cool
bir tavrın anatomisi

d. pountain & d. robins



INTI YAYINLARI

cool-bir tavrın anatomisi • d. pountain & d. robins

DICK POUNTAIN: 1945'te Chesterfield, Derbyshire'de doğdu. Imperial College'da Organik Kimya ve Biyokimya öğrenimi gördü. 1969'dan bu yana çeşitli dergilerde yazarlık, eleştirmenlik ve editörlük yaptı. 1972'de kurulan Dennis Publishing'in kurucuları arasında yer aldı. Halen aynı yayınevinde yöneticilik yapmaktadır.

DAVID ROBINS: Çeşitli akademik kurumlarda araştırmacılık, idarecilik ve öğretim elemanlığı yapmıştır. 1992'den beri Londra'daki bir eğitim vakfının yöneticiliğini yapmaktadır. *Tarnished Vision: Crime and Conflict in the Inner City* (1992), *Just Punishment* (1990) ve *We Hate Humans* (1984) önemli yapıtları arasındadır.

Ayrıntı: 358
Lacivert Kitaplar dizisi: 10

Cool
Bir Tavrın Anatomisi
Dick Pountain & David Robins

İngilizceden çeviren
Aslı Ağca

Yayına hazırlayan
Can Kurultay

Kitabın özgün adı
Cool Rules
Anatomy of an Attitude

Reaktion Books/2000
basımından çevrilmiştir

© Dick Pountain & David Robins

Bu kitabın Türkçe yayın hakları
Ayrıntı Yayınları'na aittir.

Kapak illüstrasyonu
Sevinç Altan

Kapak düzeni
Deniz Çelikoğlu

Düzelti
Sait Kızılırmak

Baskı ve cilt
Mart Matbaacılık Sanatları Ltd. Şti. (0 212) 321 23 00 (pbx)

Birinci basım *2002*
Baskı adedi *2000*

ISBN 975-539-348-X

AYRINTI YAYINLARI
www.ayrintiyayinlari.com.tr & info@ayrintiyayinlari.com.tr
Dizdariye Çeşmesi Sk. No.: 23/1 34400 Çemberlitaş-İst. Tel.: (0 212) 518 76 19 Faks: (0 212) 516 45 77

Dick Pountain & David Robins

Cool

Bir Tavrın Anatomisi

AYRINTI

İçindekiler

— ÖNSÖZ. 9
– Yeni bir bireycilik tarzı. 14

I. *COOL* NEDİR? 18
A. Sürekli hareket eden bir hedef.. . 21
B. *Cool*'un yeni hakemleri. 28
C. *Cool* kişilik. 30
D. *Cool* sözcüğü 34

II. AFRİKA'DAN ÇIKIŞ 39
A. Blues bu sabah yenildi 47
B. *Cool*'un derinlikleri. 51

III. *COOL*'UN DAHA BEYAZ BİR TONU. 57
A. Birinci Dünya Savaşı ve sonrası 60
B. Savaş sonrasında *Cool*. 66
C. *Beat* kuşağı 72
D. Tam bir dönüşüm 75

IV. ONLAR DA *COOL*... 77
A. *Cool* yüklü sahneler 80
B. Sahicilik kültü. 83
C. Hollywood hip oluyor 87
D. Politika domuz pisliğidir. 91
E. Nihilistler, son bir gayret daha. 94
F. Britanya'yı *Cool*'laştırmak. 97

V. *COOL* PARÇALANIYOR. 100
A. Yasadışında yaşamak için dürüst olmalısınız. 102
B. Gelecek diye bir şey yok. 105
C. *Cool* şiddet 108
D. Hırs iyidir 110
E. *Cool* kazanmak için oynar 111
F. Wall Street'in içyüzü 115
G. *Rave* modu 118

VI. *COOL* GÖRÜNMEK.... 120
A. *Cool* bir estetik.. 126
B. Warhol ve fabrik art. 130
C. *Cool* lisanı. 134

VII. *COOL* İLİŞKİLER. 139
A. *Cool* ve toplumsal cinsiyet 144
B. Gay *Cool*.. 150

VIII. *COOL* PSİŞE. 153
A. Göreli mahrumiyet 155
B. Ben buna *Hip*'im. 161
C. Dokunma incinirim. 163

IX. *COOL* OLMANIN KURALLARI 167
A. Rekabetçi tüketim. 172
B. *Cool* ve siyaset 177
C. *Cool* ve küresellik . . . 182

— Kaynakça. 190
— Dizin. 194

TEŞEKKÜR

En çok yardıma ihtiyaç duyduğumuz dönemde, yani projemizin başında, bizden eleştirel önerilerini ve desteklerini esirgemeyen John Lena ve Mark Antliff'e teşekkür etmek istiyoruz.

Ayrıca metinlerimizi ham haliyle okuyarak çok yararlı sezgilerini bizimle paylaşan Mick Gold, David Downes, Nina Fishman ve Marion Hills'e müteşekkiriz. Bizi çok değerli kaynaklara yönlendiren Simon Frazer, Peter Ansorge, Gill Perry, Ana Gruetzner Robins, Teresa Gleadowe, Phil McManus, Nicholas Jacobs ve Michael Coveney'e de teşekkür borçluyuz. Resim araştırmalarındaki yardımı için Jane Ferret'e çok teşekkürler. Son olarak Pineapple'a, yani ilhamımızın doğduğu ve beslendiği yere teşekkürler.

Önsöz

Bu kitabı yazma fikri, kuşaklar arasındaki farklı müzik zevkleri yüzünden yaşanan kişisel çatışmalardan ortaya çıktı. Yeniyetme çocukları olan iki babayız ve *cool* sözcüğünün bir onay terimi olarak yeniden doğduğunu görmüyor olmamız mümkün değil; ama sözcüğün çok farklı nesnelere uygulanmakta olduğunu görmezden gelemeyeceğimiz de bir gerçek – ana-babalara göre Stan Getz ve Charles Mingus *cool*'du, çocuklarına göreyse (bu ay) Wu Tang Clan ve Basement Jaxx *cool*.

Başlangıç olarak ilk aklımıza gelen soru, bizlerin kullanmış olduğu *cool* konseptiyle çocuklarımızın kullanıyor olduğu *cool* konsepti arasında ortak noktalar olup olmadığıydı – müzik seçimlerimizin, saç şekillerimizin ve giyiniş tarzlarımızın sorunun yanıtı ol-

madığı ilk bakışta belli. Peki *cool*'da, kuşaktan kuşağa devam edebilen, değişen müzik ve kıyafet zevklerinden (çekiciliğini hiçbir dönemde yitirmeyen güneş gözlüklerini, bu moda değişimlerinin dışında tutuyorum) bağımsız olan *öz* bir anlam var mı? Kesin olan şeyse, kuşaklardır gençlerin, anne babalarının kullandığı *cool* nosyonunu reddederek yeniden tanımlıyor ve kendilerine mal ediyor olduğudur.

Elinizdeki incelemenin, geniş kapsamlı sosyal-bilimsel bir araştırma olmak gibi bir iddiası yok; çalışmamıza, son 50 yıldaki popüler kültür evrimlerini açıklama konusunda *cool*'dan ne ölçüde yardım görebileceğimizi gösteren bir deneme demek daha doğru olur bize göre. Bu denemeyle, daha sonraki araştırmalar için farklı bakış açıları sağlamayı da amaçlıyoruz ve bu amacın sağlanması açısından, popüler toplum yorumlarından oluşan bir çalışmanın, fazlasıyla titiz, akademik bir incelemeden daha verimli olduğuna inanıyoruz. Araştırmamızda, Afrika tarihinden caz müziğine, 60'ların sinemasından 90'ların çatı katı yaşamlarına kadar *cool*'un ayak izlerinin görüldüğü geniş bir alana yer verdik.

Yöntem olarak, oldukça eklektik bir tarz benimsediğimizi söyleyebiliriz; toplum psikolojisinden kültür antropolojisine kadar uzanan ve aslında özel bir uzmanlık iddia edemeyeceğimiz birçok alanda araştırmalar yaptık. *Cool* nosyonunun farklı kuşaklar üzerindeki etkilerini karşılaştırmak için farklı tarih kesitlerini; *cool*'un kitle hareketleri konusundaki etkilerinin boyutlarını anlamak için sosyoloji ve sosyal psikoloji konularını; *cool* olan kişileri ve bunların 'ötekiler'le ilişkilerini anlamak için psikoloji ve psikanaliz yöntemini; *cool*'un film ve edebiyat dünyasındaki varlığını saptayabilmek içinse görsel ve yazınsal çalışmaları inceledik. Bazı okuyucularımıza göre *cool*'a bakış açımız belli noktalarda, özellikle de kavramı tüketicilik etiğinin merkezine yerleştirerek modernizmle olan etkileşimini anlattığımız yerde, Fredric Jameson gibi bazı postmodernist eleştirmenlerin bakış açısıyla benzerlik gösteriyor olabilir. Oysa biz bu çalışmamızda, postmodern eleştirinin ne dilini ve metin incelemelerini ne de temel çıkarımlarını benimsedik; aksine, postmodern yöntembilimin temel çıkarımlarına çeşitli

şekillerde karşı çıktık – Historisizmi (tarihçilik) ve psikolojiyi benimsememiz bu karşı çıkışlardan sadece ikisi. Eğer, tarih diye bir şeyin olduğunu ve insanların bu tarih sürecinde yaşadığını düşünmekle yöntembilimsel bir naifliğe düşmüşsek suçumuzu kabul ediyoruz. Suçumuz Peter Gay gibi parlak bilim adamlarının kitaplarını okumuş olmaktır; bu yanlış yollara sapmamıza yol açanlar, bize göre tarih çalışmalarında psikanalitik kavramları hiç çekinmeden kullanmakla, şimdilerde moda olan şu kısır yapısökümden daha mantıklı bir iş yapmış olan bilim adamlarıdır.

Kitabımız boyunca tek bir istisna dışında anlamı belirsiz yeni terimler yaratmaktan özellikle kaçındık. Sözünü ettiğimiz istisna ise, kitap boyunca uğraşacağımız *cool** kelimesidir ve bu kelime, bizim farklı tarihi ve yapısıyla kavramaya çalıştığımız temel psikolojik görüş ve tavrı işaret etmek için kullanılmıştır.

Artık bu noktada neden *cool* yerine neredeyse eşanlamlısı olan *hip* terimini tercih etmediğimizi açıklamalıyız. Aslında biz de projemizin başında *hip* terimini kullanmayı düşünüyorduk. Bu tercihimizde, İngiliz basınının *cool* terimini olur olmaz yerlerde kullanmasının etkisi de oldukça büyüktü, ama araştırmalarımız sonunda *cool* teriminin *hip* teriminden daha yaygın ve tarihsel olarak daha uzun ömürlü olduğunu gördük. *Hip* kavramıyla ilgili en etkili çalışma muhtemelen Norman Mailer'ın 1957 tarihli *The White Negro* (Beyaz Zenci) adlı denemesidir. Eser, sevimli ama modası geçmiş argo diline, kırıcı bir şekilde kullanılan ırkçı terimlerine ve artık pek rağbet görmeyen cinsellik ve psikanaliz vurgulamalarına rağmen, *hipster* (neredeyse Mailer'ın yarattığı bir terim) kavramının ana tetikleyicisini ancak çok az sayıda eserin yapabileceği şekilde

* *Cool* sözcüğü, İngilizce metinde özel isim gibi büyük harfle başlatılmıştır. Yazarlar gerekçe olarak şöyle demektedir: "Bu nosyonu, 'cool' kelimesinin diğer anlamlardaki kullanımlarından ayırt etmek için büyük harfle başlatıyoruz." ve devam ediyorlar "Örneğin, popüler konuşmada pek kullanılmayan (ama yine de alakalı olduğu) 'iyi' anlamı, 'serinkanlı' ya da 'telaşsız' kelimeleriyle eşanlamlı olan geleneksel kullanımı veya beyaz şarabın (ya da biranın) hangi serinlikte içilmesi gerektiğini işaret eden anlamları da vardır. Eğer yardımı olacaksa büyük harfle başlayan cool kelimesinin, nosyonun Platoncu (ya da daha iyisi Hegelci) özüyle falan ilgili olduğunu düşünün." Sözcüğün bu anlamlarına kitap içinde önemli bir yer verilmediği için biz, yabancı bir sözcük ve cins isim olarak ele aldık; dolayısıyla italik olarak yazıp Türkçe ek ve takıları kesme işaretiyle ayırdık. (y.h.n.)

kavramayı başarmış. Mailer bu denemesinde *cool* olmayı *hipster*'ların bir niteliği olarak belirliyor ve şöyle diyor: '*...cool* olmak, bir durumun kontrolünü elinde bulundurmaktır, çünkü sıradan olanların beceremediğini başarıyorsunuzdur.'[1] *Cool* kelimesini seçmemizin asıl sebebi ise, sözcüğün *hip* denilen belirli bir tarihsel tezahüre sığınmış olmamasıydı. Biz *cool*'un 50'lerin *hipster*'larından başka birçok grubun özelliği olduğunu ve (*hip*'in aksine) insanları olduğu gibi nesneleri de işaret edebileceğini göstermek istiyoruz.

