist tepki, çalışan anneyi ya toplumsal baskıya boyun eğip yalnızca anne olmak ya da işi seçip suçluluk duygusuyla kıvranmak noktasına getirir. Mc Martin Anaokulu davasında kadınlarla röportajlar yapan basın, sanki anneleri çocuklarını kreşe bıraktıkları her gün için ihmalcilikle suçlar gibiydi. Kadınların verebilecekleri her türlü cevabı belirsizlik ve suçluluk duyguları yaratması kesin bir suçlama çerçevesiyle kuşatan bir durum yarattılar. Sonuç, Mc Martin davasının, özel anaokulları sorununun bütününün incelenmesi için kullanılamaması oldu. Beş yıl boyunca bu davayı canlı tutan mahkeme ve basın, anaokullarının özel olmaktan çıkarılıp komünal olarak örgütlenmesi ve denetlenmesi gibi radikal bir düşünceyi gündeme getirmedi. Röportaj yapılan kadınlardan hiçbiri gerçek ihtiyacımızın ücretsiz ve herkese açık anaokulları olduğunu söylemedi (çalışan kadınların ücretlerinin büyük bölümünün anaokuluna ve okul sonrası bakımevlerine gittiği bilinmesine rağmen). Toplumun hâkim güçleri, radikal bir toplumsal eleştiriyi ve alternatif gündelik hayat tasarımlarını engeller; yalıtılmış birer anaokulu müşterisi olarak, ana babaların kendileri kreş sorununu kendi başlarına halletmek zorunda hissetmelerine ve kadınların çalıştıkları için suçluluk duymalarına neden olurlar. Durum deprem çantası örneğinde

de farklı değildir. El ilanları bu doğal felaketi "yarın olacakmış gibi" sunarlar; Richter ölçeğiyle 8.8 şiddetindeki sismik dalgaların çizimleriyle korkuyu besler ve deprem olduğunda evde olmayan anneleri suçlar. Çantaların toplumsal anlamlarını açığa çıkarabilecek sorular ise sorulmadan, hatta düşünülmeden kalır.

Deprem çantası nedir? Ben Kaliforniya'da büyüdüm, ama hiç deprem çantam olmadığı gibi böyle bir şeyden söz edildiğini de duymamıştım. Başka eyaletlerde geçen onbeş yıldan sonra döndüğümde, çocukluğumu belirleyen sarılı deprem hikâyelerinin yerini felaketten sonra hayatta kalma stratejilerine bıraktığını gördüm. Kaliforniya'yı ülkenin kalan kısmından ayıran ve onu Ernest Callenbach'ın Ekotopya adasına çeviren imajdan çok, artık insanlar her an gelebilecek felaket söylentileri yayıyorlardı. Deprem çantasında neler bulunabilir acaba diye düşündüm. Kasklar ve sargılar hemen akla geliyor. Her şeyden önce, depremde ne yapılabilir? Bir kere, bir çocuğu deprem bölgesinden çıkaracak ya da deprem yatışana kadar onu koruyacak sihirli araçlar yok. Anababanın bu çantaya ne koyması bekleniyor? Konserve meyve, meyve suyu, plastik kaşık ve bir kaç nemli havlu: Hayatta kalmak için gereken sihirli metalardan birkaçı. Her derslikteki her çocuk, kendisine ait olduğu üzerindeki etikette yazan bir deprem çantasına sahip olmak zorunda.

Genelleştirilmiş sıradanlığıyla deprem çantası, meta biçiminin en önemli özelliklerinden birini taşır: Demokratikleştirilmiş tüketim nosyonunu besler. Bunu yapabilmesi, Marx'ın meta fetişizmiyle kastettiği şeyin dramatik bir örneğidir. Marx'ın tanımladığı şekliyle, meta biçimi, üründeki toplumsal güçlerin ve emeğin olumsuzlanmasıdır. "Bu biçimde emeğin toplumsal karakteri, insanlara emeklerinin ürününe dışarıdan verilmiş nesnel bir özellik gibi görünür; çünkü üreticilerin emeklerinin toplamı ile ilişkisi onlara kendi aralarında değil, emeklerinin ürünleri arasında var olan bir toplumsal ilişki olarak sunulur." (Tucker, 1978:320) Meta kapitalizminde insanlararası ilişkileri metaların mübadelesi tarafından tanımlanmadıklarında yaşamamız da, kavramlaştırmamız da mümkün değildir. Metalar varoluşlarıyla ve dolaşımlarıyla, toplumsal olanı algılama biçimimiz haline gelir. Raflara düzgünce dizilmiş,

ulaşılabilir, bittikçe yerine yenisi gelen, bol miktarda metanın sergilenmesi, toplumsal demokrasi arzusunun fetişleşmiş/yabancılaşmış hali ve dolayısıyla yok edilmesidir.

Meta fetişizminin gücü gerçekten çok büyüktür. Bu ülkedeki ekonomik hayat giderek artan sayıdaki muazzam servetlerle daha da hızlı bir şekilde çoğalan düşük standartlı evlerde yaşayan, kötü beslenen, sağlık hizmetlerinden yararlanamayan ya da tümüyle evsiz olan ailelerden oluşsa da meta fetişizmi toplumsal demokrasi nosyonunu tüketim temelinde üretir ve sürdürür. Böylesine büyük bir ekonomik oransızlığın, çift katlı, havalandırmalı alışveriş merkezlerinin ve banliyölerin durdurulamaz yayılmasında cisimleşen, genel kabul görmüş toplumsal demokrasi nosyonu ile ilgisi yokmuş gibi gösterilir. Banliyölerde yaşamak için gerekli her şey bulunur: Fast-food, videocular, indirimli ilaçlar, berber, donmuş yoğurt, evcil hayvan hastaneleri, kuru temizlemeciler ve pedikürcüler. Meta kapitalizminin ideolojisi kültürde mübadelenin eşitlik temelinde gerçekleştiği iddiasıdır.

Medyada banliyölerin mimarisinde yaygın bir şekilde ifade edilen, en gündelik anlatımını ise deprem çantasında buldu. Beverly Hills için daha seçkin bir çanta yok; servet, daha büyük çantalar almaya yaramıyor. Her çanta, ötekilerin aynı. Büyük felaketle gelecek yıkımın sadece binalardan oluşan çevrede değil, başka alanlarda da düzey farklarını ortadan kaldıracağı ima edilen bir toplumda hayatta kalma anlayışıyla biçimlenen meta biçimi, gerçek ekonomik mübadele dünyasında, gerçek metaların seçkinlere ve kitlesel üretime göre yapılan üretimle ayrıştığı dünyada sahip olmadığı bir evrenselliğe kavuşur. Aslında, bir şirketin kararının ürünü olmayan, tersine çok sayıda ana baba tarafından üretilen çantaların, metaları eşitçe değiş tokuş edebileceğimiz, tamamen sınıfsız bir topluma dair bir ütopyayı içerdiğini düşünüyorum. Yirminci yüzyıl sonu kapitalizminde felaketi toplumsal farklılıkların ortadan kaldırılması olarak tasarlamaya yatkınızdır. Bu, yetmişlerin sonlarındaki "felaket" filmlerinden alınan hazzın da temelidir. Çocukların okul deprem çantalarını meta kapitalizminin özlü bir metaforu yapan şey, onun hayatta kalmayı tamamen meta biçimiyle eşitlemesi ve evrensel meta ortaklığının tanımlayacağı yeni bir toplu-

mun habercisi olmasıdır. Bu yeni toplum tamamen çelişkili bir nosyondur, çünkü meta biçimine dayalı bir ortaklaşalık tanımlanamaz. Ama bu, asimile edilmiş ve olumsuzlanmış da olsa, ütopik arzuların ifade bulmasını engellemez.

Deprem çantasındaki ütopik imkânlara değindim, çünkü bu özellikler gündelik hayatımızda karşımıza çıkan metaların çok azında mevcut. Kitlesel olarak üretilmelerine rağmen metaların büyük bölümü belirli tüketicilere pazarlanır ve genellikle düzenlenişlerindeki ayrıntılar sınıf, ırk ve cinsiyet farklılıklarına göre düşünülmüştür. Bu farklılıklar tamamen yüzeysel ve stile ilişkinmiş gibi görünebilir, ama kökleri farklılığın toplumsal eşitsizlik anlamına geldiği bir toplumdadır. Metaların stilistik özellikleri öylesine doğal karşılanır ki eşitsizlik ve tabiyet nosyonlarının normalleştirilmesine ve süregitmesine hizmet ederler. Bunun ne kadar doğru olduğunu göstermek için deprem çantasını bir benzeriyle, milyonlarca öğrencinin her gün kullandığı aynı derecede sıradan bir nesneyle, beslenme çantasıyla karşılaştırmak istiyorum. Deprem çantası toplumsal farklılıkları ortadan kaldırırken, beslenme çantaları cinsiyet kutuplaşmasının mutlak gerçekliğini sergiler. Bazı beslenme çantaları parlak ana renklerdedir: Kırmızı, sarı ve mavi. Silahlı bir robot ya da çoğu erkek olan süper güçlere sahip taşıtlarına binmiş, en yeni teknoloji ürünü silahlarını ateşleyen savaşçı tiplerle süslenmiştir. Bunlar oğlanlar içindir. Bazı beslenme çantaları ise tersine açık mavi, turkuvaz ve pembedir (bu renkler her mağazada kızlara ait bölümlere işaret eder) ve yine oralarda kullanılan, Barbie, Küçük Midilli, minik ayılar, kalpler, çiçekler ve gökkuşaklarıyla süslüdür. Bu iki tür arasında melez beslenme çantaları da vardır; Bugsy Bunny tavşanlı çantalar gibi. Ama çocuklar bunları her yıl oyuncak pazarına yeni çizgi film kahramanlarının yayılması yüzünden eskimiş, modası geçmiş görürler. Ayrıca, Bugsy Bunny tüketimin zorla cinsiyetlendirdiği bir toplumda cinsiyet belirsizliği seçeneğini temsil eder.