Elbette *cool*'u keşfetmiş olmak gibi bir iddiamız yok. Müzik ve moda gazetecileri kavramın sınırlarını hafif hafif iteleyerek zaten genişletiyor ve bu yeni uç noktalar için birtakım yeni isimler icat ediyor – Genç kız Gücü, Merkez Gençlik, Yeni Gençler vb. Moda dergilerinin bu ay nelerin *cool* olup nelerin olmadığı konusundaki yüce fermanları sıradanmış gibi gözükebilir; ama günümüzde, geniş bir alana yayılmış birçok işkolunun kâr oranları bu açıklamalara bağlı. Bu sebeple *cool*, sürekli değişen bir moda olarak algılanır hale geldi ve ciddi yorumcular bu manzara karşısında fenomeni analiz etmekten vazgeçti. İnternet'te incelediğimiz *cool* örnekleri açıkça ortaya çıkarıyor ki, kelime özellikle moda, stil ve rock gazetecileri tarafından ve sıklıkla dikkat çekmek amacıyla kullanılıyor; örneğin "*David Bowie: Cool*'u *tükenmiş*" ya da "*Mick Jagger: Ham cool*" sözleri ne demek istediğimizi anlatır. (Bunların ikisini de içine alacak en doğru niteleme *Milyoner cool* olurdu herhalde.) *Cool* kelimesi üzerine benzer bir araştırmayı akademik metinlerde de yaptık. Bu araştırmalar bizi, kültürel çalışmalar alanında 'siberpunk' ve 'hipermetin' denemelerine götürüyor, fakat bu deneme metinlerinin birçoğu da kaynak olarak *Cool Memories* (*Cool* Anılar)* kitabını gösterir. Bu kitap, Fransız düşünür Jean Baudrillard'ın kültür araştırmaları alanındaki denemelerinden oluşur. Kitaba (*Cool Memories*) ismini, kitabın İngiliz çevirmeni uygun görmüştür ve *cool* kelimesi, taşıdığı zarafet, anlayış ve yaşama sevinci çağrışımları sebebiyle seçilmiştir – ya da kulağa çok hoş geldiği için. Oysa Baudrillard'ın ne bu derleme yazılarından birinde ne de diğer çalışmalarında *cool* kavramını irdelediğine ya da doğrudan başvurduğu-

* *Siyah 'An'lar I-II*, çev.: Ayşegül Sönmezay, Ayrıntı Yayınları, 1999. (ç.n.)

na dair hiçbir kanıt yoktur elimizde. Biz fenomeni; 'kültür tüketiciliği' , 'müzikte hiyerarşilerin kalkması' , 'medya kaynaklı cinsiyet rollerinin kırılması' ya da 'kültürel farklılıkların övülmesi' gibi konuları içeren 'muhalif-kültürel pratikler'in bir örneğine indirmekten kaçınacağız ve Thomas Frank'ın da zehir zemberek ifade ettiği gibi 'tüm bunların popüler olmasını sağlayan kültür endüstrileri'nden[2] bağımsız olarak ele alacağız.

Cool kavramı üzerine yapılmış birkaç empirik çalışma var ve biz de kitabımız boyunca yer yer bu çalışmalara başvuracağız. Dikkate değer bir nokta ise tüm bu çalışmaların, Amerika ve Kanada'da 90'lı yıllarda, yani *cool*'un modern tezahürünün oluşum döneminde yayımlanmış olmasıdır. Richard Majors ve Janet Mancini Billson *Cool Pose: The Dilemmas of Black Manhood in America* (Cool Tavır: Amerika'daki Siyah Adamın İkilemleri, 1992) adlı kitaplarında, *cool*'a etnik bir perspektiften yaklaşarak, tavrı Afro-Amerikan erkeklerinin önemli bir özelliği olarak inceliyorlar. *Cool: The Signs and Meanings of Adolescence* (Cool: Ergenliğin İşaretleri ve Anlamları, 1994) adlı kitabın yazarı Marcel Tadesi için *cool*, yaşın belirlediği bir fenomendir ve 'gençliğe özgü bir davranış kalıbı'dır.[3] Peter Stearns, *American Cool: Constructing a Twentieth-Century Emotional Style* (Amerikan Cool'u: 20. yüzyılın Duygu Stili, 1994) adlı kitabında, konuyu daha geniş bir tarihi çerçeve içinde ele almayı tercih eder ve *cool* tavrın giderek popülerleşmesini, 19. yüzyıl duygusallığından kaçışın bir sonucu olarak görür. Kitaptaki Amerikan *cool*'u bölümü, önceki bölümlerde işlenen kıskançlık ve öfke duygularını takiben bu destansı çalışmanın doruk noktası haline geliyor ve Stearns tarafından "Amerikan duygularının tarihçesi" olarak adlandırılıyor.

Thomas Frank'ın *The Conquest of Cool* (*Cool*'un Fethi, 1997) adlı değerli eseri, 60'larda artan Hip tüketiciliğini ve bu tüketiciliğin Amerika'nın genel iş kültürüne dönüşmesini inceleyen ilk detaylı çalışmadır. Frank'a göre "60'larda *cool*, kapitalizmin kendisini algıladığı ve topluma sunduğu yol haline gelmişti"[4] Son olarak romancı Herbert Gold'un anılarından derlediği *Bohemia: Digging The Roots of Cool* (Bohemya: *Cool* Tavrın Kökleri, 1996) adlı ki-

tabı, 50 ve 60'lı yıllarda *cool* tavrın nasıl Amerikalı ve Avrupalı bohem sanatçıların tekeline girdiği konusuna ışık tutuyor.

Tüm bu çalışmalar, kendi etki alanlarında oldukça yetkin olsalar da, bu alanlar oldukça sınırlıdır ve birbirlerinin mıntıkalarına pek nadir girerler – kitaplar sanki beş ayrı *cool* kavramından bahsediyormuş gibi bir izlenim uyandırır üzerimizde. Tadesi sadece yeniyetme yaşam tarzlarının özelliklerinden ve ergenlik narsisizminden bahsederken; Stearns için *cool* 'Amerika'ya özgü' bir kavramdır ve yazar bu kavramın Afro-Amerikan boyutunu görmezden geldiği gibi, politik ve sanatsal alt-kültürlerdeki etkisini de es geçer; Majors ve Billson ise siyahi *cool*'un, yaygın ABD kültüründeki etkisine çok az yer ayırır. Biz, bir adım geri atarak bu fenomeni bir bütün olarak inceleyen ilk çalışma olduğumuza inanıyoruz. Kitap boyunca gerektiği kadar fazla örnekleme yapmaya çalıştık ve çıkardığımız sonuçların geniş kapsamlı olmasına dikkat ettik. Bildiğimiz kadarıyla bu kitap, *cool*'u hakettiği üzere kültürel bir kategori olarak inceleyen ilk kitap olacaktır.

YENİ BİR BİREYCİLİK TARZI

Tezimizi kısaca şu şekilde özetleyebiliriz: *Cool*, ancak 50 yıl kadar önce Batı toplumlarının ana-akımı içinde karşımıza çıkmaya başlar; fakat benzer bir fenomenin izlerine antik Batı Afrika medeniyetlerinde de rastlıyoruz. Bu fenomen, köle ticareti yoluyla Yeni Dünya'ya geçmiş olabilir. *Cool*'a çok benzeyen başka fenomenlere Avrupa kültüründe de rastlarız. Bunlara örnek olarak Rönesans İtalya'sındaki saray soylularının *sprezzatura* kavramını, İngiliz aristokratlarının ünlü soğukkanlılığını ve 19. yüzyıl şairlerinin romantik ironisini gösterebiliriz. *Cool*, Amerika'ya özgü bir fenomen olmasa da modern tezahürünün tohumları 20. yüzyılın ilk yıllarında Amerikalı siyahi caz müzisyenleri tarafından atılmıştır. Kavram daha sonra 30'lu ve 40'lı yıllarda kara polisiye yazarları ve Hollywood senaristleri tarafından keşfedilmiş, nihayet 50'li yıllarda Elvis ve Rock'n'roll tarafından genç beyaz kültüre enjekte edilmiştir.

Thom Gunn, 'isyanı bir tarza dönüştüren' Elvis için yazdığı şiirde *cool*'un özünde barındırdığı hırçın doğayı çok güzel yakalar.

> Rol yapıyor da olsa samimi de olsa
> Hiçbir erkek, takındığı tavrın aslında,
> Kuşaklardır süre gelen bir savaş pozu olduğunu
> Söylemeye zahmet etmez asla.[5]

Cool, 50'lerden günümüze kadar ortaya çıkan bütün gençlik altkültürlerinin önemli bir öğesi olmuş fakat ailelerin kafasını karıştırmak için belli aralıklarla ismini (daha sık bir şekilde de kostümünü) değiştirmek zorunda kalmıştır. Biz, itaat etmeye ve aşağılanmaya karşı bir direniş olarak ortaya çıkan bu tavra, medya ve reklam endüstrisinin 80 ve 90'lı yıllarda nasıl el koyduğunu, genç tüketicilerin kalplerine ve elbette cüzdanlarına giden bir yol olarak nasıl kullandığını göstermeye çalışacağız. Gunn'ın, marjinal bir azınlığın 'savaş pozu' olarak tanımladığı *cool* tavır, sonraki yıllarda farklı anlamlar kazanmıştır. Günümüzde *cool*, popüler kültürün mutlak hakimiyetini eline geçirme sürecindedir. Bu hakimiyet sürecinde çok da fazla zorlanmamasının sebebiyse, günümüzde bireylerin kalplerini ve beyinlerini kazanmaya yönelik rakip tavırların çekicilikten uzak olmalarıdır – örneğin çeşitli milliyetçilik ve kökten dincilik akımları. *Cool*'u yeni bir bireycilik tavrı olarak görmek de mümkün; nasıl ki Max Weber endüstri toplumlarında yaşama disiplini olarak Protestan iş ahlâkının benimsenmesini gösterir, biz de *cool* tavrı endüstri sonrası tüketim demokrasilerinde, hayata adapte olmaya yönelik bir strateji olarak görebiliriz. Bunu doğru kabul etsek bile, *cool* tavrın güçlü anti-sosyal temeli, kendini oy kazanma silahı olarak kullanmaya kalkan siyasetçileri hayal kırıklığına uğratır. Tüm resmi uyarılara rağmen *cool*, sigara, uyuşturucu ve alkolle olan dansına son hızla devam eder. Fenomen günümüzde, kadınlara da açar kapılarını, öte yandan şiddeti artık daha da çok sevmektedir. Hâlâ dikkat çekici, protest kıyafetler ve saç kesimlerini sever, ama artık kaybedenlerden çok kazananların yanında olmayı tercih eder. Hâlâ geceyi sever ve yaşamın uç noktalarında dolaşmayı ister. *Cool* tavır, bizim düşündüğümüz gibi, tüm dünyada-

ki gelişmiş toplumların gençleri arasında da, gelişmekte olan toplumların 'özlem dolu' gençleri arasında da en etkili etik olma yolunda ilerliyorsa, eğitimciler ve sağlık örgütleri tarafından acilen anlaşılmalı ve özümsenmelidir. Eroinin mahvettiği bir gencin resminin olduğu poster gibi fiyaskolar ancak bu şekilde önlenebilir. (Poster acilen piyasadan toplatıldı çünkü resimdeki genci çok *cool* bulan gençler, posteri odalarına asmak için birbirleriyle yarışmaya başlamışlardı.)



Puantiyeler gelip geçer, ama güneş gözlükleri her zaman *cool* olacaktır. 1963'lerde Bob Dylan.

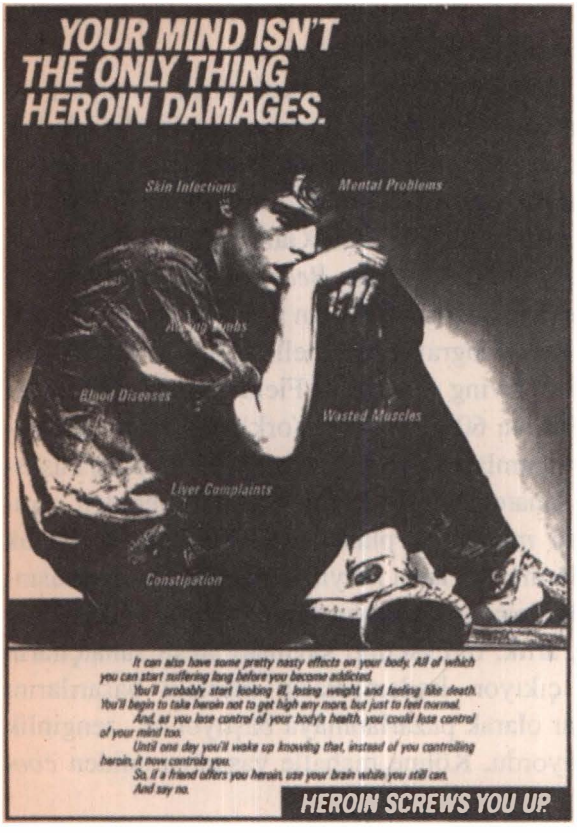
1
Cool nedir?

Dünyanın en büyük giyim markalarından biri olarak kuşaklar boyu önce kovboylara, sonra da gençlere blucin giydiren San Francisco'daki Levi Strauss şirketi, 1999 yılının Mart ayında, ABD'deki fabrikalarının yarısını kapatacağını ve tam 6.000 işçisini işten çıkaracağını açıkladı. Öne sürülen neden satışlardaki düşüştü: Levi's'ın pazar payı, 1990 ve 1998 yılları arasında yarı yarıya azalmıştı. Peki ama ne olmuştu da satışlar aniden bu ölçüde düşmüştü? Yanıt: Levis blucinleri artık *cool* değildi. Neyin *cool* olup neyin olmadığı artık sadece okul koridorlarında değil, alkolsüz içecekten çerez türü yiyecek endüstrisine; kıyafetten araba ve bilgisayar endüstrisine kadar uzanan tüm işkollarının yönetim kurulu odalarında da tartışılıyor. Birçok insana önemsiz hatta çocuk-

ça gelebilecek ayrıntılar, kâr oranlarında çok etkili roller oynayabiliyor ya da bazı insanları işinden edebiliyor.