Renk, cinsiyetin (bu örnekte cins egemenliğinin) hem işareti hem de beslenme çantası süslerinin ana konusudur. Aynı parlak ana renkler, Fisher-Price'ın logosunda, oyuncaklarında, Mcdonalds'ın çocuklar için ürettiği ürünlerinde kullandığı McKid's logo-

sunda ve Sears markasıyla satılan giysilerde de kullanılır. Erkek olmak, çocuk metaları pazarının en büyük şirketleriyle bağlantılı olmaktır. Tersine, piyasada kadın olmakla ilişkilendirilen renkler, herhangi bir şirketi çağrıştırmaz. Bunun tek istisnası Baskin-Robbins 31 Flavors Dondurmaları'dır; ama zaten herkes bilir ki şeker, küçük kızlara göre bir şeydir.

Deprem çantası, standartlığı ve evrenselliğiyle sınıfsız, ırk ve cinsiyet ayrımının olmadığı bir toplum imajında bulunsa bile, potansiyel olarak eşitlikçi olan bu toplumsal özellikleri, çantanın ütopik niteliğini tamamen iptal eden bir başka özellikle iç içe geçmiştir. Bu, deprem çantasının mutlak bireyciliğidir. Her çocuğa bir çanta. Kardeşler ya da sınıf arkadaşları arasında hiçbir paylaşım, değiş tokuş, ortak kullanım olmayacaktır. Felaketten yalnızca özerklikleri sahip oldukları metalarla kurdukları dolaysız ilişkiler tarafından tescil edilen bireyler kurtulup ayrı toplumsal bütünlükler olarak çıkacaklardır.

Deprem çantası, tarihsel öncülünün, nükleer sığınağın sunduğundan tamamen farklı bir toplumsal bakış tanımlar. Deprem çantası, banliyölerdeki nükleer sığınağı yansılar; fakat atomize tüketicilerinin/felaketzedelerin tüm yaşamları sıkıştırılmış-yoğunlaştırılmıştır. Gerçi nükleer sığınak çekirdek aile düzeyinde de olsa tekilleşmeyi barındırıyordu. Soğuk savaş sırasında yapılan politik çizgi filmler, sığınakların dışlayıcı yapısından çok söz etti. Aileler, komşularını özel barınaklarına kabul edip etmemeye karar vermek zorundaydılar. Sınırlı yer ve yiyecek kaynakları karneyle dağıtılırken ve toplumun devamlılığı birincil tüketim birimi olan aileye bağlıyken, kutsal özel mülkiyet hakkı genel kabul görür. Aslında, nükleer sığınaklar tıkış tıkış rafları ve konservelerin bolluğuyla, küçük birer süpermarketi andırır.

Deprem çantası, taşınabilir ve harcanabilir bir metayla özel mülkün yerine geçer. Bu ülkede gerçek mülk sahipliği giderek daha az elde toplanmasaydı, bu da bir başka demokratikleştirici boyut olabilirdi. Özellikle aile çiftliklerinin çöktüğü, faizlerin yükseldiği, arsa ve inşaat fiyatlarının pek çok Amerikalı için Amerikan rüyasını simgeleyen ev sahibi olmayı imkânsız kıldığı bir durum söz konusu. Yukarı doğru hareketli ve hızla büyüyen orta sınıfın

banliyölere hücum edip mülk sınırlarının kesin çizgilerle belirlendiği bir ortamda mülk sahibi olma hakkını dramatik bir şekilde ilan ettiği ellilerden farklı bir durum bu. O dönemde arka bahçeler düzgünce çitle çevrilmiş ya da duvar örülmüş, garaj yolunun kenarları lüküstünle çizilmiş, çevre fundalıklarla sarılmış, komşunun arazisini ayıran çizgi çim biçme makinesiyle belirli kılınmış, doğa, mülkiyetin haritasını ve tapusunu kapsayacak şekilde yeniden icat edilmişti. Orta sınıf, arazilerinin sınırlarını yüzme havuzları ve nükleer sığınakları kazarak sınadı ve böylece toprağın altındaki mekân üzerinde hak iddia etti. Arazinin üst noktası ise TV antenlerinin giderek uzayan boyuyla belirlendi. Karşılaştırıldığında, doksanların orta sınıfının arazi sahibi olmayan pek çok üyesi vardır. Banliyö evleri hâlâ var, ama pek çok orta sınıf ailesi ve yalnız yaşayanlar ev paylaşarak, sitelerde ve apartman dairelerinde yaşıyor. Geleneksel tarzda arazi ve ev sahibi olma hakkını savunmak yerine bu sınıf artık metaların ve boş zaman etkinliklerinin kesintisiz akışını talep ediyor, hem de saldırganca. Deprem çantası, özel mülkiyetin postmodern bir mekân nosyonuna ve mekânın meta biçimine dönüşümünü temsil eder.

B. BODRUMDA KAMP KURMA

Süpermarketlerin yanı sıra nükleer sığınaklar da aile kamplarının bozulmuş şeklidir. Çoğu insan sığınağını çadırda veya karavanda kullanılmak üzere alınan tıbbi malzemeler ve kamp donanımıyla doldurur. Gerçekten de nükleer felaket korkusu yatışmış olduğundan, aileler başka türlü kullanmadıkları sığınaklarında partiler verir. Çocuklar orada evcilik oynarlar. Mangalbaşı sefasıyla evin arka bahçesinde kamp yapmak da banliyölerde yaşayan ailelerin tipik bir eğlencesidir. Arka bahçede çadır kuran ve yemeklerini dışarıda pişiren aileler mekân kavramlarını yeniden düzenler ve arazi üzerindeki mülkiyet haklarına ilişkin yeni anlamlar yaratırlar. Arka bahçe kampı vahşi hayatı bahçenin yapay ortamına taşır; özellikle de geceleri karanlık çöktüğünde ve komşunun köpeği kurt gibi uluduğunda. Arka bahçeye inşa edilen ve neredeyse aile kampı olan

nükleer sığınak, Soğuk Savaş sırasında belirlenen amacından çok daha geniş anlamlar taşır. Bu, tamamen meta biçiminde yoğunlaşması sadece geçmişteki anlamların kalıntılarına izin veren deprem çantasından farklı bir durumdur. Çanta, kamp yapmanın pratik boyutunu tamamen dışarıda bırakır ve onun yerine güneş kalkanı ve "ışın battaniyesi" tavsiye eder. "Işın battaniyesi" arazi araştırmalarında kullanılmak üzere geliştirilmiş yüksek teknoloji ürünü bir kamp malzemesidir ve ailece kamp yapmanın geçmişte ne anlama gelirse gelsin, bugün tamamen metalaşmış ve tamamen savunma sanayii tarafından asimile edilmiş olduğunu gösterir. Çoğumuz için kamp yapmak, Amerikan yerlilerinden miras kalan pratikleri çağrıştırır. Kızılderili ideolojisi ve ikonografisi bu işin o denli bir parçası haline gelmiştir ki kamp yapma pratiklerini en çok etkilemiş olguyu, kampın orduyla bağlantısını unuturuz. Çoğumuz ilk kamp deneyimimizi kız ya da erkek izci olarak yaşamışızdır, ama çok azımız kampın belirleyici ilkelerinin sömürgeciliğe, askeri sahra harekâtlarına ve askeri teçhizata dayandığına dikkat ederiz. Benim izcilikle ilgili anılarımda öncüyü izleyebilme, düğüm atma, çadır kurma ve yılanın zehirini akıtabilmek için arkadaşımızın kolunu ya da bacağını kesme gibi bilgiler var. Böyle doğallaştırılmış anılarla, bir arkadaşım oğlunun izci grubuyla birlikte hafta sonunu demirlemiş bir savaş gemisinde geçireceğini söylediğinde çok şaşırmıştım. Bu yolculuk, tüm kamp deneyimlerinde anıştırılan askeri içeriği ortaya koyuyor. Benim bir kız izci olarak hiç savaş gemisine çıkmamış olmamın cinsiyetle hiçbir ilgisi yok. Soğuk Savaş boyunca ve özellikle de Süveyş Krizi sırasında, savaş gemileri ve kullanımları tamamen savunma nosyonu ile ilgiliydi. Güdümlü füzelerin geliştirilmesiyle birlikte artık modası geçen savaş gemileri kültürel kullanıma (her açıdan askeri işlevine yardımcı olacak biçimde) uygun hale geldiler.