Son zamanlarda haberlerde *cool* kelimesi eksik olmuyor; bir gün, İngiliz öğretmenlerin gençlerdeki öğrenme isteksizliğiyle baş etmek için "öğrenmenin *cool* olduğu" sloganına başvurmaya karar verdiklerini, diğer bir gün ise David Bailey'nin 60'lardaki fotoğraf çalışmalarının, Londra'daki Barbik Sanat Galerisinde *Cool'un Doğuşu* adıyla sergileneceğini duyuyoruz. *Beat* kuşağı yazarlarından Kerouac, Ginsberg ve Burroughs'a duyulan ilginin yeniden canlandığı art arda yayımlanan biyografilerden belli. *Cool*, emlak fiyatlarını dahi etkiliyor; Mark Irving ve Marcus Field yakınlarda yazdıkları bir kitapta, 50'lerin ve 60'ların New York'unda soyut dışavurumcuların ve diğer ressamların kirli ve havasız çatı katlarına üşüşmesini anlatıyor. Bu sanatçılar tutumlarını, 'kentleri yeniden yapılandırmayı amaçlayan modernist plana karşı bir direniş' olarak açıklıyorlar. Çatı katlarının 90'ların ilk yıllarında, emlak piyasasında rağbet görmeye başlamasıysa başka bir dramatik değişikliğin ifadesi: 'Çatı katları, artık, bireyselliği savunan ateşli sanatçıların mabetleri olmaktan çıkıyor, kodamanların mesleki başarılarını planladıkları mekanlar olarak pazarlanmaya başlıyor ve zenginlik göstergesi haline geliyordu. Köhne mahalle yaşantısı aniden *cool* oluvermişti'[1]

Cool'un bir de karanlık yanı var elbette. Son dönemde Amerikan hip-hop dünyası şiddet olaylarıyla çalkalanıyor; rap şarkıcılarından Tupac Shakur ve Biggie Smalls'a düzenlenen silahlı saldırılar ya da Puff Daddy'ye karşı GBH bulundurmak ve yapımcısına saldırmak suçuyla açılan davalar bunun birkaç örneği sadece. Nisan 1999'da, Colorado Denver'daki Columbine Lisesi'nde meydana gelen olayda, iki kafadar tam 25 öğrenciyi acımasızca katletti. Söz konusu lise medyada dört ya da beş alt-kültüre bölünmüş şekilde tarif edildi; her bir alt-kültür kendini diğerlerinden daha *cool* görüyordu ve yine medyada ileri sürüldüğüne göre, olayın failleri sınai ölçülerde uyuşturucu kullanıyordu. 1999'da patlak veren Kosova krizinde bile *cool* öğeler ortaya çıkmakta gecikmedi; basında çıkan fotoğraflarda dövmeli, bandanalı ve 'Cehennem Melekleri'



*Cool*un bozguna uğrattığı bir hamle. Bir gencin uyuşturucu bağımlılığı yüzünden nasıl mahvolduğunu göstermek amacıyla 1988'de İngiliz Sağlık ve Eğitim yetkililerince hazırlanan poster, yayımlandığından kısa bir süre sonra piyasadan toplatılmak zorunda kaldı; çünkü resimdeki genci çok *cool* bulan gençler, posteri odalarına asmak için birbirleriyle yarışmaya başlamıştı.

baskılı tişörtleri içinde görülen Sırp militanların ve Kosova Kurtuluş Ordusu'ndaki meslektaşlarının albenisi, vazgeçilmez aksesuarları olan kalaşnikoflarla tamamlanıyordu. Nato bombaları Belgrad'ı vururken, şehrin gençleri rock konserlerine gidiyor, sığınaklar yerine diskolarda saklanıyor ve esrar partileri düzenliyordu. 1996 Saraybosna kuşatması sırasında, diskoda geçen bir gecenin sabahında dışarı çıkan Belgrad'lı *clubber*'ların, yöredeki tepelerde yaşayan talihsiz vatandaşlar üzerine rastgele ateş ettiği söylenir. Bu esnada Batı dünyası ise, bir eroin ve kokain (uyuşturucular arasında en *cool* olanlar) bağımlılığının salgın haline gelişine şahit oluyordu.

Bütün bu örnekler ve daha pek çokları, *cool*'un sadece gelip ge-

çici bir moda olmadığını; medyadan eğitime, gayrimenkul piyasasından ekonomiye (hem kayıtlı hem de kayıt dışı) kadar uzanan tüm toplumsal kurumlarımız üzerinde çok önemli etkileri olan evrensel bir fenomen haline geliyor olduğunun göstergeleri. *Cool*'daki iniş çıkışların, bir zamanlar ancak altın piyasasına gösterilen bir ciddiyetle takip edildiğini söylemek, fazla da büyük bir abartı olmaz.

A. SÜREKLİ HAREKET EDEN BİR HEDEF

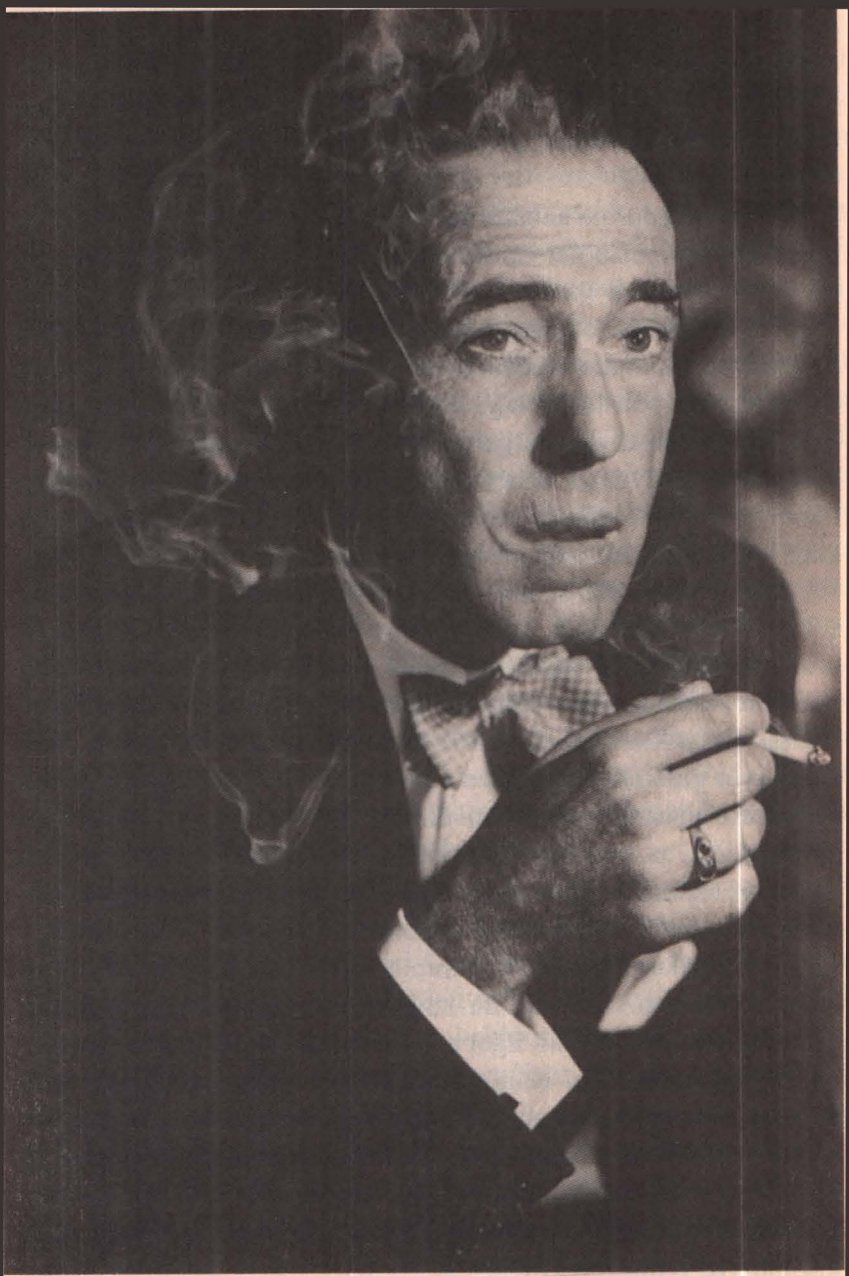
Peki nedir bu *cool*? Bu çok farklı şekillerde yanıtlanabilecek, zor bir soru. İlk başta kavramın ontolojik konumu ile ilgili sorular geliyor aklımıza: *cool* nasıl bir *mevcudiyet*? Bir felsefe mi? Bir dün-



Eğer *cool*, nesnelere değil de insanlara özgüyse, insanların *cool* olarak gördüğü şey bölgeden bölgeye, dönemden döneme ve kuşaktan kuşağa değişecektir. Danny Boyle'un 1996 tarihli filmi *Trainspotting*

ya görüşü mü? Bir din ya da ideoloji mi? Bir kişilik türü, bir davranış şekli ya da bir tavır mı? Zamanın genel atmosferi mi yoksa dünyaya genel bir bakış açısı mı? Kitabımızda, bu tür sorularla çok fazla derinlere inerek uğraşmıyor, bu zevki başkalarına bırakıyoruz. Biz *cool*'u tanımlarken biraz naif bir yaklaşım kullanacağız; etkilerini insan davranışlarında; ya da konuşma, dans, filmler, televizyon programları, kitaplar, dergiler, müzik tarzları, kıyafetler, arabalar, bilgisayarlar, motosikletler gibi insanın yarattığı kültür malzemelerinde gördüğümüz zaman tanıyabileceğimiz bir fenomen olarak kabul edeceğiz. *Cool* oluşun insanın yarattığı bu kültürel malzemelerde kendiliğinden var olan bir nitelik değil de, insanlar tarafından onlara yüklenen bir özellik olduğunu anlamak için uzun araştırmalar yapmamıza gerek yok. Levi Strauss, *cool*'luğun, ürettiği pantolonların kumaşına işlenmiş yaradılıştan gelen bir özellik olmadığını ancak acı bir tecrübeden sonra anlayabildi; bu pantolonları *cool* kılan şey, bunları giyenlerin Levi's'ı algılama şekliydi ve sözünü ettiğimiz algılama şekli birkaç yıl içinde Calvin Klein ve Tommy Hilfiger lehine işlemeye başladı.

Fabrikalarının kapatıldığı dönemde, Levi Strauss'un pazarlama müdürü yardımcısı, "Gençlerin istediği şey arkadaşları arasında kabul görmektir," diyordu (*New York Times*, aktaran Hal Espen). Bize sadece yarım bir cevap sunan bu düşünce aynı zamanda Levi Strauss'un yanlış politikasının da açık bir göstergesidir. Gençlerin asıl istediği şey; arkadaşları tarafından 'kabul edilebilir' görülürken, ailelerinin gözünde de 'kabul edilemez' olmaktır. Levi's'ın 50'li yıllarda *cool* olmasındaki asıl etken, bu kıyafetlerin işçi sınıfıyla ilgili çağrışımlar taşıyor olmasıydı; işçi kıyafetleri, daha dayanıklı olduğu için blucin kumaşından yapılıyordu. 50'li ve 60'lı yıllarda orta sınıfa mensup bir gencin gri flanel kıyafetler yerine blucin giymesi sembolik bir isyan tavrıydı. Ama 90'lı yıllara geldiğimizde, isyanlarını giyim tarzıyla yansıtan o dönem gençler, karşımıza blucinlerini giymeye devam eden anne babalar olarak çıkıyor; bu da demektir ki onların çocukları, isyanlarını ifade etmek için başka yollar bulmak zorundadır. İngiltere'de 1998 yılında yapılan bir tüketici anketinin hayli ilginç bir sonucuna göre; blucinlerin



Cool kişi riskli yaşantıyı sevdiği sürece resmi olarak yapılan 'sağlığa zararlıdır' uyarıları sigarayı daha da çekici bir hale getirecektir. Humphrey Bogart (1899-1957)

otuz yaşın altındakiler arasında *cool*'luğunu kaybetmesinin neredeyse tek sorumlusu Jeremy Clarkson'du; arabalar hakkında bir televizyon programı olan *Top Gear*'ın orta-sınıfa mensup, saldırgan tavırlı (ve sürekli blucin pantolon giyen) sunucusu Jeremy Clarkson.

Demek ki *cool*'un kabaca bir tanımına ulaştık. Bu tanım, nosyonun daha sonraki bölümlerde inceleyeceğimiz farklı özelliklerine geçene kadar bize yardımcı olabilir. *Cool*, bireyler ya da küçük gruplar tarafından otoriteye karşı koymak amacıyla benimsenen muhalif bir tutumdur – sözünü ettiğimiz bu otorite aile de olabilir bir öğretmen, polis, patron ya da bir hapishane gardiyanı da. Daha kısa bir şekilde söylemek gerekirse biz *cool*'u *kalıcı kişisel* bir isyan olarak görüyoruz. Kalıcı dedik çünkü *cool* olmak, 'yaşadığınız bir evre' ya da 'zamanla kaybedeceğiniz bir özellik' değil de, bir kere kazandığınızda ömür boyu sürdüreceğiniz bir tutumdur; kişisel dedik çünkü *cool* olmak, 'kolektif siyasi' bir tepki değil, bireysel bir karşı koymanın yansımasıdır. Bu karşı koyuş, kendini tiz sesli sloganlarla ön plana çıkarmak yerine, ironik bir kayıtsızlık maskesi ardına saklar. *Cool* tavır, Batı toplumlarındaki insan ilişkilerinde en baskın ilişki tipi olma sürecinde seküler bir erdem haline geliyor giderek. Günümüzde artık hiç kimse 'iyi' olmak istemiyor; herkesin isteği sadece *cool* olmak. Bu istek sadece gençlerle de sınırlı değil, az sayıda da olsa 60'lı yılların muhalif-kültüründen kalıcı bir biçimde etkilenen ve bugün 50 yaşın üzerinde olan insanlarda bile *cool* olma eğilimi görüyoruz.