Kamp yapma ile ordu arasındaki daha genel bağlantının yanısıra, kamp yapma ile nükleer savaş kültürü arasında da temel bir bağlantı vardır. Bu, yalnızca görüntülerinden biri olan arka bahçedeki nükleer sığınaktan çok daha derine giden bir ilişkidir. Arkadaşım Alexander Wilson, yirminci yüzyılın sonunda kapitalizmdeki manzaralar hakkında ayrıntılı bir araştırma yapmıştı (Wilson,

1991). Wilson'ın gözlemleri, doğanın sanayi ve dinlenme tesislerinde inşa edilmiş çevreyi doğallaştırma işlevi gören bir tasarım öğesi haline getirildiğini belgeler. Bu araştırma eğlenme-dinlenmeye yönelik alan kullanımıyla nükleer endüstri arasındaki içsel ilişkiyi ayrıntılarıyla gözler önüne serer. Kullandığı model, doğal yapısında daha önce ırmaklar, göller, dağlar, koyaklar ve vadiler olan alanın yeniden düzenlenerek hidro ve nükleer enerji araştırmaları, silah üretimi ve atık depoları için kullanılan uçsuz bucaksız şebekeye dönüştürülen Tennessee Valley Authority'dir (TVA). Daha sonra aralarına kamp alanları, yürüyüş yolları, tekne ve balıkçılık tesisleri yerleştirilmiştir. Yörenin doğal yerleşim düzeni, nükleer enerji üretiminin çevrenin doğal süreçlerinden biri gibi algılanmasını sağlayan bir bağlam sunar. Bunun gibi ailecek kamp yapmaya atfettiğimiz sağlık havası, nükleer enerjinin güvenli olduğu duygusuna yol açar. Three Mile Island'da kamp yapma fikriyle dalga geçebiliriz, ama milyonlarca Amerikalı, dinlenme ve eğlenme işlevi hemen yandaki nükleer santralın soğutma sistemi olma işlevinin yanında ikincil kalan TVA sanayi tesislerinin deniz kıyısında yüzecek ve kamp yapacaktır.

TVA'dan söz etmemin nedeni doğanın bozulmasından yakınmak ya da keşfedilmemiş yollarda yürüyüp ilk elden daha dengeli bir eko sistemi yaşantılayamadığımız için sızlanmak değil. Sorun, bizim için doğanın yerine "dışarı"nın, yararlanmak için özel bir dizi teçhizat ve araç kullanılmasını gerektiren tamamıyle metalaşmış bir alanın geçmesi. İnsanların doğada daha önceleri hayatta kalmak ve kültürel canlılıklarını sürdürmek için yaptıkları şeyler, metalaşmış taklitlerine dönüştü: Dinlenme ve eğlenmeye. Amerika'da çadır ya da karavanla ve Coleman ocaklarıyla yapılan aile kamplarının 1950'lerdeki gelişimi ve bugünün gazla çalışan ısıtma-havalandırma sistemli ve televizyonlu araçları, yolculuğun, kamp teçhizatının ve kamp yerlerinin tamamen bireyselleştirilmesine dayanır. Bu çeşit yerler nükleer sanayi alanı içinde yer almayabilir, ama çoğu "doğal" arazi, askeri tesislerin, enerji merkezlerinin ya da nükleer sanayiye hizmet eden endüstriyel alanların yanı başında yer alıyor. Federal ya da devlet arazisindeki özel aile kamp yerleri savunma sanayiinden ayrı ya da bu sanayinin antitezi olan

bir şey değil. Aksine, bir zamanların doğal dünyasının ağaçları, kayaları, akarsuları gibi ailelere ayrılan dinlenme ve eğlenme alanları da, doğal çevrenin nükleer sistemlere dönüştürülmesini gözden kaçırmaya yarar. Jean Baudrillard, simülasyon kavramını geliştirirken, bizim için doğal çevrelerin artık harita üzerindeki taklitlerinin (simülasyon) ötesinde bir gerçekliklerinin olmadığını söyler. Baudrillard'a göre, arazinin kendisiyle karşılaşmadan önce haritasıyla karşılaşırız. Aslında, harita bizim araziye yaklaşımımızı belirler/üretir (*"c'est elle qui engendre le territoire"*:Baudrillard, 1981:10). Doğanın taklidine dönüşümünün en iyi örneği "rehbersiz uzun yürüyüş"tür. Burada, bir broşür ve güzergâh üzerindeki referans noktaları, bitki toplulukları ve jeolojik özelliklerin işlendiği ve numaralandığı bir harita vardır. Kenarında "Yoldan ayrılmayın" uyarısı bulunan bir patika gibi harita bizim vadi, orman ya da çayır yürüyüşümüzü kendi düzenlenmiş gerçekliğine indirger. Doğa, bizim mekâna bir programmış gibi yaklaşımımızın mazereti olur. Çocuklar patikayı puan toplayarak katederler. Onlar için "rehbersiz uzun yürüyüş" bir tür video oyunudur. Numaralanmış bitkiler ya da kayalar onlar için bir video oyununda başetmeleri gereken engel ya da olaylardan farksızdır.

Arka bahçedeki nükleer sığınak, kamp yapma deneyiminin disütopik antitezi değildir. Tersine, bireyselleşmiş, atomize olmuş ve metalaşmış dinlenme/eğlenme deneyimini kamusal alandan alıp arka bahçemize yerleştirir. Bununla birlikte, kamp yapmak toplumsal bir pratik olduğu için ve çok sayıda insanı, faaliyeti ve durumu içerdiği için, alternatif mekanizmaları harekete geçirme potansiyeli de taşır. İngiltere'de Greenham çayırına kamp kuran kadınların eylemi, radikal potansiyeli başka kadın ve erkeklerce fark edilmiş ve Seneca Gölü Barış Kampı'nda kadınlar, Kaliforniya'da Diablo Kanyonu'ndaki nükleer tesiste kadın ve erkekler tarafından yeniden üretilmiş önemli bir kültürel biçimdir. Bu çeşit kamplar, kamp yapma pratiğinin bir biçim olarak kampta -ve daha genel olarak toplumda- içkin olan militarizasyonu, nükleer silahlanmayı yumuşatma çabasını ve erkek egemenliğini açığa çıkarmak, eleştirmek için kullanımıydı. Toplumsal pratikler meta biçimine sığdırıldığında bu tür radikal tersyüz etmeler mümkün olamaz. Deprem çantası

kamp yapma faaliyetini biçimden koparıp yok ederken toplumsal ilişkilerin yeniden tanımlanma imkânını da yok etmiş olur. Greenham Kampı, meta biçimini temelinde gerçekleştirilemeyecek bir gerilla sahnesini temsil eder. Deprem çantasını açtığımızda, içindeki metalardan başka bir şeyi açığa çıkarmış olmayız. Meyve suyu, çorba... bunlar gerçekten bir kamp yolculuğu için alınmış olsalar, nasıl kullanılacaklarının simüle edilmiş anısıdırlar, ama toplumsal pratiğe ya da bu pratiğin gerilla sahnesinde tersyüz edilmesine olanak vermezler.

C. BİR ÇUVAL PATATES VE EVLERLE DOLU BİR CADDE

Ellilerin nükleer sığınağının doksanların deprem çantasına dönüşümü, meta fetişizminin tarihsel gönderme noktalarını silmesi, süper güçlerin yarattığı nükleer savaşı deprem gibi doğal bir felaketmiş gibi göstermesi yüzünden kolaylaşmıştır. Bununla beraber, ellilerdeki nükleer savaş korkusu hiçbir zaman sadece siyasal bir deneyim olmamıştır. Tersine, atom bombasının mantara benzeyen korkunç bulutu MGM'nin *The Wizard of Oz* (Oz Büyücüsü) filminde Dorothy'yi Oz Ülkesi'ne savuran hortum kadar kültürel bir ikon olan yeni bir doğal felaket olarak alımlanmıştı. Mantar bulut, kabaran kitlesiyle Soğuk Savaş paranoyasını temsil eder. Savaş sonrası "Baby Boom" döneminde doğan çocuklar, TV ve banliyölerdeki oturma odalarına yayılan minik mantar bulutçuklarıyla yetişen ilk kuşaktı. Bugünün anababaları olan o dönemin çocukları, toplumsallaşma sürecinde doğal olanla eşitlenen, dolayısıyla denetim dışı gibi algılanan bir felaket yüzünden güçsüzleşme deneyimini yaşadılar. Güçsüzleşme, kurtuluş umuduna toprakta açılan koca bir delikte hayat verdi. "Bomba", ellilerin çocuklarının okulları, evleri ve sığınakları arasındaki mesafede muhtemel hedeflerden herhangi birine, herhangi bir gün düşebilirdi. Bugünün çocuklarının böyle fantezileri olmadığını, videoda çocuklarımla Jerry Lee Lewis'in *Great Balls of Fire* (Büyük Ateş Küreleri) filmini izlerken fark ettim. 7 yaşındaki kızım Lewis'in yeni yetme kız arkadaşının neden ağladığını, haykırdığını ve gözlerini ekrandan kaçırdığını anlamadı, "bu

da nesi?" diye sordu. Ekranda bir mantar bulut vardı ve bulutun görüntüsü kızın dehşete düşerek ağlamasına neden olmuştu. Bizim çocuklarımız mantar buluta dikkat bile etmeyebilirler; ama bu, onların paranoyadan muaf olduklarını göstermez. Tersine yirminci yüzyıl sonunda kapitalist kültürün temel özelliği olan güçsüzleşme, Don DeLillo'nun romanı *White Noise*'da (Beyaz Ses) anlattığı ve nereden gelip nereye vuracağı belli olmayan korkular üretir. Bugün "toksik maddeler" gündelik gerçeklerdir; banliyölere temel metaları üreten ve sonra da meta üretiminin toksik yan ürünlerini zehirden arındırmak için yeni teknoloji geliştiren aynı şirketler aracılığıyla girerler

Berlin Duvarı yıkıldı, tuğlaları "hür" dünyaya taşındı ve hediyelik eşya olarak satıldı. Ama Soğuk Savaş paranoyasına gaz veren korkular dağılmadı. Tersine, nükleer sığınağın parodisi olarak yeniden icat edilen ve biçim değiştiren deprem çantasıyla belirsiz postmodern bir durum olarak çevremizde dolanıyor. Kültürel biçimlerin yeniden icadı, kültürün cisimleştirdiği ve eklemlediği tarihsel biçimlerin yinelenişiyle bağlantılıdır. Parodide içkin tarihi kavrayabilmek için tarihin, parodinin ve sınıf iktidarsızlaşması deneyimlerinin bir araya geldiği noktaya, Marx'ın *Louis Bonaparte'ın 18. Brumaire*'ine bakmamız yeter. Marx'ın niyeti, 1848'de devrimci güçlerin nasıl massedildiğini ve yenildiğini göstermekti. Marx'ın tahlili, tarihin devrimci bir dönüşüme erişemediği, bunun yerine egemen sınıf çıkarlarının karşı devrimci bir şekilde devamına yol açacak şekilde dağıldığı anlarda tarihsel biçimlerin kendilerini yineleme eğiliminde olduğuna dikkat çeker. Hegel'in önemli olayların ve şahsiyetlerin tarihte "âdeta, iki kez" ortaya çıktıkları yolundaki görüşünü (Marx, 1984: 15) izleyerek Marx, bunların ilkinde trajedi, ikincisinde ise fars olarak kendilerini ürettiklerini söyler. Gerçekten, *18.Brumaire*'in amaçlarından biri, Louis Bonaparte'ı amcasının komik bir parodisi olarak karikatürize etmektir. Daha derin amaç ise aslında devrimci sınıf çıkarları olabilecek bir şeyin massedilmesi ve manipülasyonunun nasıl parodiye yol açtığını göstermektir.