Bu bulgularımız, *cool*'u tanımlarken ikinci bir zorlukla karşı karşıya bırakıyor bizi: Bu da kavramın değişebilme, değişkenlik gösterebilme yeteneğidir. Eğer *cool* nesnelere değil de insanlara özgüyse, insanların *cool* olarak gördüğü şey bölgeden bölgeye, dönemden döneme ve kuşaktan kuşağa değişecektir. Umutsuzca '*cool*'luk formülünü' arayan Levi Strauss yöneticileri biliyorlar ki, ürettikleri pantolonlar tarihin bir cilvesiyle *cool* statüsünü kazanmıştı ve artık sadece iyi bir pazarlama stratejisi bu statüyü yeniden kazanmaya yetmeyecektir.

Cool'un, gençlerde ezelden beri var olan 'komik duruma düş-

me ve alay edilme korkusu'na karşı panzehir olmak gibi bir anlamı her dönemin gençleri arasında belli ölçülerde var olsa da; *cool* olmak, bir yandan birey haline gelirken, öte yandan da bir grup tarafından kabul edilmek gibi hassas bir denge üzerine kuruludur. Yani *cool* olmak bireysellik, aidiyet ve bu ikisi arasındaki gerilimle ilgilidir. Bir kere *cool* olduğunuzda bu etiket sizi kolay kolay terk etmez. *Cool*'un modern haliyle ortaya çıktığı 1950'lerden başlayıp günümüze kadar gelen dönemi incelediğimizde, şu anda hayatta olan ve *cool* nosyonundan etkilenen en az dört farklı kuşağa rastlıyoruz. Bu dört farklı kuşağın her birinin farklı bir *cool* tarifi var. İlginç olan şeyse bu tariflerin birbirleriyle neredeyse taban tabana zıt olmalarıdır. Otuz yaşının altındaki uyuşturucu bağımlıları arasında yapılan bir araştırmanın sonucuna göre, bu gençlerin önemli bir çoğunluğunun anne babası 60'lı ve 70'li yıllarda (kendileri *cool*'ken) uyuşturucu kulanmışlar ve şimdi çocuklarına ne söyleyecekleri konusunda şaşkınlık yaşıyorlar. Birbirini izleyen her kuşağa göre 'gerçek' *cool* saf ve sadece kendilerinin bildiği bir şeydi – kendi dönemlerinde icat edilmişti; 50'lerin caz kulüplerinde, 60'ların hippi festivallerinde, 70'lerin punk patlamasında. *Cool*'u oluşturan öğelerden birisi de, marazi yaşlanma korkusundan kaynaklanan genç kalma sendromudur – ellili yaşlarındakilerin '*Get off of my cloud*' şarkısı eşliğinde dans ettiği partilerde bulunan herkes *danse macabre*'yi* izliyormuş gibi bir duygu yaşar.

Diğer taraftan *cool*, belli konularda (özellikle seks ve kinizm) yaşının çok üstünde davranışlar benimseyen yeniyetmelerle ve 60'larda kendi benimsedikleri isyankar ve ayrıksı tutumların artık alelade şeyler olarak görüldüğünü fark eden yaşlı *hipster*'larla da bağlantılıdır. Günümüzde kent sokaklarını, kafeleri, sinemaları, tiyatro ve barları dolduran coşkulu gençlere göre saç uzatmak veya burun deldirmek, artık oldukça ılımlı olan toplumsal ifadeler, (60'ların Çılgın Londra'sında 10.30'dan sonra açık olan tek mekanın Burger barı olduğunu çok çabuk unuttuk.)

Ayrıksı kıyafetler ve saç kesimleri, *cool*'luğu işaret eden ana göstergelerden olagelmiştir her dönem; ama bunu kabul etmemiz

* *Danse macabre:* Ölüm dansı. (ç.n)

cool olmayı bir moda meselesi olarak gördüğümüz anlamına gelmez. Evet, moda *cool*'un kendini sergilediği alanlardan biridir ama *cool* bundan daha derinlere, edebiyat dünyasının ilk *cool* kahramanı olan Hamlet'in de dediği gibi 'içinde, görünüşten öte şeylerin' olduğu derinlere nüfuz eder. *Cool* olmak, kimi zaman parodileştirildiği üzere duygusal bir sığlık ya da tutku ve coşku eksikliği değildir. *Cool*'un asıl çalışma alanı daha içerilerdedir. Örnek vermek gerekirse, tüm parasını deodorantlara ve Tommy Hilfiger kıyafetlere yatıran, aynaya baktığında karşısındaki görüntüden son derece memnun olan ama aslında gerçek duyguları yüzeye çıkar da, yarattığı izlenimi mahvederse diye korkan on yedi yaşındaki bir delikanlının yaşadığı *cool* duygusu; ya da başarılı ve modern bir genç kadının kaba saba, ağzı bozuk bir adama kendini köle olarak adarken hissettiği *cool*'luk. Pek çok modern ego, güçlü bir tinsel yapıştırıcı olan *cool* ile birbirine tutturulmuştur. Dikkatlice işlenmiş ve geliştirilmiş *cool* tavır, en yoğun duyguların, en zorba duyguların üzerini örtebilir. Amerikan kenar mahallelerinde benimsenen sokak kültüründe *cool* olmak, *gangsta rap* müziğinde de övüldüğü gibi, saygınlığın öyle önemli bir gereğidir ki, insanlar bu uğurda cinayet bile işleyebilir.

Cool olmayı erkeklere özgü bir fenomen olarak görmek, genç erkeklerin tavus kuşu gibi kabarma gösterisinin ya da duygusal kayıtsızlığının abartılmış bir tezahürü kabul etmek oldukça ayartıcı bir düşünce olsa da *cool* bundan daha karmaşık bir konudur. 50'li yılların ilk *cool* rollerinde görmeye alışık olduğumuz James Dean, Frank Sinatra, Marlon Brando, Montgomery Clift gibi aktörlerin, geleneksel sert erkek tipinin yerini alan efemine erkek tipini temsil ettiğine dair bir görüş var. Bu aktörler sayesinde, rağbet edilen erkek tipinde olması gereken bir özellikmiş gibi gösterilmeye çalışılan maço tavrın hızı kesilmiştir. Gay kültürünün *cool* tavrın gelişmesine olan katkıları ise anlatacağımız başka bir hikayedir. Ayrıca film ve popüler müzik dünyasında Garbo'dan Stanwyck, Dietrich ve Bacall'a, Billie Holiday'den Nico ve Chrissie Hynde'ye kadar uzanan geniş ve kalıcı bir *cool kadınlar* topluluğu da vardır. Yeni bir seküler erdem olarak *cool*, artık erkeklere olduğu kadar, sosyal

konutlarda yaşayan bekar annelerden becerikli televizyon yöneticilerine kadar birçok kadına da esin kaynağı oluyor.

Cool hakkında doğru olduğu sanılan yanlışlardan bir diğeri de *cool*'un, ABD'nin kültür emperyalizminden başka bir şeyi temsil etmediği, yani giderek tüm dünyaya yayılan Amerikan popüler kültürünün bir ürününden ibaret olduğudur. Bu yanılgı hem yüksek kültür temsilcilerinin hem de bunların solcu muhalifleri arasında aynı oranda yaygındır. Günümüzdeki *cool* tavrın köklerinin oluşmasında savaş-öncesi Amerikan siyahi kültürünün; kabul görmesi ve yaygınlaşmasında ise Hollywood filmlerinin ve rock müziğinin önemli etkileri olduğu elbette doğrudur. Ama biz, benzer fenomenlerin çok farklı ülkelerde ve yüzlerce yıl sonunda şekillendiğini göstereceğiz. Hatta savaş sonrası dönemde bile *cool*'un önemli bir ölçüde Avrupa etkileriyle şekillendiğini söyleyebiliriz, İngiliz pop müziği ve mizah anlayışı *cool*'a etki eden Avrupalı unsurlardan sadece ikisidir.

Cool, içinde yaşadığınız toplumun ana akımındaki gelenek, görenek ve temel ahlâk kurallarının sizin mantığınıza uymadığını ve bu kuralların sizin üzerinizde geçerli olmadığını ifade eden isyankar bir tutumdur. Bu tutum, sınırları sıkıca belirlenmiş arkadaş grupları içerisinde, arkadaş ilişkilerine oldukça değer veriyor olsa da, içedönük ve bireyseldir – aslında *cool*, geleneksel aile bağlarını ortadan kaldırmak ister çünkü çok talepkar ve müdahaleci olan bu bağlar, bireye, kendini keşfedebileceği yeterli olan boş alan bırakmaya yanaşmaz. *Cool* adamakıllı hazcıdır, fakat bu hazcılık, sık sık kendine zarar verme boyutlarına çıkar ve olaylar ölümle oynaşma sınırlarına varır; bunlar kaza, intihar, ya da her ikisinin müphem bir karışımı olan durumlardır (örneğin bir motosiklet kazası ya da kafaya poşet geçirerek orgazmı uzatma yöntemi gibi seks denemelerinden kaynaklanan ölümler). *Cool* bir zamanlar asi ruhlular ya da köleler, mahkumlar, siyasi muhalifler gibi baskı ve zulüm altındaki insanlar tarafından benimsenen bir tavırdı. Bu insanlar açıkça gösterecekleri bir isyan tavrı karşısında şiddetle cezalandırılacaklarını bildikleri için, itaatsizliklerini, dışavurmak yerine ironik bir kayıtsızlık tavrı ardına saklıyor, kendilerini baskıcı otoritenin mer-

kezinden uzaklaştırıyorlardı. 1950'lerde bu tutum, sanatçılar ve entelektüeller arasında oldukça yaygındı ve *cool*'un popüler kültüre sızmasında bu tür kişiler hayli etkili olmuştur. Günümüzde ise bu tutumun toplumda, hatta (belki de *özellikle* demeliydik) zengin ve öncelikli sınıflar arasında bile iyice baskınlaştığını görüyoruz. *Cool*, sözünü ettiğimiz zengin ve öncelikli sınıfların, toplumsal açıdan kendilerinden daha alt sınıflarda bulunan kimseleri denetim altına almak için kullandıkları silahların en sonuncusudur. Günümüz *cool*'u, içinde onlarca yoksul aileyi barındıran sosyal yardım kuruluşlarına ait ve apartmanlarda da, milyon dolarlık çatı katlarında da aynı oranda benimsenmiş durumdadır. Aşırı noktalarda *cool* tutum, insanları ailelerinden koparmak ve bağımlılığı özendirmek üzere manipule edici bir strateji haline bile getirilebilir; Charles Manson ya da Waco trajedisinden hatırlayacağımız Branch Dravidians tarikatının lideri David Khoresh gibi veya peder Jim Jones gibi 'kontrol manyakları' ya da Bagwhan Shri Rajneesh gibi sözüm ona gurular, *cool*'u, kişiliklerinin manipule edici gücü olarak kullanmıştır.

B. *COOL*'UN YENİ HAKEMLERİ

Eğer *cool* yeni bir erdemse, bu erdeme karşı işleyebileceğimiz en büyük suç "yargılayıcı" olmak, başka bir kimsenin hayat tarzı hakkında aşağılayıcı yargılarda bulunmaktır. İşleyebileceğimiz ikinci en büyük suç ise, bizim de bu kitapta yapmaya çalıştığımız üzere, *cool*'u tanımlamaya ve analiz etmeye çalışmaktır. Aslında burada apaçık bir çelişki var, çünkü *cool*'un kendisi yargılayıcı ve dışlayıcıdır. Yargılayıcı ve dışlayıcı diyoruz çünkü *cool* kendisini, sadece nelerin *cool* olmadığını göstererek tanımlayabilir. Ancak, *cool*'un kendi doğasının anlaşılmasına koyduğu bu yasak, kitle iletişim araçlarının neyin *cool* olup neyin olmadığını takıntılı biçimde tartışmasını da *demi-monde** *cool* öncüleri tekrar tekrar keşfetmeye çalışan sayısız röportajın ve sonu gelmeyen Top-On listelerinin ya-

* (Fr.) Yarım dünya; Tabir, tam bilinmeyen, tamamen kabul görmemiş anlamında kullanılıyor. (ç.n.)

yınlanmasını da engellemiyor. Aslında bu söylediklerimiz altında daha can alıcı bir soru yatıyor: "Neyin *cool* olduğuna kim karar verecek?" Bu kararı her kim veriyorsa, elinde büyük bir güç tuttuğu kesin.

Gazeteciler de bu gazetelerin reklam-tanıtım sorumluları da *cool*'u, ele geçirilmesi oldukça zor olan genç yetişkinler piyasası için bir yem olarak kullanmaktan hiç çekinmiyor. İngiltere medyasındaki tuhaf değişimi fark etmeyen pek az okuyucu vardır; *The Times*, *The Telegraph*, *The Observer*, *The Independent* ve *The Guardian* gibi ciddi gazeteler, son yıllarda neredeyse tanınmaz hale geldi. Asıl görevleri olan haber yayma işini televizyonlara kaptıran bu *ciddi* gazeteler, '*cool*'un muzaffer yükselişini yansıtacak güvenilir haber sütunları'nı garantilemek üzere moda ve stil basınından onlarca köşe yazarı ve editörü işe alarak yaşam tarzı ve yorum satmaya başladılar. Benzer bir eğilime televizyon programcılığında da rastlıyoruz. Örneğin 90'ların ünlü bir medya patronu (iş arkadaşları arasında '*cool* kral' olarak tanınır) sahibi olduğu kanalda, bu kanalın '*hip imajı*'nı koruyacak ya da sağlamlaştıracak programları yayınlatıyordu sadece. Ama anlaşılan bu tip stratejiler de gazetelerin tirajında ve TV izlenme oranlarında görülen düşüşün önüne geçmeyi başaramıyor.

İngiltere'de 1997 seçimlerini Yeni İşçi Partisi Hükümeti'nin kazanması, köşe yazarları arasında '*Cool* Britanya' nosyonu hakkında bir cepheleşmeye neden oldu. Bazı köşe yazarları bu uydurma kavrama karşı çıkarken, diğerleri bu fikri ateşli bir şekilde destekliyor, ve taraflar arasındaki savaş, yazısında *cool* sözcüğünü kullanmak, bu sözcükle ilgili daha çok kelime oyunu yapmak şeklinde veriliyordu. Hatta bir gazete *cool*'u yılın kelimesi seçti. Kuşe kağıtlara basılmış bol resimli moda dergileri, kelimeyi, insana kendini iyi hissettiren etkisini sömürürcesine kapaklarına bolca serpiştirip durdular. Elbette kulübe katılmak için dergilerin ortalama fiyatı olan 2.50 poundu ödemek gerekiyordu. Daha sağduyulu olan birkaç yorumcuysa riskli bir artçı harekâta başladı. İngiliz televizyon eleştirmeni Desmond Christy (*The Guardian*, 3 Temmuz 1997), bu durumdan ironik bir üslupla yakındı: "Eğer birçok soru ve durum kar-

şısında *cool* kelimesini yeterince kullanmıyorsanız medyada bir işe girmeniz artık mümkün değil.[2] İşte size birkaç örnek:

> 'Dün geceki *Gizli Dosyalar*'ı nasıl buldun?', cevap: '*cool*!', 'İşçi partisine oy verdim', tepki: '*cool*'. Eninde sonunda sistemin nasıl çalıştığını anlıyorsunuz ve artık 'söyleyecek söz bulamamak' gibi bir sorununuz kalmıyor."

The Independent On Sunday'de "Gerçek *cool* rehberi" başlıklı saçma bir makale yayınlandı. Bu makalede "*cool* Britanya" kavramına muhalefet gösterenlere karşı açık bir saldırı vardı: "*cool* elbette çok önemlidir" diye geveliyordu, "*cool*, bizim olmak istediğimiz her şeyin bir toplamıdır. *Cool* bir imge ya da konuşma, bakma, hareket tarzı değildir. *Cool* bir varoluş şeklidir." Bu makale, *The Guardian* gazetesini "*Cool* Efsanesi" adlı bir makale yayınlamaya itti. Bu yazıya göre *cool*, bir İngiliz plak firmasıyla bir Amerikan dondurma üreticisinin ortaklaşa uydurduğu bir pazarlama hilesinden başka bir şey değildi. Bu medyatik çarpıtmaların eğlendirici olduğu kesin, ama bunların *cool*'un gerçekte ne ifade ettiğini anlamamız konusunda bize en ufak yardımları olamaz.

C. *COOL* KİŞİLİK

Cool birçok farklı toplumda, farklı tarih dönemlerinde ortaya çıkan ve farklı toplumsal fonksiyonlar üstlenen bir tutum ya da kişilik tarzıdır. Bununla birlikte *cool*'un, bütün tezahürlerinde de üç ana kişilik özelliğinin özel bir birleşiminden oluştuğunu fark ederiz. Sözünü ettiğimiz üç kişilik özelliği; narsisizm, ironik kayıtsızlık ve hazcılıktır.

Narsisizm, kişinin kendine, özellikle de fiziksel görünümüne duyduğu aşırı hayranlıktır. Narsis kişi, dünyanın kendi çevresinde ve kendi fikirlerini paylaşarak döndüğüne inanır. Narsisizm, en pozitif tezahüründe makul bir benlik kutlamasıdır; daha negatif tezahürlerinde bile, kişinin kendine olan güvenini zayıflatan baskıcı or-

tamlara etkili bir biçimde adapte olmasını sağlayan bir yanı vardır. Baskıcı dediğimiz bu ortamlar sadece yoksulluk, siyasi baskı, zorbalık gibi deneyimlere maruz kalmayı değil, gelişmiş dünyanın şan ve şöhret etrafında dönen tüketim demokrasilerindeki baskıları da içine alır. Kuşku yok ki püriten kültürlerde narsisizm günah olarak görülen kibir kavramıyla özdeşleşir.

İronik kayıtsızlık, kişinin gerçek duygularını gizleyerek bu duyguların tam tersini göstermesidir. Tehlike anında kişinin sıkılmış bir ifade takınması ya da küçük duruma düşürülen bir kişinin eğleniyormuş gibi bir tavır takınması, bu karşıt tepki geliştirmelere örnektir. Felsefeciler ironiyi birçok kategoriye ayırmıştır; örneğin Sokratçı ironide kişi, aklındakilerin sadece bir kısmını söyleyerek



1961, San Francisco. Bir polis memuru, Lenny Bruce üzerinde uyuşturucu araması yapıyor. Esprilerinde kasti olarak ırkçı lakaplar kullanan ve böylece bu lakapların kırıcı etkisini bir nebze azaltmayı amaçlayan Leny Bruce, 'marazi-mizah' anlayışına yeni bir soluk getirmiştir. Bu yaklaşım, günümüz *cool*'unun içine öyle bir işledi ki, nosyonun yalın içtenlik tavırlarına kapısını kapatması kaçınılmaz oldu.

karşısındaki hasmında sahte bir güvenlik duygusu yaratırken, aslında kafasında öldürücü darbeleri hesaplar. Nietzsche'nin aforizmalarında örneklerini gördüğümüz romantik ironide ise, her şeyin gerçekliğini sorgulayan derin bir kuşkuculuk vardır. *Cool* ironi ise yukarıdaki her iki tavrı birleştirerek, ironiyi hem saldırı hem de savunma durumlarında aynı oranda etkili olan sözlü bir silah haline getirir. Bu sözlü silahlar, savunmacı *cool* kişiliğin oluşturulması açısından çok önemlidir; ironi, kişinin 'uygar' maskesini çıkarmadan kırıcı olmasına imkan tanır. Örneğin, Afro-Amerikan kültüründe, otorite konumundaki beyazlarla konuşma şekli öyle abartılı bir boyun eğme ve körü körüne itaati vurgular ki sonuçta vurgulanan tek şey aşırı küstahlık olur. Yahudi esprileri de benzer bir savunmacı-saldırgan alay geleneği taşır. 60'ların bu geleneği taşıyan komedyenlerinden Mort Sahl ve Lenny Bruce, bu marazi-mizah anlayışına yeni bir soluk getirmiştir. Örneğin bu iki komedyen esprilerinde kasti olarak ırkçı lakaplar kullanıyor ve böylece bu lakapların kırıcı etkisini bir nebze azaltmayı amaçlıyorlardı. Bu ironik espri tarzı modern *cool*'un içine öyle bir işledi ki, kavramın yalın içtenlik tavırlarına kapısını kapatması kaçınılmaz oldu; Quantin Tarantino da araba koltuğuna saçılmış beyin parçacıklarının temizlenmesine gerçek bir gülünçlük katabiliyor.

Cool'u oluşturan üçüncü özellik yani hazcılık için uzun açıklamalara gerek yok; belki şunu söylemek gerek: *Cool* hazcılığı, duygusal hazdan ziyade dünyevi, maceracı hatta sefahatçi bir aleme yöneliktir. *Cool* hazcılığı en açık haliyle, Amerikan anayasasında ülküleştirilmiş olan mutluluk takipçiliğidir ve de Tocqueville tarafından 'fiziksel memnuniyete düşkünlük, insanın kendini sürekli daha iyi hale getirme arzusu, rekabet hırsı ve başarma duygusunun büyüsü' olarak tarif edilmiştir. Oysa Freud'dan çok önceleri, Shakespeare'den tutun da Balzac'a kadar uzanan pek çok edebiyat ustasına, mutluluk takipçiliğinin çözümlenmesi bu kadar basit gelmemişti; Byron'lara, Billie Holiday'lere, Charlie Parker'lara ve Hunter S. Thomson'lara göre de başarma duygusunun bu büyüsü daha farklı, daha kasvetli duygularla gölgelenmişti.

Şimdi, kısaca değindiğimiz bu kişilik özelliklerinin bireşimin-

den oluşan *cool*'la ilgili üç ana sav oluşturmaya çalışacağız. İlk olarak şunu söyleyebiliriz ki *cool*, kültür aracılığıyla taşınan ve tarihsel izleri sürülebilen bir 'sendrom' olarak tanımlanacak tutarlılığa sahiptir. İkinci olarak; *cool*'un, Avrupa ve Amerikan püriten gelenekçileriyle arası hiç iyi olmamıştır; son birkaç yıl öncesine kadar bu toplumlarda bir çeşit sosyal sapkınlık veya isyan tavrı olarak karşımıza çıkıyordu. Son olarak *cool*'un artık bu isyan statüsünü giderek kaybetmekte ve günümüzün tüketici kapitalizminin en baskın etiği haline gelmekte olduğunu söyleyebiliriz. Tartışacağımız noktalarsa: *cool*'un, savaşçı toplumlarda genç erkeklerin saldırganlığını kontrol altına almasını sağlayan dini bir etikten, köleliğin onur kırıcılığına karşı bir savunma mekanizması haline nasıl geldiği; daha sonra endüstriyel kapitalizmin konformizmine karşı bir çeşit isyan tavrına nasıl dönüştüğü; ve günümüze yaklaştıkça da tüketici kapitalizmdeki rekabet baskısıyla baş etmeye yarayan bir mekanizma haline nasıl geçtiği.

Bu son söylediğimiz bizi *cool*'un temel paradokslarından biriyle karşı karşıya getirir. Şöyle ki; *cool*, toplumun kuralları ile oynamayı reddeden kayıtsız ve heyecansız bir başkaldırı olmasıyla bir taraftan rekabetin antitezini oluştururken, diğer taraftan bu tavrın, ateşli rekabet içgüdülerini gizleyen sığ bir tutum olduğunu fark ederiz. *Cool*'un bu rekabetçi yönü, kendini en çok sekste başarı konusunda ve neredeyse aynı ölçüde giyim alanlarında gösterir ki kitabımız boyunca birçok farklı yerde bu iki konuya tekrar tekrar değineceğiz. Eğer bu paradoksun varlığından şüphe eden ya da sınırlarını belirlemekte zorlanan okuyucularımız varsa daha belirgin bir örnek verebiliriz; tüm kağıt oyunlarının en *cool*'u olan pokerde, bir avuç insan, bir iskambil destesi aracılığıyla *cool*'luklarını kapıştırırlar; elbette hedef yine psikolojik ve maddi zaferdir.

Çalışmamız boyunca *cool*'u belirli bir politika içeren bir ideoloji olarak sunmayacağız; aksine, kovboy maçoluğundan hayvan hakları savunuculuğuna, barışseverlikten terörizme, serbest ekonomi hayranlığından anti-kapitalist anarşizme kadar uzanan şaşırtıcı çeşitlilikteki ilke ve inançların içinde rastlarız *cool*'a. *Cool* etiğini ve estetiğini, birbirinden bu kadar farklı tezahürlerde bile iş üstün-

de gördüğümüzde tanırız. Güneş battıktan sonra hâlâ güneş gözlüğü takmak gibi sıradan bir duruma göz atalım: Güneş yokken güneş gözlüğü takan bu kimse bir film ya da rock yıldızı da olsa, Ibiza sokaklarında rastgele gezen on sekiz yaşında bir delikanlı da olsa, ya da bir gerilla lideri yahut bir Latin Amerika diktatörü de olsa, bahsettiğimiz tavırda hep aynı kaygısızlık ve narsisizm çağrışımları vardır.

D. *COOL* SÖZCÜĞÜ

Cool'un anlaşılmasında yaşanan karışıklığın en önemli sebebi aslında kelimenin kendisidir. Çünkü kelimenin fizikteki anlamı olan düşük ısıdan yola çıkılarak oluşturulmuş birbirine yakın birçok mecazi anlamı vardır. Örneğin, *The Oxford English Dictionary* şu tanımı önerir:

> *Cool:* Heyecan ve coşku duygusunu kaybederek daha hevessiz ve tutkusuz hale gelme. Tutku ve duygulardan etkilenmeyen, heyecansız, uzun uzun düşünen, sakin.