18.Brumaire'de Marx, 1848'de karşıdevrime neden olan karmaşık politik taktikleri ve çatışan sınıf ilişkilerini belgeler. Bunlar söz

konusu tarihsel anı biçimlendiren çeşitli sınıf ve hiziplerce görülmemiş olabilir, ama çelişkiler ve taktiklerin Luis Bonaparte'ın parodik kişiliğinde kültürel ifadesini bulduğunu kavramış olabilirlerdi pekâlâ. Kültürde, süreci tam olarak, hatta tarihsel olarak kavrayamasak da tarihsel süreçleri yaşarız. Kültürde tarih bize sunulur. Kültürel tahlil, başka türlü erişilemeyecek tarihsel güçleri kavramak için bir araç olabilir. Tıpkı Marx'ın Louis Bonaparte'ın 1848'de Paris proletaryasını ezişindeki parodiye dikkat çekişi gibi biz de deprem çantasında nükleer sığınağın ve soğuk savaş paranoyasının parodisini açığa çıkarabiliriz. Bunun nedenleri çantaların sıradan özelliklerinden çok, sınıflar ile tarih ve tarihsel biçimler ile kapitalizm arasındaki karmaşık ilişkilerde bulunabilir.

Marx devrimci kent proletaryasının politik durumunu değerlendirirken, bu sınıfın radikal tarihsel değişim arzusunun yenilgiye uğramasına katkıda bulunan bir dizi öğeden söz eder. Bunlardan biri, toprak sahibi burjuvalar ile tüccar burjuvalar arasındaki rekabettir ki Luis Bonaparte bu rekabeti kendi yararına kullanmıştır. Bir başkası, küçük burjuvazi arasındaki sosyalist eğilimlerin bastırılmasıdır. Bununla beraber, Marx, geniş çaplı bir toplumsal devrim imkânını yok eden şeyin son tahlilde köylülüğün devrimci bilince erişememesi ve kent proletaryasıyla ittifak yapamaması olduğunu söyler. Gerçekten de Marx köylülüğün sınıf çıkarının böyle bir ittifakı gerektirdiğini söyler, ama bu işbirliği devrimin yükseldiği dönemde köylülerin üzerindeki belli tarihsel ve ekonomik kısıtlamalar yüzünden gerçekleşememiştir. Marx 1789 devrimi'ne bakarak köylülüğün gerçekten de "yarı serflikten serbest çiftçiye" dramatik bir dönüşüm geçirdiğini söyler (Marx, 1984, 123). Napolyon Yasaları bu köylülerin küçük mülkiyet edinme ve kullanma hakkını kabul etmiş ve düzenlemiştir. Ancak, 1848'e gelindiğinde, Marx küçük toprak mülkiyetini köylülüğün potansiyel devrimci gücünü masseden temel öğe olarak görür. Marx'ın ifadesiyle, "küçük mülk sahibi köylüler büyük bir kitle oluştururlar; üyeleri birbirine benzer koşullarda, ama birbiriyle çok katlı ilişkilere girmeden yaşarlar. Üretim tarzları onları karşılıklı ilişkiye sokacak yerde birbirinden yalıtır" (Marx, 1984: 123). Hatta, "her bir köylü ailesi hemen hemen kendine yeterli durumdadır; tükettiği maddelerin büyük kıs-

mını doğrudan kendisi üretir, yani geçimini toplumla ilişkiye geçerek değil, daha çok doğayla mübadeleye girerek sağlar" (Marx, 1984:123) Marx köylülüğün bir sınıf olarak bilinçlenememesinin ekonomik temellerini bu şekilde açımlar. Tamamen yalıtılmış, tekil üretim birimlerine ayrışmış köylülük, sınıf dayanışması için gerekli maddi temelden yoksundur; aileleri ve coğrafi bölgeleri birbirlerine bağlayabilecek üretim pratiği yoktur. Marx'a göre kırsal kesim şunlardan oluşur:

> Küçük bir mülk, köylü ve ailesi; yakınlarda bir başka küçük mülk ve bir başka köylü ve ailesi. Böyle birkaç aile köyü, birkaç köy de bir bölgeyi oluşturur. Böylelikle, Fransız ulusunun ezici çoğunluğu, bir çuvalın içindeki patateslerin bir çuval patates etmesi gibi, eş büyüklüklerin birbirine basitçe eklenmesiyle oluşur.
>
> (Marx, 1984: 124)

Son benzetmenin aşağılayıcılığı, köylü cemaat yaşamına ilişkin romantik fikirleri dağıtmak içindir. William Faulkner altmış yıl önce ABD"de küçük kasabalarda ortakçılar arasında dayanışma ve yardımlaşma olduğu düşüncesinin ancak sistem dışından bakınca savunulabilecek bir görüş olduğunu göstermişti. "Mezra"nın (*The Hamlet*) içinden bakınca, insanlar arasında rekabete yol açan ekonomik darlık, dolandırıcılar, kapkaççılar ve duygusuz simsarlardan ibaret bir ahali yaratır. Ondokuzuncu yüzyıl ortasındaki Fransız köylüsü için olduğu gibi, ortakçılar için de parçalanma güçsüzleşmeyi doğurur. Marx, içinde bulundukları koşullar devrimci eyleme yol açması beklenecekken üretim tarzları nedeniyle ortaklıklarını toplumsal olarak ve bilinç düzeyinde gerçekleştirmeyen geniş bir insan kitlesi tanımlar.

Marx, kendisini politik olarak temsil edemeyen köylülüğün temsilcisini, parodik bir biçimde, köylülerin kurtarıcısı Napoleon'un tarzını taklit edip politikalarını sürdürmeyi vaat eden Louis Bonaparte'da bulduğunu söyleyerek devam eder. Bu, güçsüzlüğün ve engellenmiş sınıf bilincinin politikasıdır. Köylülük, "bir çuval patates" gibi bir sınıf olarak kendi çıkarını ifade edemez ve bunun için savaşamaz; dolayısıyla Marx'ın değindiği gibi gücünü rakip toplumsal kuvvetleri yasalara boyun eğdirerek gösteren ve böylece

onları öteki toplumsal sınıflardan koruyabilen bir otorite figüründe kendine bir temsilci arar. Bu şekilde Marx, güçsüzleştirilmiş köylülüğü karşıdevrimci sürecin en etkili unsuru olarak görür. Feodal sistemin küçük mülk sahipliklerine ayrışması Napoleon döneminde özgürleştirici bir an olarak yaşandı, ama kırk yıl sonra, küçük mülk sahipliği sınıfın küçük parçalara ayrılmasına yol açtığında, bu özgürleşme yok oldu. Özgürleşmeden massedilmeye dönüşüm, sınıfın kendini ifade etmesine engel olunması olarak parodiye dönüştü.

Marx'ın Fransız köylülüğü üzerine gözlemleri, on yıl önce, Marksist akademisyenler arasında önemli bir tartışmaya, yirminci yüzyıl sonunda kapitalizmin yeni bir toplumsal sınıfı ortaya çıkaracak koşulları yaratıp yaratmadığı tartışmasına taşındı. Barbara ve John Ehrenreich bu tartışmada belirleyici bir konum alarak profesyonel/yönetici sınıf ya da PYS olarak adlandırdıkları yeni bir sınıfın doğuşuna tanık olduğumuzu ileri sürdüler (Walker, 1979: 5-45). Ehrenreich'ler, PYS'nin bir sınıf olduğunu, geçmişte liberal reformizmden Yeni Sol radikalizmine dek uzanan bir politik tarihi olmasına ve bu sınıfın, bir bütün olarak iş ve ücret konusunda sermayeye bağımlı olmakla birlikte, sermayeden bir ölçüde özerklik de içeren gerilimli bir ilişki içinde bulunmasına dayanarak iddia ettiler. Stanley Aronowitz, Ehrenreichlara karşı çıkarak, teknik adamların ve yöneticilerin bir sınıf oluşturmadıklarını, sadece bağlılıkları ayrışmış toplumsal katmanları temsil ettiklerini öne sürdü (Walker, 1979, 213-42). Aronowitz'in Ehrenreichlerin tezine temel itirazı, Marx'ın yaptığı, kendi çıkarlarının farkında olan ve sınıf gibi davranan sınıfla ondokuzuncu yüzyıl Fransız köylülüğü gibi, kendi çıkarlarını üstün bir otoriteyi teslim eden sınıf arasındaki ayrım noktasındaydı. PYS'ın bir sınıf gibi göründüğü halde kendini böyle algılamayışındaki tuhaflık, bize deprem çantasında gördüğümüz güçsüzleşme ile parodi arasındaki ilişkiyi anlamak için de bir yol sunar. Marx'ın dediği gibi:

> Milyonlarca aile yaşam biçimlerini, çıkarlarını ve kültürlerini öteki sınıflarınkinden ayıran ekonomik varoluş koşullarında yaşadığı ve bu koşullar onları diğerleriyle düşman konuma soktuğu sürece, bir sınıf oluştururlar. Küçük mülk sahipleri arasında sadece yerel bağlantılar olduğu ve çıkarlarının özdeşliği ortaklık, ulusal bir bağ ve kendi arala-

rında siyasal bir örgütlenmeye yol açmadığı için, bir sınıf oluşturmazlar.