Jonathan Green ise *Dictionary of Slang*'da (Argo Sözlüğü, 1998) *cool* kavramının sokaktaki kullanımlarını veriyor:

> *Cool:* 19. yüzyıl sonlarında: iyi veya hoş veya memnun edici; 20. yüzyılda: sakin, kendine hakim, bilinçli ve sofistike; 1940'larda: moda olan, modaya uygun.[3]

Bu anlamlar kuşku yok ki *cool* tavrın önemli bir yönünü tarif ediyor; ama onu soğukkanlı ve moda anlamına gelen diğer tutumlardan ayıran aykırı niteliklerini, yani alaycılığını ve cüretkârlığını hiç yansıtmıyor. 1999'un Nisan ayında, *The London Evening Standart* gazetesinin mektup köşesine yazan bir okuyucu, kelimenin bu kısıtlı anlamının en azından 19. yüzyıl ortalarına kadar uzandığını iddia ediyor ve Dickens'ın "*Pickwick Papers*" adlı romanında kullanıldığını hatırlatıyordu: " [at arabasının sürücüsü] mendilini çıkar-

dı ve alnını sildi; böyle yapması kısmen bir alışkanlıktan, kısmen de yolculara ne kadar *cool* olduğunu ve tek elle dört at sürmenin kendisi kadar usta kişiler için ne kadar kolay bir şey olduğunu göstermek istemesinden kaynaklanıyordu." Bu mektup üzerine başka bir okuyucu da mektup yazarak, kelimenin Chaucer tarafından daha ironik bir şekilde nasıl kullanıldığını gösterdi: 'Sen aslında bunun oldukça *cool* olduğunu düşünüyorsun, ama aslında adam aptalın teki.'

Artık *cool*'un iyi, güzel ve modaya uygun anlamlarındaki kullanımı, Kuzey Amerika ve İngiltere'de (hatta resmi dili İngilizce olmayan birçok ülkede) ilkokul çocuklarından yüksek öğrenim çağındakilere kadar uzanan genç kuşak arasında beğeni ve onayı işaret eden evrensel bir terimdir. ABD'de lise öğrencileri üzerinde uygulanan bir dil kullanımı anketinin sonuçlarına göre, *cool* kelimesi %91.57'lik kullanım oranıyla diğer tüm argo tabirlerin önüne geçer. Peki bu sonuç, *cool* kelimesinin iyi kelimesinin tam olarak eşanlamlısı olduğu ve daha derin bir içeriği olmadığını mı gösterir? Aksine *cool'un* bundan farklı olan ama pek sık algılanmayan başka bir anlamı daha vardır; bir müzik albümünü, bir filmi ya da bir içkiyi 'çok iyi' ya da 'çok kıyak' diye tanımlayan birine kıyasla, "*cool* !" diye tanımlayan birisi, cümlesini ne kadar gösterişsiz kurmuş olursa olsun, artık asla 'beş para etmez' veya 'banal' biri olamaz çünkü *cool* kelimesini kullanan kişi de artık *cool*'dur. İlkokula giden dokuz yaşındaki bir çocuk elbette bu tip çağrışımları ilk önceleri anlayamaz, ama o da zamanla çevresinin gözünde hangi nesne, tavır ve davranışların *cool* olup hangilerinin olmadığını kavrayacaktır. Çocuk bu kavrayıştan sonra *cool* kelimesini kullanmaya başlamakla gayri resmi ve alternatif bir toplumsallaşma sürecinin içine girmiş olur. Bahsettiğimiz bu durumu oldukça iyi kavramış olan Peter Stearns bir yazısında şöyle diyor: ".....*cool* kelimesi bu durumda duyguları örten, utandırıcı olabilecek aşırılıkları gizleyen bir perde görevini görür..... Bu kelimeyi kullanmak, insanın karşısındakine vermek istediği izlenimi yaratma sürecinin bir bölümüdür."[4]

Aslında birçok bağlamda *cool* kelimesi iyinin tam zıddını ima

edecek şekilde kullanılıyor. Birisi "Kokain çekmek çok *cool*'dur" dediğinde kokain almak iyi bir vatandaşın görevidir ya da kokain almak sağlığınız için iyidir demek istemez; demek istediği kokain çekmenin yoğun bir haz verdiğidir. Üstelik kokain çekmenin yasadışı olması durumu daha heyecanlı, sizi de arkadaşlarınızın gözünde daha *cool* hale getirir. 'Dehşet' gibi *cool-argo*'suna özgü birçok tabirin ya da 'hassiktir!', 'bok!' gibi ayıp kabul edilen tabirlerin onay ifadesi olarak kullanılmasının nedeni, anlamların böyle ironik bir şekilde ters çevrilmesinden kaynaklanır.Yine günümüzün moda sözlerinden olan 'ya, ya tabii...', aslında tam aksi olan 'hayır, öyle değil' duygusunu ifade etmek için kullanılırken, 'fark etmez...' gibi yumuşak başlı bir rızayı gösteren ifade, aslında konuşmacının ortadaki durumun sonuçlarıyla hiç ilgilenmediği anlamına gelir – 'iyi olur!' demek hiç de *cool* olmazdı. Peter Stearns, kelimelerin böyle ironik bir şekilde ters anlamlarına çevrilerek kullanılmasının sonuçlarını gösteren hoş bir anekdot anlatır: "Bir üniversite öğrencisi, sınav kağıdına Columbus'un İspanya'ya döndüğünde içten bir memnuniyetle karşılandığını yazar, sınav sonrasında kendisine, bu kadar saçma bir tarihsel hatayı nasıl yapabildiği sorulduğunda, öğretmenlerine ders kitabında yazan, 'kaşif *cool* (burada 'soğuk') bir şekilde karşılandı' cümlesini gösterir."[5]

Amerika Birleşik Devletleri'nde *cool* üzerine yapılan tartışmalar, kelimenin etimolojisinden ziyade alt kültürel kökenleri etrafında döner. Bazıları bu ifadenin, 30'lu yılların caz kulüplerinde ortaya çıktığını iddia ediyor: "Dönemin gece kulüplerindeki duman-altı hava dayanılmaz bir hale geldiğinde, kapı ve pencereler, içeri bir parça '*cool* (burada 'serin') hava' girmesi için açılırdı...Bu gece manzaralarıyla özdeşleşmiş olan ağır ve yumuşak caz stili de *cool* olarak adlandırılmaya başlandı. Zamanla *cool*, seksi erkek caz müzisyenlerini veya bu kulüplerin müşterisi olan cazseverleri tarif etmekte de kullanılmaya başlandı"[6]. Bu anlatılanlar, üzerimizde biraz uyduruk bir 'yaratılış miti' hissi bırakıyor olsa da, müzik ve seksin, *cool*'un ortaya çıkışında çok önemli etkenler olduğu kesinlikle doğrudur – "kimileri ateşli erkek sever, ama benimki *cool* olsun" diyen

caz liriğinde de gördüğümüz gibi. Aslında *cool* kelimesi 40'ların sonlarında ve 50'lerde belirli bir caz stiliyle özdeşleştirilmiş, bu özdeşlik de bahsettiğimiz müzikal stil ve incelediğimiz tavır arasında bir karmaşaya neden olmuştur. *Cool* tavır, o döneme kadar *cool* caz çalan toplam caz müzisyeninden daha çok sayıda caz müzisyeni tarafından sergilenmiştir. Ama *Batı Yakası Hikayesi*'nin parmak şıklatan yeniyetmeleri, *cool* tavrın beyaz, orta sınıf Amerikan halkı tarafından benimsenmesinde caz müziğinden muhtemelen daha etkili olmuştur. *Cool* kelimesi 60'ların hippileri arasında, geleneksel anlamı olan serinkanlıya yaklaşan biraz dar bir anlama büründü; *cool* kelimesi daralan bu anlamıyla, bir problemi daha iyi halletmek için sakin olmanın gereğini ifade ediyordu (Bu anlam günümüzde İngilizce'de *to chill* (yatışmak) kelimesine dönüşmüştür). Ancak *cool*'a (ya da *kool*'a) günümüzde de birçok genç için geçerliliğini koruyan 'itaat etmeyen' ve 'küstah' çağrışımlarını kazandıran, 80 ve 90'ların hip-hop kültürü oldu. Sonraki birkaç bölümde *cool* dediğimiz bu kavramın nereden geldiğini, günümüz modern toplumlarında neden böyle bir rezonans bulduğunu ve psikolojik düzeydeki işlevlerini araştıracağız.

Fakat şunu unutmamanız gerekir; nerede kullanıyor olursanız olun, *cool* kelimesi 'iyi' demenin diğer bir yolu değildir. *Cool*, resmi değerlerle genelde şiddetli bir çatışma gösteren bir dizi alternatif değeri beraberinde getirir. Örneğin *cool Britanya* fikrini destekleyen siyasi bir partinin, aynı zamanda uyuşturucu kullanımını azaltma politikası gütmesi pek de akıllıca olmaz. Reklam dünyasındaki yaratıcı yönetmenler, genç kuşağa ürün satmakta *cool*'un gücünün gayet farkındalar; ancak kelimenin kendisini kullanma ihtiyacını çok ender hissederler – çünkü bu hiç de *cool* olmazdı. Aslında bahsettiğimiz bu reklamcılar, *cool* fikrini, televizyon reklamlarında gerçeküstü imajlar ve örtülü uyuşturucu göndermeleriyle sezdirme konusunda öyle ustalaştılar ki, günümüzde otuz yaşının üstündeki birinin bu televizyon reklamlarını anlamasına olanak kalmıyor. Bu ajanslar, *cool* olarak algılanmanın, hedef kitleleriyle böyle bir komplo anlaşması gerektirdiğini fark etmiş bulunuyor.

Levi Strauss'un, kaybettiği statüsünü, başrollerde hurda bir araba ve'Flat Eric' adlı bir oyuncağın oynadığı diyalogsuz, esrarengiz ama olağanüstü popüler reklam serisiyle geri kazanması, oldukça dikkate değer bir durumdur.

II

Afrika'dan çıkış

Cool, kendisine atfettiğimiz tam anlamı ancak yirminci yüzyılda kazanmış olsa da, oldukça benzer görünen fikir ve tavırlara tarih boyunca ve dünyanın her yerinde rastlayabiliriz. Modern *cool* ile birçok ortak noktası olan tavırlar, Alman romantizminden Da-da'ya, sürrealizme ve New York soyut ifadeciliğine kadar uzanan pek çok sanatsal ve kültürel akım içerisinde ve birçok ülkede görülebilir. Popüler modern müzik ve sinema konusuna gelince; *cool* bir yandan bu iki sektöre yol gösteren ilkelerden biri olagelirken, diğer yandan da bu iki sektör de *cool*'un dünyaya yayılmasında önemli roller oynamıştır. Bununla birlikte, yirminci yüzyıl popüler kültürünün Amerika'dan çıkmış olması gibi inkar edilemez bir tarihsel gerçek, bazı yorumcuları *cool*'un tamamen bir Amerikan olgusu ol-

duğu sonucuna götürür. Dolayısıyla bu yorumcular, *cool*'un diğer ülkelere yayılmasını Amerikan kültür emperyalizminin bir örneği olarak görür. Örneğin *American Cool* (Amerikan *Cool*'u, 1994) kitabının yazarı Peter Stearns'a göre, "kavram tam bir Amerikalıdır. Snoopy çizgi bandındaki Joe Cool karakterinden tutun da Kool sigaralarına kadar uzanan birçok tezahüründe, *cool* fikri, Amerikan tasavvurunda çok önemli bir yer tutmuştur."[1] Yalnız şunu söylemeliyiz ki, son cümleyi okuyan kişi ister istemez "beyaz Amerikalının tasavvuru"nu düşünür. Kazara mı yoksa planlı mı yapmış olduğunu bilemiyoruz, ancak Stearns bu kitabında, yirminci yüzyıl *cool*'unun siyahi Amerikan kültüründen kaynaklandığını tamamen göz ardı etmiş. Oysa *cool* benzeri tavırlara Batı Afrika'nın antik medeniyetlerinde rastlamak mümkündür; ve dolayısıyla modern *cool*, köle ticareti yoluyla Amerika ve Avrupa'ya yayılmış olan bu tavırların uzantı ve uyarlamalarını temsil ediyor olabilir.

Sanat tarihçisi Robert Farris Thompson'ın öncü nitelikli araştırmalarında bu iddianın doğruluğunu destekleyen kanıtlar buluruz. Thompson, yeni ufuklar açan *African Art in Motion* (Hareket Halindeki Afrika Sanatı, 1979) ve *Flash of the Spirit* (Ruhun Işıltısı, 1984) adlı araştırmalarında, İngilizce'ye *cool* olarak çevirdiği *Itutu* kavramının, Yoruba ve Ibo medeniyetlerine ait animistik dinlerin temel kavramlarından biri olduğunu söyler (bu Batı Afrika medeniyetleri, Ife-Ife ve Benin adlı antik şehir-devletlerini kurmuştur.)



Gine'den, Akalılar devrinden kalma bir toprak büst. Afrika'da cool'luk, oto-kontrol ve soğukkanlılığın ötesine geçerek; dinginlik, sükunet, zindelik, yapıcılık ve toplumsal saflaşma gibi nosyonları içinde barındıran olumlu bir özellik haline gelir.

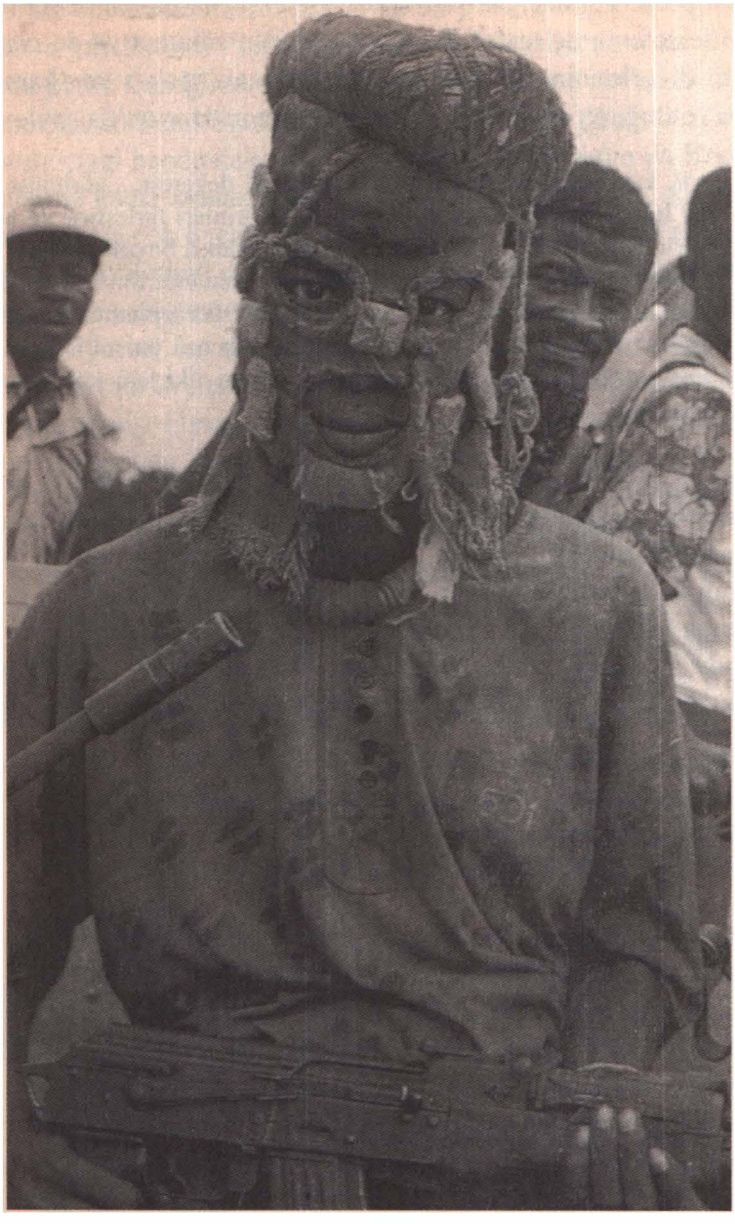
Thompson, Yoruba şehir-devletlerinde yaşayan halkın benimsediği dini felsefenin üç temel direğinden birinin sükunet ya da *cool* olmak, diğerlerinin ise 'hakim, vakıf olmak'(*Ashe*) ve 'karakter' (*Iwa*) olduğunu söyler. Yazar, *African Art in Motion*'da şöyle der:

> *Cool*, kavramları birbirine bağlayan temel değerdir.....görünüşe göre *cool*'luk kriteri, bu dindeki diğer tüm doktrinleri birleştirir ve hayata geçirir. *Cool* felsefesi, birbirinden oldukça farklı birçok sanatsal olayı etkileyen, ama mizah ve oyun duygusuyla canlandırılmış güçlü bir zihinsel tutumdur. Bu kavram birçok tropik Afrika toplumunda, sanat ve düşünce alanlarındaki benzerlikleri açıklayan çok önemli bir uzlaşma sürecidir. *Cool*, yüce gönüllülükle ilgili tüm fikirlere kök veren bir matristir"[2]

Itutu ya da *cool* dediğimiz bu kavram, bünyesinde uzlaşma, şefkat, cömertlik ve zarafet anlamlarını, kavga ve çatışmaları yok etme yeteneğini barındırır. Kavram, fiziksel güzellik ile tam olarak özdeşleşmiş olmasa da ilintilidir. Thompson *Flash of the Spirit*' de, bir Yoruba büyüğünün şu sözlerine yer verir; "güzellik *cool*'un bir parçasıdır ama *cool*'daki karakter gücünden yoksundur. Güzellik geçici, karakter ise ölümsüzdür." Yine kitaptaki bir Yoruba şiiri şöyledir;

> Bir insan çok çok güzel olabilir,
> Neredeyse suyun içinde salınan bir balık kadar.
> Ama yoksa bir karakteri,
> Geçemez etten bir kukla olmanın ötesine.[3]

Şiirde suya yapılan göndermeye dikkat çekmek isteriz; çünkü Yoruba'lılara göre *cool*'da ısıyla ilgili fiziksel çağrışımlar vardır – kuraklığın yaşam için çok büyük bir tehdit oluşturduğu bu kıtada, serinliğin en yüce erdemlerden biri sayılması pek de şaşırtıcı değildir. *Itutu*, âyinlerde mavi renkle bağdaştırılırdı ve insanın aklına ister istemez bunun, 'blues müziği' ile ya da 50 ve 60'ların *cool* giysisi blucinlerle bir ilgisi olup olmadığı geliyor. Bir Yoruba yerlisinin bedeni atalarından birinin ruhu tarafından ele geçirildiğinde diğer yerliler bu durumu fark edebilirdi; çünkü bedeni zaptedilen yerlinin yüzü bir maskeye dönüşürdü – bir *cool* maskesine. Aslında Afrika



1997 Sierra Leone iç savaşı sırasında geleneksel av maskı takmış bir Kamajor savaşçısı. Bu gibi masklar, herhangi bir tehlike karşısında kişiye vahşi ve *cool* bir görünüm verir.

toplumunun en tipik görüntülerinden bazıları bu felsefenin izlerini taşır; örneğin, kabile reislerinin palmiye yapraklarıyla yellenmesi, hem fiziksel olarak serinlemesini sağlar hem de ruhani *cool*'a bağlılığını gösterirdi.

Cool'luğun Afrika dinlerindeki önemi kesinlikle Batı Afrika ile sınırlı değildir. Bantu dilini konuşan Güney Afrikalılar arasında *cool*'luk, toplumdaki 'iyi, normal ve arzu edilen' şeyleri temsil eder. Örneğin bu toplumdaki yerlilerin, atalarının ruhlarıyla iletişim kurabilmesi ancak yeteri kadar *cool* olduklarında mümkündür – yani öfkeden ve kinden yeteri kadar arındıklarında.[4] Tsonga kabilesinde olsun diğer birçok Afrika halkında olsun, yeni doğan bebeği Ay'a takdim etme geleneği vardır. Ay'dan beklenen şey, ağlayan bebeğin *ısısını* dengeleyerek bebeği serinletmesidir. (Alex Haley, çok satan kitabı *Kökler*'de bu gelenekten, kendi Afro-Amerikan ailesinde hala uygulanan bir gelenek olarak söz eder.)

Hem Yoruba hem de diğer Afrika toplumlarında siyasi erk, beden üzerindeki kontrol ile yakından ilişkiliydi. Bu güç, âyinler ve özellikle dans aracılığıyla ifade edilirdi. Bu satırlardan sonra, Yoruba *cool*'unun Amerika'da varlığını nasıl devam ettirdiğini ve kendini nasıl değiştirdiğini açıklayan teorimize geçebiliriz. Afrikalılar, Amerika'ya getirildikten sonra fiziksel varlıklarını tamamen beyazlara teslim etmeye ve tarım kölesi olarak çalışmaya zorlandılar; ama belki de *cool*'a sığınarak manevi varlıklarının bir kısmını muhafaza edebileceklerini düşünmüşlerdi. *Cool,* bu kölelere beyaz efendilerinin hakimiyetinin dışında kalan sembolik bir özerk bölge sağlıyordu – gizli, ortak, siyah (ve o dönemde neredeyse tamamen erkeklere özgü) bir anlaşmaydı bu. Bütün o beyaz efendilerin görmesine izin verilen şey, bir *cool* maskesi ardındaki ironi yüklü itaatkârlık karikatürlerinden ibaretti. Bu *cool* maskesi, kölelerin hissettiği hor görmeyi ve öfkeyi gizliyordu çünkü bu duyguların dürüst bir şekilde ifade edilmesi, beraberinde ağır fiziksel cezayı getirirdi.

Thompson, Afrika dinlerindeki temel fikirlerin, kölelerle birlikte Latin Amerika'ya, Karayipler'e ve ABD'nin güneyine kadar gittiğini ve günümüzde, *voodoo* diye adlandırılan birçok kültte hâlâ

görülebilir olduğunu söylüyor. Afrika kültürünün varlığını sürdüren başka öğeleri de vardır; bunlar arasında rengârenk kumaşlardan yapılmış kıyafetlere duyulan talebi, ya da kalça kıvırarak ayrıksı bir kaygısızlıkla yürüyüş tarzını sayabiliriz. Bu yürüyüş tarzı, insanın çocukluğunda öğrenmesi gereken bir şeydir ve Thompson kitabında bir Yoruba annesinin çocuğuna "yürümen, yaşamdaki yerini gösterir" dediğini yazar. 60'larda sosyolog Gerald Suttles, Chicago'nun kenar mahallelerindeki gençlerle ilgili yorumlarını şöyle aktarır; 'Zenci gençlerin . benimsedikleri *cool* bir yürüyüş şekli vardı. Bu yürüyüşte, gövdenin üst kısmı ve belden aşağısı ayrı ayrı sallanırken, baş sabit tutulur gözler ise dümdüz karşıya bakardı. Bu yürüyüş . . . oldukça yavaştı ve zencilere göre caka satmanın ve hava atmanın bir yoluydu."[5]

Richard Majors ve Janet Mancini Bilson, Amerika'da siyah olmanın getirdiği ikilemleri inceleyen *Cool Pose* (*Cool* Duruş) adlı kitaplarında Thompson'ın fikirlerine katılıyor, hatta *cool* felsefesinin Afrika'da milattan önce 3000-2000'lere kadar inebileceğini ileri sürüyorlardı.[6] Yazarlar, bu aynı *cool*'un, köle ve eski-köle olan topluluklar tarafından ırkçılığa ve eziyete karşı onurlarını ve kendilerine olan saygılarını korumaya yönelik olarak kullanıldığını gayet ikna edici bir şekilde açıklıyorlar. Thompson gibi Mancini Bilson ve Majors da, Afrika kültürüne ait olduğu besbelli olan fetiş objelerinin Güney ABD'de hâlâ varlığını sürdürdüğüne dikkat çekiyor ve *mojo-tooth, John The Conqueroo* gibi örnekler veriyor. Bu muskaların orijinal anlamlarını bilmesek de, Muddy Waters'ın *Got my mojo working* adlı şarkısını yıllar boyu birçok farklı R&B grubundan dinlediğimiz için, isimlerini duyduğumuzda kulağımıza tanıdık bir şeyler çalınır. Köleleştirme döneminin tarihini inceleyen diğer tarihçiler de, Afrikalıların, köleleştirilme dehşetini yaşarken bile kültürel özerkliklerini şaşırtıcı bir ölçüde korumayı başardıklarını, bu kültürel özerkliğin ifadesinin Afrikalılara özgü davranış kalıplarının sürdürülmesinde bulunabileceğini söyleyerek yukarıdaki görüşe destek verirler. Örneğin Herskowits daha 1941'de Afrika kültürünün, varlığını müzik, dans, espri anlayışı, konuşma tarzı gibi alanlarda büyük ölçüde sürdürdüğünü ve köleler tarafından kuşak-

tan kuşağa aktarıldığını belirtmiştir. Günümüze daha yakın bir araştırmada ise Ira Berlin şöyle der: "Köle yaşamları birbirinden farklıydı, ama kölelerin kendi aralarında beslediği inançlarda, tutum ve faaliyetlerde hep *muhalif bir içerik* vardı. Bu muhalif içerik, bir dans hareketinde veya bir halk hikayesinin metaforlarında gizlenmiş bile olsa, bir şekilde varlığını sürdürürdü." [7]

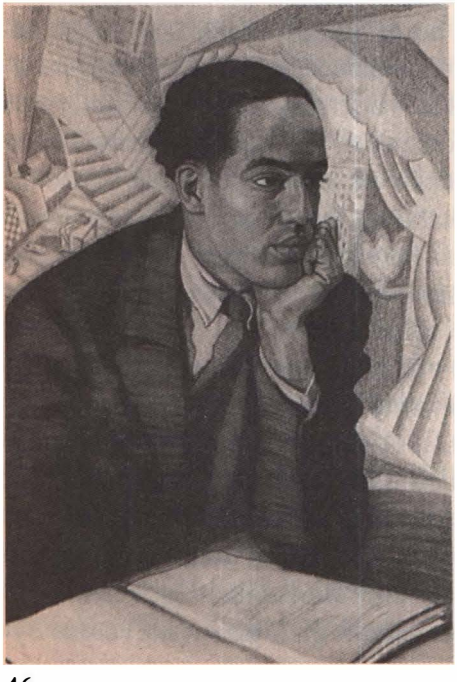
Ama bir çocuğun *cool* kelimesini herhangi bir yerde kullandığını işittiğimizde çocuğun antik bir Afrika felsefesine gönderme yaptığını iddia etmek pek akıllıca olmaz; ki zaten bizim iddiamız da bu değil. Bizim iddiamız şudur: Gençler arasında yaygın bir şekilde benimsenen *cool* tavrın kökenini gerek siyah gerekse de beyaz Amerikan kültüründe geriye dönerek izlediğimizde, tavrın köklerinin – aradan geçen yüzyıllarda bazı anlamlarını yitirip yeni anlamlar kazanmışsa da Afrikalı olduğunu görürüz. Bu tezimizi kanıtladığımızı henüz iddia edemeyiz (belki bunu kanıtlamak başkalarına düşecektir); ve son zamanlarda Afro-Amerikan hayatında köleliğin etkileri konusunun etrafında dönen şiddetli tartışmaların da farkındayız. Örneğin sosyolog Orlando Patterson köleliğin, siyahların gerçek aileler (ya da herhangi bir gerçek insan ilişkisi) oluşturmasını engellediğine inanır; çünkü temelde karı, koca ve çocuklar birbirlerine değil köle sahibine aitti. Patterson, *'cool* tavır kültürü'ne bu durumun neden olduğunu iddia eder. Patterson'a göre *cool* tavır kültürü, kadın ve erkek arasındaki 'ahlâk ve sorumluluk dışına itilen davranışlar'ın negatif bir kalıtıdır. Patterson bir konuda kesinlikle haklı; eğer *cool*'un Afrika kültüründeki orijinal anlamı kölelik döneminden sonra varlığını sürdürdüyse, yaşanan acımasız muamelelerle büyük bir değişime uğramıştır.[8]