(Marx, 1984: 124)

Açıktır ki PYS yaşam tarzları, çıkarları, değerleri ve kültürlerini öteki sınıflarınkinden ayıran ekonomik koşullarda yaşayan milyonlarca aileden oluşur. Hatta, Aronowitz'in dediği gibi sınıfın üstlerine çıktıkça, kutuplaşmış sınıf çıkarları belirsizleşse de üst yöneticiler şirket sahipleriyle nadiren çatışsa da ve sınıfın en alt tabakaları, hemşireler, öğretmenler, sosyal hizmet uzmanları, kendilerini genellikle ezilen sınıflara daha yakın bulsalar da, PYS'ın öteki sınıflarla düşman konumda olduğu bile iddia edilebilir. Bununla birlikte, PYS'ın sınıf konumuna gelememesine yol açan şey, Marx'ın Fransız köylülüğüne atfettiği içbirlik eksikliğidir. Marx'ın Fransız kırsal kesimi için yaptığı tasvir, "aileler arasındaki yerel bağlantıların ve çıkar özdeşliğinin ortaklığa yol açmadığı" orta sınıf banliyösü için de kullanılabilir. Reagan ve Bush'un politikalarının birçok PYS üyesinin çıkarına hizmet ettiğini söyleyebilsek de bir bütün olarak sınıf, çıkarlarını ifade edebileceği siyasal ve toplumsal kurumlardan yoksundur. Mahalledeki ilkokulun veli toplantısı ya da dinin güçlü olduğu bölgelerde kilise grupları dışında, orta sınıf aileleri işe gitmek ya da çocukları okula götürmek için arabaya binerken karşılaşıp selamlaşmanın ötesinde pek görüşmezler. Banliyö ve bahçeli müstakil ev "cemaat"i, aileler arasında tamamen "yerel bağlantılar"la sınırlı bir ilişkinin nihai ifadesidir. Kendini üyeleri arasındaki rekabet ve sınıf bölümlerinin çelişkileri temelinde vareden sınıf, üyelerinin mutlak bireyselleşmesiyle dağılır. Bu tür bir rekabet, yalnızca güvenlikle ilgili konularda bir kenara konur. Artık pek çok banliyöde, o alanın "Komşuların Takibi Altında" olduğunu ilan eden levhalar görülüyor. Bu demektir ki yöre sakinleri sokaklardaki "şüpheli" yabancıları izleyecek ve komşularının evinin soyulduğunu fark ederlerse polisi arayacaklardır. Bu tür bir bekçilik cemaat dayanışmasının değil, özel mülkiyetin kutsallığının ifadesidir. Sakinler birbirlerinin mülkünü ve sınırlarını korurken özerkliklerini de sürdürürler.

Orta sınıfın topluluk yaşamından yoksunluğu, belediyenin ge-

celeri bahçelere böcek ilacı püskürttüğü ve bu durumun mülk sakinlerince protesto edildiği Los Angeles örneğinde özellikle bariz hale gelmiştir. Kaliforniya Eyaleti beş yıldır yalnızca banliyölerin arka bahçelerinde bulunan, ama yine de eyaletin milyonlarca dolarlık meyve şirketlerine büyük korku salan bir meyve sineğine karşı yürütülen bir kampanyaya sahne oldu. Şehir şehir tüm eyaleti tepeden ilaçlayan helikopterlere, metrekareye dört birim ilaç düşmesine rağmen, sinekler yok olmadı. Tüketici, uzaktaki üretici şirketlerin hatırı için zehirlendi. Orta sınıf çatılardaki delikleri plastik torbalarla kapadı, arabalarını örttü, hayvanlarını içeri aldı ve şehir meclisini protesto etmeye zorladı. Ama mahkemeler sağırdı sanki. Ellili yıllarda bahçesine çit ve yüzme havuzu, çatısına TV anteni koyarak mülkiyet hakkıyla övünen orta sınıf, şimdi kamusal alanın ABD ordusunun Vietnam'da yaptığı gibi zehirlenmesine, arazisinin güvenliğinin tamamen yok edilişine seyirci kalıyor. Bireysel mülkiyet hakları, eyalet politikalarını belirleyen güçlü tarım şirketlerinin çıkarları uğruna bir kenara atılıyor.

Marx 1848'in Fransız köylülüğünde herbiri toprakla özel bir ilişki içinde olan ve toplumsallaşmış üretim yöntemlerinin olmayışı yüzünden birbirinden kopan bireysel üretim birimlerine ayrışmayı görmüştü; ben de benzer biçimde, çalışan orta sınıfı toplumsal yeniden üretim tarzı bakımından ayrışmış olarak tanımlayacağım. Bunu yaparken insanların üretim araçlarıyla ilişkilerinin önemini inkâr etmek istemiyorum. Gündelik hayatın parçalara ayrışmasının temelinde, meslekleri karakterize eden ayrıntılı işbölümü yatar. Toplumsal hayat kapitalizmin iktisadi örgütlenmesinden önce gelmez. Tersine, onun bir parçasıdır. Ama, çoğumuz için bir yapı olarak kapitalizm deneyimimizi, gündelik hayatta yaşarız ve kapitalizmin iktisadi özellikleriyle bağlantı noktamız da burasıdır. PYS'ın temel toplumsal birimi ister tek ebeveynli hane, ister anababanın çalıştığı ya da daha geleneksel olarak ailenin reisinin erkek olduğu çekirdek aile olsun, ailedir. Her aile biriminin varlık nedeni, değişim değerini yeniden çevrime sokmaktır. Köylü ailesi doğayla dolaysız ilişki içinde olan üretici bir birimken, PYS ailesi üretici olmayan bir birim olarak (Walker, 1979: 12) özel ev, özel araba ve yerel alışveriş merkezinin bireysel kullanımına dayalı özerk bir tü-

ketim döngüsü tanımlar. PYS ailesi yaşamak için "toplumla ilişki kurma"ya gerek duymaz. PYS ailesi, bir başka PYS ailesinin yanıbaşında durur. Bunlardan birkaçı kendi alışveriş merkezi ve benzin istasyonu olan bir yerleşim bölgesi oluşturur. Bunlar da banliyöyü hatta belki de bir şehri oluşturur. Eşbiçimli birimlerin basitçe üst üste eklenmesi, caddenin iki yanında ev dizileri oluşturur, ama bu bir ortaklık temeli değildir.

Orta sınıf banliyösü tüketim açısından tanımlandığı için, gündelik hayatın dönüştürülmesi toplumsallaşmış tüketimin geliştirilmesiyle başlayabilir. Ancak, tüketimin bugün tanımlandığı biçimiyle, her aile birimi ve çoğu kez her aile üyesi, bireysel bir tüketici gibi davranır. Haftalık harçlık, çocukları istek ve ihtiyaçlarını bağımsızca karşılamakta özgür kılar. Hazır yiyecekler aile bireylerinin günün herhangi bir saatinde ayrı ayrı yemek yemelerine olanak verir. Evde boş zaman geçirme teknolojisinin çeşitlenmesi ve kaset/video mağazalarının yaygınlaşması, aileleri atomize olmuş eğlence tüketicileri topluluğuna dönüştürür. Tüketimin aşırı bireyselleşmesi, hazzın yalnız bireylere (ve özel bir beyin ya da bedene) has bir şey olduğu duygusunu artırır; orta sınıftan birinin toplumsallaşmış tüketimi ve bunun ne tür bir zevk doğurabileceğini hayal etmesini son derece güçleştirir. Gündelik hayatta yaptığımız hemen hemen her şeyi, bireyler olarak yaparız. Hatta, bize başka türlüsünün etkin olmayacağı söylenmiştir. Böylece herbirimiz kuru temizlemeciye ayrı, süpermarkete ayrı, videocuya ayrı seferler yaparız. Tüketimin atomize olması, kârı maksimize etse ve değişim değerinin döngüsünü sağlasa bile, tüketiciler arasında toplumsal ilişkilerin gelişmesini engeller. Tüketimin toplumsallaşmış biçimleri varlık kazandığında genellikle kötülenir ya da sapıklık olarak görülür. Örneğin çocuklarını okula ya da beyzbol antrenmanlarına bırakıp almak zorunda olan annelerin arabalarına öteki çocukları da alıp servis yapması kabul edilir, ama gerçekten başarılı hiçbir erkeğin bu taşıma biçimini kullanması beklenmez. *Mr.Mom* (Anne Bey) filminde de görüldüğü gibi, ancak düşük idari konumdaki erkekler ve iflasın eşiğindekiler, kullandıkları aracı paylaşmaya tenezzül ederler. Başarı, bireyin tüketimini maksimize etmesiyle teyit edilir. Aynı şekilde, ortaklaşa yiyecek almak da ancak hippi-

lerin yapacağı bir iştir. İhtiyaçlarını toptancılardan büyük miktarlarda alan ve yiyecekleri daha küçük birimlere bölüp dağıtma sorumluluğunu paylaşan bir aileler organizasyonu, geri bir şey; zaman ve enerji israfı olarak görülür. Aslında, böyle bir tüketim biçimi, insanların yiyeceklerini ucuza mal etmelerine, emek ve zamanlarını yoğunlaşmış bir şekilde harcamalarına ve karşılıklılık içeren ilişkilere girmelerine yol açar. Toplumsallaşmış tüketimden, özellikle de kooperatiflerin kurulması üzerinde önemle duruyorum; çünkü bu tür pratikler, gündelik hayatta kapitalizmin etkisini tersine çevirirler. Ayrıca bugünlerde popüler kültür eleştirisinde bize dayatılan yoksul imkânlara da radikal bir alternatif sunarlar. Yaygın kanı bireylerin "idare ettiği" (Fiske, 1989: 25) ya da "elden geldiğince başa çıktığı" (Fiske, 1989:30), ama meta kültürünü dönüştürecek konumda olmadıklarıdır. Tüketiciler olarak, kapitalizmin ürettiği metalardan anlamlar çıkarırız. Bazen direnen anlamlar kurarız, ama hepsi yeni metaların üretilmesi için kapitalizm tarafından massedilir. John Fiske'nin dediği gibi kotumuzu yırtarak burjuva kültürel değerlerine karşı çıkarız, ama Calvin Klein yırtık kotları bize satıp karşı çıkışımız üzerinden kâr sağlar. Toplumsallaşmış tüketim direniş olmasa da alternatiftir. Kapitalizme geri asimile edilmesi mümkün değildir.

Tüketimin toplumsallaşması üzerinde duruyorum, çünkü tüketimin bireyselleşmesi, çoğu insan için, hatta yüksek ücretli PYS için bile güçsüzleşme anlamına geliyor. Tüketici toplumunun en tuhaf etkisi, toplumsal gerçekliğimizi çarpıtmasıdır. Bağımsız olmanın günlük hayatımızı kendi başımıza düzenlemek olduğu yanılgısını yaşıyoruz. Bireyler olarak ne kadar çok işin üstesinden gelebilirsek ve bunu kanıtlamak için ne kadar çok meta gösterebilirsek, yaşamımızı o kadar denetleyebiliyoruz demek oluyor. Tüketim toplumunun ideolojisi, toplumsal yeniden üretimi kolaylaştırmak için başkalarıyla bağlantı kurmayı zayıflığın ve yetersizliğin kesin işareti olarak tanımlarken, atomizasyonu güçlenmek olarak gösterir. Tüketim toplumu üzerine yazdığı *All Consuming Images* (Tüketim İmajları) adlı kitabında Stuart Ewen, tüketim ideolojisi ile bunun siyasal ifadesi olan demokrasi arasındaki ilişkiyi araştırır. Amacı, kitlesel pazarın büyümesiyle birlikte, sınıfın statü ile ilgili bir şey

olduğu ve tamamen insanın tüketme kapasitesi tarafından belirlendiği inancının nasıl yaygınlaştığını göstermektir. Ewen'a göre, ondokuzuncu yüzyılın ortasına gelindiğinde, pazarın genişlemesi, sınıfın üretimle değil, *tüketimle* tanımlanmasına ve birey kimliğinin topluluk kimliğinin önüne geçmesine yardımcı oldu (Ewen, 1988:62, vurgu yazara ait). Ewen, tüketim ideolojisinin zaman içinde nasıl demokrasiyle eşitlendiğini gösterir. Kitlesel olarak üretilmiş metaların erişilebilirliği, genişleyen orta sınıfın daha önce seçkinlerle özdeşleştirilen sınıf donanımını edinebilmesini sağladı. Demokrasi siyasal bir pratik olmak yerine bir üsluba dönüştü. Orta sınıfın başarıyı sadece temsil etmesi yeterliydi. Ewen'ın karşılaştığı güçlük, bireyin üretimle ilişkisini temel alan bir sınıf nosyonunu haşmetli, büyüleyici ve karşı konulmaz tüketim ideolojisine rağmen nasıl canlandırabileceğidir. Gerçekten de Ewen kitabında meta biçiminin yüzyılların içinden, reklamcılıktan mimariye kadar farklı kültür ürünlerindeki izini sürerken, insanların üretimle ilişkilerini kavrayıp bunun belirleyici olduğunu fark etmelerine çok az yer bırakır. Ewen'ın dediği gibi böyle bir keşif, kendilerine ve toplumsal gerçekliğe ilişkin deneyimleri tüketim ideolojisiyle belirlenmiş -muhtemelen kitabının okurlarının büyük çoğunluğunu oluşturan- orta sınıf üyeleri için özellikle problematiktir. Yine de Ewen, Ehrenreichların ve Aronowitz'in savlarını yansılar:

> Yeni "orta sınıf"ın varoluş tarzının geçici üslubu daha çok simgesel bir sigorta, bir *kültürel* ücrettir; bu, ücreti alanların iktidarla ilişkileri çalışan sınıflarınkine yakın olmakla birlikte, üst sınıfların çıkarlarıyla özdeşleşmesine olanak verir. Bu "orta sınıf" iktidarla simgesel özdeşleşmesinde siyasal bir işlev yerine getirmiştir ve getirmeye devam etmektedir; başka türlü birbirleriyle özdeşleşebilecek insanlar arasında ayrışmaya neden olur."
>
> (Ewen, 1988: 64; vurgu yazarın)

Ewen'ın tezini PYS üzerine tartışmalar paralelinde ve Marx'ın *18.Brumaire'deki* sınıf tahliliyle ilişkilendirerek genişlettiğimizde, şöyle diyebiliriz: Sınıfı tüketim açısından ele almak, ne denli ideolojik olursa olsun, orta sınıfın yaşam deneyiminden kaynaklanır. Orta sınıf için meslek yaşamında denetim sahibi olmamak (hava

trafiği kontrolörlerinin yenilgisi buna iyi bir örnektir) ve bu denetleyememe durumunu kabullenememek, kendini, gündelik yaşamın toplumsal yeniden üretimi üzerinde denetim sahibi oldukları yanılsamasında gösterir. Bu yeniden üretim, tüketimin yanı sıra aile hayatının, ailenin korunması ve güvenliğinin tanımlanması gibi pekçok etkinliği ve olguyu da kapsar. Tüketimin sınıfın belirleniminde kişinin üretim araçlarıyla ilişkisinin yerine geçtiği izlenimi aslında üretimin egemenliğini gösterir. Kendisini güçsüz ve başarısız olarak görmeye dayanamayan orta sınıf, kendini en üstteki şirketlerin çıkarlarına teslim eder. Bu şirketler üretim araçlarına sahiptir, şirketlerin politikalarını ve ulusal politikaları oluştururlar ve sonuçta toplumsal hayatı belirleyecek kararları alırlar.

Orta sınıfın güçsüzleşmesi kendini yalnızca üyeleri arasında ortaya çıkan bölücü rekabette ve Ewen'ın söz ettiği "birbiriyle özdeşleşmesi" gereken sınıf içi bölümler arasında değil, aynı zamanda en acıklı biçimde, bu sınıfın gelecek korkusunda gösterir. Sınıf çıkarlarını kavramlaştırmak şöyle dursun, hayata geçirmekten dahi aciz olan orta sınıf, bireysel üyelerinin korunması için gayret gösterir. Ancak bir sınıf tarihsel olarak varolduğunda görülebilen sınıf tanımlı bir gelecek duygusunun yokluğunda tekil üyeler geleceği çocuklarının hayatının ötesinde tasarlayamaz. Orta sınıfın gündelik politikaları, tüm üyelerinin çocuklarının güvenliğini bireysel olarak sağlama gayretlerinden ibarettir. Her biri uyuşturuculardan, hastalıktan, çetelerin ne zaman patlayacağı belli olmayan şiddetinden ve nihayet depremden korunmalıdır. Bu gözlemler, mensupları hayatlarını sahip olmaya adayan, eğlenmek için yemek yiyen, işyerlerine gitmek için Saab marka arabalarına binen, yolda "Açım, ne iş olsa yaparım" yazılı pankartlar taşıyan gençleri gören kuşatılmış orta sınıf için acıma duygularımızı uyandırmak için yapılmadı. Tersine, amacım imtiyazların bu güçsüzlüğün nasıl maskelediğinin ve güçsüzlüğü nasıl sermaye ve sınıf egemenliğine hizmet ettiğinin fark edilmesine yardımcı olmak.

Barbara Ehrenreich, PYS üzerine yaptığı iktisadî ve siyasi tahlilleri genişleterek, orta sınıfın toplumsal psikolojisini belgeleyen ve başlığı çok uygun bir şekilde *Fear of Falling* (Düşüş Korkusu) olan bir de kitap yazdı. Bu kitapta benim burada tanımlamaya ça-

lıştığım sınıf güçsüzleşmesinin nasıl yaşandığını anlattı. Ehrenreich, orta sınıfın siyasal anlamda bir sınıf olarak değerlendirilmesinin nedenlerinden birinin, bu sınıfın tarihi boyunca kendi devamlılığıyla ilgili hayali korkular yaratmış olmasını gösterir. Ehrenreich, bu tür korkuların başka toplumsal gruplarla rekabet içinde olma halinin fark edilmesini, dolayısıyla bir sınıf duygusunu ifade ettiğini öne sürer. Ama bu sınıf topluluk temelinde tanımlanmadığı için, ancak çocuk doğurma ve aile ile ilgili bir gelecek tasarlayabilir. Bu sınıfın çıkarı, evlatlarının okulda başarılı olması, meslek edinmesi, aynı sınıftan biriyle evlenmesi ve anababasından daha yüksek düzeyde bir geliri olmasını sağlamakta yatar. Sınıf çıkarlarının tanımlandığı alan olarak ailede odaklanmak, aile dışında politika ya da tarihte gelişen herhangi bir tehdidin, çalışan orta sınıf tarafından doğrudan algılanamamasına, aile terimleriyle ifade edilen bir metafora dönüşmesine yol açar. Ehrenreich bize ellilerin Soğuk Savaş paranoyasının bu yüzden çocukların suç işlemesi korkusuna dönüştüğünü hatırlatır. Uluslararası alanda güçsüzleşen sınıf, kendisini bir kuşaktan ötekine yeniden üretme becerisinden yoksun görmektedir. Evlatları "sapık" olabilir, "hayatın genel (orta sınıf) şemasına uyum sağlamakta" yetersiz kalabilir (Ehrenreich, 1989:23) ve ördek başı tıraşlı saçlar ve siyah deri ceketlerle tamamen daha alt sınıfın yaşama biçimine kayabilirler. Bunun gibi altmışlarda orta sınıf dünyada saldırgan bir ulusal politika izlenmesini kabul edişini dikbaşlı gençlikten kuşku duymaya çevirdi. Orta sınıftan anababalar karşı-kültürü savunan gençlik hareketini "serbest" çocuk yetiştirmenin cezası olarak yaşadılar (Ehrenreich, 1989:68-74). Ellilerin suçlu gençliği, altmışların karşı-kültürel gençlik hareketi ve bugün her an gelişigüzel şiddet kullanan çetelere, uyuşturuculara kurban gidebilecek ya da bir gün cesedi okul bahçesindeki molozların arasında bulunabilecek masumlar, hep gelecek duygusu yalnızca bir sonraki kuşakla sınırlı bir sınıfın isterik fantezileridir.

D. AİLE FOTOĞRAFLARI

Son olarak, anababalardan çocukları için hazırladıkları deprem çantasına aile resimlerinden koymaları istenir. Tüm hafızamız bir

fotoğrafa indirgenecek kadar görüntü kültürü haline mi dönüştük? Kutulanmış metaların arasına fırlatılmış aile, fetişleşmiş ilişkilerin ve şeyleşmiş anıların ifadesidir. Ama fotoğraf yalnızca toplumsal ilişkilerin meta biçimine asimile olmasıyla ilgili bir şey değildir. Çantaya aile fotoğrafı konması isteği anababaların ihtiyacını ve korkusunu gösterir, çocuklarınkini değil. Aile fotoğrafı çocuğu rahatlatacak bir şey olarak sunulurken, gerçekte sınıfın ailenin tehlikede olabileceğine dair korkusunu belgeler. Aileyi kavramlaştırmada ve varlığını belgelemedeki başarısızlık, ne kadar fetişleştirilmiş olursa olsun, bu sınıfın politikası olmadığını değil yalnızca bir imgesi olduğunu kabul etmek anlamına gelir.

SON SÖZ

Bundan otuz yıl kadar önce, Arjantinli büyük yazar Julio Cortazar, çoğumuzun doğal karşıladığı gündelik bir olayla, trafik sıkışması ile ilgili (ve bize güzel bir karşılaştırma fırsatı veren) bir öykü yazmıştır. "*Autopista del Sur*" başlıklı öyküde, evlerine dönmekte olan sürücülerin giderek yavaşlayan bir trafiğe yakalanması, en sonunda da tamamen durmak zorunda kalmaları anlatılır. Cortazar'ın fantastiği kullanımı, sıradan olanı alıp onu gerçekliğin ve hayatın tamamen yeniden tanımlanmasında kullanılan bir araca dönüştürmektir. Çoğumuz böyle bir trafik tıkanıklığı yaşamışızdır. Kesintisiz bir akış olması gereken yerdeki bu hareket olanaksızlığı, olayı asap bozucu ve klostrofobik bir deneyim haline getirir. Cortazar'ın öyküsündeki gibi tıkanmanın sebebi olan kaza ya da yol tamiratı

genellikle görünmez. Yalnızca sonsuzca uzanan arabalar yığını ve aşırı öfkeli sürücüler vardır. Bekleme süresi daima olduğundan uzun gelir. Beş dakika yarım saat gibi yaşanır. Cortazar'ın öyküsünün fantastik boyutu, zamanı kullanışından doğar; normal olarak trafikte sıkıştığımız zamankinden daha çarpıtılmış, uzatılmıştır. Sürücüler günlerdir, hatta aylardır oradadırlar sanki. Kıpırdayamamak, herbiri birbirinden yalıtılmış, otomobil kozalarının içinde daha iyi bir yer arayan milyonlarca sürücünün dizildiği otoyolların normal olarak çağrıştırdığı mutlak ayrışma ve atomize olma durumunun radikal dönüşümünün temeli haline gelir. Görünürde kaçılacak bir yan yol ya da akışın yeniden başlayacağına dair hiç bir işaret olmayınca, Cortazar'ın sürücüleri, otoyolu bir cemaate dönüştürürler. Birbirine yakın duran altı araba bir grup oluşturur. Sürücüler arasında yiyecek ve su takas edilmeye başlanır ve bu takas sistemi daha sonra yol kenarında yerleşmiş köylüleri de içine alacak şekilde genişler. İnsanların birbirleriyle ilişkileri onların bu yolun dışındaki dünyada kim oldukları, nerede yaşadıkları ya da çalıştıkları, ne kadar kazandıklarıyla ilgili bir şey değildir. Tersine, tüm ilişkiler, ortak ihtiyaçlar ve karşılıklılık temelinde yeni tanımlanmaktadır.

Cortazar'ın öyküsü, hareketin yeniden başlamasıyla sona erer. Bu, otoyol cemaatini çözer. İlişkiler arabalar ve sürücüler hızlanıp birbirlerinden kopana, geri kalıp şerit değiştirene ve bir kez daha atomize birimler haline gelene dek sürer. Diğer birçok ütopyacı düşünür gibi Cortazar da kapitalist toplumsal yapıların çökmesinden doğan bir topluluk hayal etmenin yollarını bulur. Şirket kapitalizmi ise tersine, topluluk arzusunu denetleyecek ve bunu bize meta biçiminde geri satacak yeni yollar keşfeder. Bugün sürücüler otoyolda sıkışıp kaldıklarında bırakın yandaki arabanın kendisi gibi sıkışmış sürücüsüyle bir iletişim kurmayı, içinde bulundukları yalıtılmışlığı sorun etmezler bile. Araba telefonuyla "dışarı uzanıp birine dokunabilir"ken topluluğu kim takar? Dahası, iş çıkışı saatleri için yapılmış, basit sorular sorarak hediyeler dağıtan, arabadan aranarak şarkı istenebilen radyo programları vardır. "Şu anda San Bernardino'dayım, güç bela ilerliyorum, bana bir Eric Clapton parçası çalın" Hatta kitaplarda, dergilerde ve TV'de arabanın kontrol pa-

neli, direksiyonu, koltukları ve tavanını minik bir jimnastik salonuna çeviren adale çalıştırıcılarının reklamı yapılır. Yabancılaşmadan haz alınmasını teşvik amacıyla tasarlanmış bu tür reklamlar, tatminsizlikle başetmek ve alternatif pratikler ve toplumsal formasyonlar hayal etme isteğini boğmak için geliştirilmiş, bol bulunan, kolay araçlardır.

İlk bölümde okuru günlük hayatın çelişkili yönlerini fark etmeye ve toplumsal pratikte ütopik imkânlar araştırmaya kışkırtmaya çalıştım. Kitle kültüründe ütopya keşfetmenin bir şekilde günlük hayatın dönüşümü anlamına geldiğini düşünmek, direnmesi zor, ama fazla kolay bir çözüm olurdu. O çok övülen basitleştirici kültürel politika kavramının temeli budur. Esas mücadele, teşhis edilen ütopyayı kökten bir toplumsal değişim için harekete geçirici öğe olarak kullanma mücadelesidir.

KAYNAKÇA

Adorno, Theodor (1973) *Negative Dialectics*, Londra: Routledge and Kegan Paul.

— (1974) *Minima Moralia*, Londra: Verso.

— (1982) *Prisms*, Cambridge MIT Press.

Alexander, Sally (1976) "Women's work in nineteenth century London: a study of the years 1820-50," Juliet Mitchell and Ann Oakley (der.) *The Rights and Wrongs of Women*, Harmondsworth: Penguin.

Barrett, Michele (1980) *Women's Oppression Today: Problems in Marxist Feminist Analysis*, Londra: Verso.

Baudrillard, Jean (1970) *La Societé de Consommation*, Paris: Denoel.

— (1975) *The Mirror of Production*, St. Louis: Telos Press.

— (1981) *Simulacres et Simulations*, Paris: Editions Galilee.

— (1988) *Selected Writings*, Stanford: Stanford University Press.

Benjamin, Walter (1969) *Illuminations*, New York: Schocken.

— (1986) *Moscow Diary*, Cambridge: Harvard University Press.

— (1989) *The Dialectic of Seeing: Walter Benjamin and the Arcades Project*, Cambridge: MIT Press.

Birman, James (1979) "Disneyland and the Los Angelization of the arts," Myron Matlaw (der.) *American Popular Entertainment*, Westport: Greenwood Press.
Boston Kadın Sağlığı Yayın Kolektifi (1976) *Our Bodies, Ourselves*, New York: Simon and Schuster.
Bowlby, Rachel (1985) *Just Looking*, Londra: Methuen.
Brown, Wilmette (1983) *Black Women and the Peace Movement*, Londra: International Women's Day Convention.
Carby, Hazel (1986) "Sometimes it jus' bes' dat way," *Radical America* 20:9-22.
Davis, Mike (1988) "Los Angeles: civil liberties between the hammer and the rock," *New Left Review* 170:37-60.
Debord, Guy (1977) *Society of the Spectacle*, Detroit: Black and Red.
Deerr, N. (1950) *The History of Sugar*, C. 2, Londra: Chapman and Hall.
Dillin, John (1989) "US wrestles with drug strategy," *Christian Science Monitor*, Temmuz 3.
Dufty, William (1976) *Sugar Blues*, New York: Warner.
Ehrenreich, Barbara (1989) *Fear of Falling*, New York: Pantheon.
Ewen, Stuart (1988) *All Consuming Images*, New York: Basic Books.
Ewen, Stuart ve Ewen, Elizabeth (1982) *Channels of Desire*, New York: McGraw-Hill.
Fiske, John (1987) "Miami vice, Miami pleasure," *Cultural Studies* I: 113-19.
— (1989) *Understanding Popular Culture*, Boston: Unwin Hyman,
Fonda, Jane (1989) *Women Coming of Age*, New York: Simon and Schuster.
Franco, Jean (1986) "The incorporation of women: a comparison of North American and Mexican popular narrative," Tania Modleski (der.) *Studies in Entertainment*, Bloomington: Indiana University Press.
Frith, Simon (1981) *Sound Effects*, New York: Pantheon.
Glubok, Shirley (1984) *Doll's Houses: Life in Miniature*, New York: Harper and Row.
Gould, Stephen J. (1982) *The Panda's Thumb*, New York: W.W. Norton.
Hall, Stuart (1986) "On Postmodernism and articulation," *Journal of Communication Inquiry* 10:5-60.
Hatch, James V. (der.) and Shine, Ted (danışman) (1984) *Black Theater USA*, New York: Macmillan.
Haug, Wolfgand (1986) *Critique of Commodity Aesthetics*, Minneapolis: University of Minnesota Press.
Hebdige, Dick (1979) *Subculture: The Meaning of Style*, Londra: Routledge, Chapman and Hall (*Gençlik ve Altkültürleri*, çev. E. Tarım, İletişim Y., 1988).
— (1987) *Cut'n'Mix*, Londra: Routledge, Chapman and Hall.
Hooks, Bell (1988) "Overcoming white supremacy," *Zeta* 1:24-7.
Horkheimer, Marx ve Adorno, Theodor (1972) *Dialectic of Englightenment*, New York: Seabury Press.
Huggins, Nathan Irvin (1971) *Harlem Renaissance*, New York: Oxford University Press.
Hutchins, Grace (1987) "The double burden," Charlotte Nekola ve Paula Rabinowitz (der.) *Writing Red: An Anthology of American Writers, 1930-1940*, New York: Feminist Press.
Illich, Ivan (1982) *Gender*, New York: Pantheon.
Inman, Mary (1987) "The pivot of the system," Charlotte Nekola ve Paula Rabinowitz (der.) *Writing Red: An Anthology of American Writers, 1930-1940*, New York: Feminist Press.
James, C.L.R. (1963) *Black Jacobins*, New York: Random House.

James, Selma (1975) *Sex, Race, and Class*, Londra: Falling Wall Press.
Jameson, Frederic (1979) "Reification and utopia in mass culture," *Social Text 1: 135-48.*
Kraar, Louis (1988) "The drug trade," *Fortune 20:29.*
Lott, Eric, (1988) "Blackface and blackness: politics of early minstrelsy," American Studies Association Convertion, Miami.
Lukács, Georg (1962) *The Historical Novel*, Boston: Beacon Press.
— (1971) *History and Class Consciousness*, Cambridge: MIT Press.
Marx, Karl, (1984) *The 18th Brumaire of Louis Bonaparte*, New York: International Publishers, (*Louis Bonaparte'nin 18. Brumaire'i*, çev. S. Belli, Sol Y., 1992)
Mechling, Elizabeth Walker ve Mechling, Jay (1983) "Sweet talk: the moral rhetoric against sugar," *Central States Speech Journal 34:19-32.*
Mercer, Kobena (1987) "Black hair/style politics," *New Formations 3:33-54.*
Mintz, Sidney (1985) *Sweetness and Power*, New York: Viking.
Modleski, Tania (1982) *Loving with a Vengeance*, New York: Methuen. (*Hınçla Sevmek*, çev. Y. Alogan, Pencere Y., tarihsiz)
Morrison, Toni (1970) *The Bluest Eye*, New York: Washington Square Press.
— (1977) *Song of Solomon*, New York: New American Library. (*Süleyman'ın Şarkısı*, çev.: S. Özbudun, Simavi Y., 1992).
Ohmann, Richard (1988) "History and literary history: the case of mass culture," *Poetics Today 9:357-75.*
Prentiss, Benjamin F. (1810) *The Blind African Slave or Memoirs of Boyrereau Brinch*, St. Albans, Vt: Harry Whitney.
Radway, Janice (1984) *Reading the Romance*, Chapel Hill: University of North Carolina Press.
Schlesinger, Stephen ve Kinzer, Stephen (1983) *Bitter Fruit*, New York: Doubleday.
Soja, Edward (1988) *Postmodern Geographies*, Londra: Verso.
Spivak, Gayatri (1987) *In Other Worlds*, Londra: Methuen.
Tompkins, Jane (1985) *Sensational Desings: The Cultural Work of American Fiction 1790-1860*, Oxford: Oxford University Press.
Tucker, Robert C. (der.) (1978) *The Marx-Engels Reader*, New York: W.W. Norton.
Walker, Pat (der.) (1979) *Between Labor and Capital*, Boston: South End Press.
Williams, Eric (1964) *Capitalism and Slavery*, Londra: David and Charles.
Willis, Susan (1978a) "Fantasia: Walt Disney's Los Angeles suite,", *Diacritics* 17:83-96.
Willis, Susan (1987b) *Specifying: Black Woman Writing the American Experience*, Madison: University of Wisconsin Press.
Wilson, Alexander (1991) *The Culture of Nature: Popular Landscapes from Disney to Chernobyl*, Toronto: Between the Lines Press.
Women's Studies Group, Centre for Contemporary Cultural Studies, University of Birmingham (1978) *Women Take Issue*, Londra: Hutchinson.
Womman, Karen (1989) "Europe's cocaine boom confounds antidrug war," *Christian Science Monitor*, Haziran 10.
Wynter, Sylvia (1979) "Sambos and minstrels," *Social Text 1:* 149-56.

"ÖLENE KADAR ALIŞVERİŞ", Batı tüketim toplumunun 'toplan borusu'dur. Kapitalizmde başka herhangi bir kolektif anlam üretme imkanından yoksun bırakılan modern insan, insanlarla değil kitlesel olarak üretilen mallarla kurduğu ilişkilerde var edebildi kendisini.

SON YILLARDA insan ilişkilerinin metaların dolayımında kurulmasının yarattığı tahrip süreci ülkemizde de bütün boyutlarıyla yaşanıyor. Anlamlı yaşamanın daha çok tüketmekle özdeşleştirildiğine, toplumun her kesiminde metaların cazibesinin ve onlara sahip olma fırsatlarının arttığına, kimliklerini tükettikleri mallarla/markalarla kuran bir kitlenin ortaya çıktığına tanık olduk. Hiç bu kadar çok süpermarketimiz, arabamız, "renkli türkçe" televizyonumuz, blucinimiz, reklam panomuz/filmimiz, ansiklopedimiz, fastfoodumuz, "erkek dergimiz", pembe dizimiz... olmamıştı. Yabancısı olduğumuz bu tüketim hazzını tam bir panayır büyülenmesiyle yaşadık, yaşıyoruz. Ama aynı zamanda hayalsizliklerle, ihanet korkularıyla, doyumsuzluklarla, onulmaz yalnızlıklarla, şişme kadınlar ve vibratörlerle de tanıştık. Tüketiyoruz! "Birey"iz! Peki nedir şu içimizdeki boşluk?

GÜNDELİK HAYAT KILAVUZU bizi metalarla kurduğumuz bu tür ilişkiler hakkında düşünmeye çağıran bir kitap. Artık bizim günlük hayatımızın da bir parçası olan Amerikan kültürü üzerinde yoğunlaşarak, süpermarketten alışveriş etme, naylon ambalaj, Çikita muzu, aerobik, Michael Jackson, şeker ve kola tüketimi, pembe diziler, Disney kültürü, evcilik oynama gibi olgular hakkında son derece ilginç tezler içeriyor. Kapitalizmin bize yaşattığı hayatı ancak "sıradan/gündelik olan"ı ciddiye alarak, aradaki eleştirel mesafeyi korusak bile bu tür gündelik şeylerin içerdiği örtük ütopik boyutların farkına vararak anlayabileceğimizi, dönüştürebileceğimizi vurguluyor. Adorno, Benjamin, Baudrillard, Debord ve Jameson gibi yüzyılın dev kuramcılarının perspektiflerini genişleten Susan Willis, zaman zaman edebiyat yapıtlarının tanıklığına da başvurarak metaların hayatımızı ne derece belirlediğini canlı örneklerle gösteriyor.

GÜNDELİK HAYAT üzerindeki denetimimizi arttırma yönünde bazı somut önerilerde de bulunan Willis, global teorilerin ancak hayatın üzerimizde bıraktığı izleri, yarattığı ümit ve düşkırıklıklarını, ayrıntıları açımlayabildiği çüde işe yaradığını bir

9 789755390543