Siyah bilinç hareketi, 60'lı yıllardan beri yukarıdaki satırlardakine benzer sözlerle tartışılıyor; ama genelde gerçekle yüzleşmekten kaçınmayan bu tartışmalar, *cool* ya da *hip* ile kültürel üstünlüğün kanıtı olarak değerlendirilen diğer nitelikleri birbirinden pek iyi ayıramıyor. Oysa Long Stan Hughes ve Richard Wright gibi Afro-Amerikan yazarlar daha 1950'lerde *cool*'un farklı yerini keşfetmişler ve çok güzel tarif etmişlerdir; "Bir Afrikalı'da, kendini hareketler aracılığıyla sezdirmeye çalışan gizli bir lirizm vardır; öy-

le ki, zamanla vücudun her hareketi, her ifadesi ayrı bir anlam kazanarak benim sadece birkaç kelimesini bildiğim özel bir dile dönüşür."[9] Ya da Hughes'ün şu alaycı mısralarına bir göz atalım:

Cool takılırım
Ve cazın her türlüsüne biterim
Hala hayattaysam,
sebebi budur.
Yaşarken öğrendiğim tek kural:
Sev ve karşılığında sevil[10]

Cool Afrika'da kutsal bir âleme aitti; oysa Amerika'ya getirilince buradaki çalışma anlayışına karşı bireysel şekilde uygulanan bir pasif direniş haline geldi. *Cool* estetik, yirminci yüzyılın başlarında bu ilk Afrikalıların caz ve blues müziğiyle uğraşan torunları (ve bazı başarılı beyaz meslektaşları) tarafından şekillendirildi; ayrımcılığa, hor görülmeye ve çoğunlukla beyazların hakim olduğu eğlence sektöründe uğranan dışlanmışlığa karşı bir beden silahı olarak kul-



'*Cool* takılırım / Ve cazın her türlüsüne biterim
– Langston Hughes, *Motto*'dan (1938). Winold Reiss'ın pastel boya Hughes portresi (1925).

lanıldı. Ralph Ellison'un *Invisible Man* (Görünmez Adam, 1952) adlı kitabı, *cool*'un bu ilk versiyonunu, siyah insanları çoğu beyazın gözünde nasıl 'görünmez' kıldığını etkili bir şekilde anlatır. *Cool*'un geçirdiği evrimi hassas detaylarıyla izleyebilmek büyük emek isteyen ciddi bir çalışma gerektirir. Afrikalı *cool*'un Amerika topraklarına geçmekle nasıl değiştiğini ve genişlediğini; önce blues ve caz müziğine daha sonra 20'lerin 'Harlem Rönesansı'na nasıl ilham verdiğini; ve daha da sonra Dashiel Hammet'in ve Raymond Chandler'in polisiye maceraları ve kara sinema türü aracılığıyla sonunda beyazlara da *görünür* hale nasıl geldiğini anlatmaya çalışacağız. Ama kesin olan bir şey var: 50'li yıllarla birlikte beyazlar da *cool* olmak istemeye başladı. Yine Farris Thompson'dan bir alıntı: "Genç erkekler, artık siyahlar kadar beyazlar da, modaya uygun görünmek, benlik güçlerini topluma hissettirmek ve erkeklik dünyasında emin adımlarla ilerlemek için bop'tan hiphop'a, rap'e ve geleceğin tüm tarzlarına yönelmiş bulunuyorlar Gençlerin çizmeye çalıştığı bu imaj süreklilik gösterir Batı'nın materyalist güçlerinin yıkıcılığı karşısında dirençli olmak... "[11]

A. BLUES BU SABAH YENİLDİ

Amerika'da kölelerin yerleştirildiği bölgeler – New Orleans'ın kayda değer farklılığı bir yana– Protestanlığın Afrika dinleriyle tam bir tezat teşkil edecek katı bir püritenlikle uygulandığı alanlardı. Kölelerin yazılı bir kültürleri yoktu ve aynı kabileye mensup üyeler birbirinden uzaklaştırılarak toplumsal örgütlülükleri bilinçli bir şekilde dağıtıldı. Besi hayvanı gibi üretilerek cinsel gelenekleri acımasızca yok edilen bu köleler, eğitim almaya yönelik en ufak bir girişimde cezalandırılıyordu.

Böylesine korkunç koşullar altında yaşayan insanların, herhangi bir kültürü devam ettirmesi, hele hele bunu gelecek kuşaklara aktarabilmesi nasıl mümkün olabilirdi? İmkansızmış gibi gözüken bu yolu, *blues* adlı müzikal formu bularak başardılar. Bu müzik formunda duygularını ifade ederken de kendilerine eziyet edenlerin

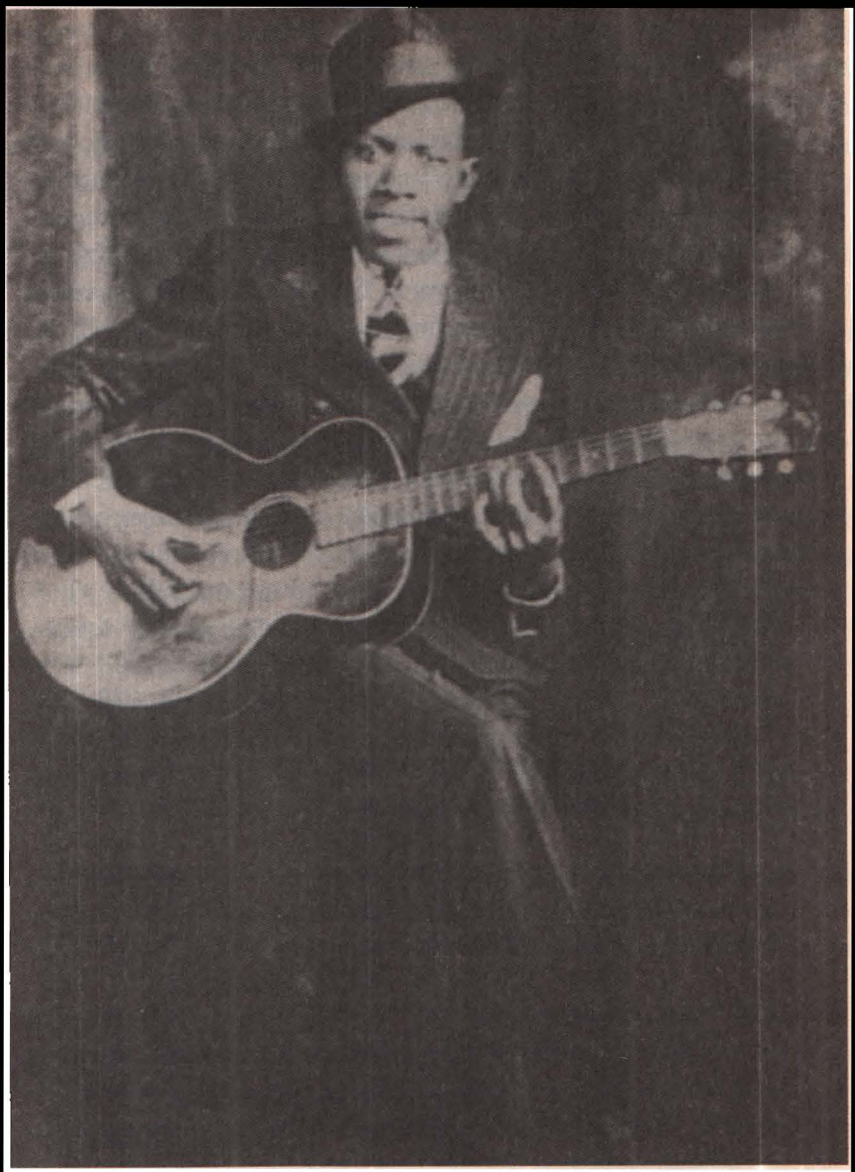
dilini, yani İngilizceyi kullandılar. Richard Wright, Paul Oliver'ın blues lirikleri üzerine yazdığı ufuk açıcı kitabı *The Blues Fell This Morning*'in (Blues Bu Sabah Yenildi, 1960) önsözünde şöyle der; "Şarkılarını tüm abartmalardan uzak, tüm metafiziksel imalardan arındırılmış ve ateistik bir yaşam vizyonuyla birleştirilmiş şekilde söylemişlerdir; doğaya ve doğanın çeşitli ruh hallerine hiçbir gönderme yapmadan ve basit İngilizceden daha özlü bir sözcük dağarcığı ile.

> Beni gammazlayıp duruyorlar ve benim ödenecek borçlarım var,
> Bebeğimi bırakıp gideyim diyorum bazen, bazense kalmak istiyorum[12]

Elbette kölelerin kendilerini ifade ettiği tek tarz blues değildi. Ev işlerinde çalıştırılan ve eve en yakın yerlerde yaşayan daha *şanslı* köleler, zamanla Hıristiyanlaştırıldı ve Afrika müzik öğelerini, Hıristiyanlığa özgü *günah* ve *ilahi kurtuluş* kavramlarıyla samimi bir şekilde harmanlayarak kendilerine özgü coşkun ilahiler yarattılar. *Gospel* diye adlandırılan ve dini öğretilerle dolu bu müzikle, en adi işlerde çalışanların, suçluların, pezevenk ve fahişelerin şarkıları olarak görülen *blues* katı bir karşıtlık içindeydi. Wright, *gospel* müziğinin ifade ettiği ilahi umut duyguları ile *blues* müziğinin yansıttığı ateist, 'acı ve kirli' gerçekçilik arasındaki farkı anlamakta gecikmez:

> "Bu şarkıların [*blues*'un] en çarpıcı özelliği alttan alta suçluluk temalarını işlemesiydi. Bu suçluluk duygusu *blues* müziğinin psikolojik doğasında vardır ve şarkıların içine işlemişe benzer. Acaba bu suçluluk, bastırılmış isyankar dürtülerin yükünden kaynaklanıyor olabilir mi? Şarkılarda belli ölçülerde var olan, neredeyse mazoşist niteliğe varan ve kökeninde cinsellikle birleşmiş gibi görünen pasiflik, *blues*'un anlamının bir parçası olarak görülür. Bu duygusal duruş, alışılagelmiş bir hareketsizlikten ya da hareket korkusundan kaynaklanıyor olabilir mi?"[13]

Wright'ın bu ifadesinde teşhis ettiği belirsiz, karmaşık duyarlılık, kesinlikle *cool*'un modern biçimlerine de miras kalmıştır ve bu duyarlığın, *cool* hazcılığının derinlerinde yatan *güdülenmiş* bir özellik olduğunu tekrar tekrar göreceğiz. Nihilizm, suç duygusuyla ve hak edilmiş ceza korkusuyla (ki aynı nihilizm, bu *hak edilen ceza* kav-



'Me and the Devil' (1937) adlı parçasında 'Şeytan ve ben yürüyoruz kol kola . . . / Kadınımı döveceğim, ta ki tatmin olana dek – diyen Robert Johnson. Köle ticareti, Afrika hazcılığını Yeni Dünya'nın püritenliğiyle kaynaştırmakla, modern *cool*'da hâlâ varlığını sürdüren ahlâki çelişkileri yarattı.

ramının mantıksız olduğunu söyler) mücadele etmekle, kişinin eşzamanlı olarak hem kendine zarar vermeye can attığı hem de kendine zarar vermekten kaçındığı bir tutuma yol açar. Bu modernize edilmiş Manicheanlığını,* Rolling Stones'un satanik imgelerle oynaştığı *Sympathy for the Devil* şarkısının, Heavy Metal müziğinin hemen hemen bütün ikonografisinin, Martin Scorsese'nin yönettiği *Taksi Şoförü* filminde Robert De Niro'nun canlandırdığı kederli Travis Bickle karakterinin ya da Quantin Tarantino'nun *Ucuz Roman*'ında Samuel L. Jackson'un heyecanla yaptığı *Ezekiel*** repliğinin arkasında, iş üstünde görebilirsiniz.

Greil Marcus, müzik sanatı üzerine yazdığı denemelerden oluşan *Mystery Train* (Gizemli Tren, 1974) adlı etkileyici çalışmasında, Robert Johnson üzerine olan yazısında, bahsettiğimiz olguyu fark etmiştir. Marcus bu kitabında, Johnson'un en başarılı *blues* şarkılarının yansıttığı eziyet içeren cinselliği, köle ruhuna aşılanmış olan püriten suç duygusuna bağlar açıkça: "Blues müziğinin bu yönü, Afrika'dan değil de Büyük Uyanış'ın yaydığı püriten doktrinlerden kaynaklanır. Bu uyanış, iki yüz yıldan uzun bir süre önce Amerikan kolonilerine yayılmıştı. Güneyli beyazların kölelerine aktardığı, siyahların ise yeni dinlerine uyarladıkları bir korku ve dindarlık patlamasıydı bu."[14] Marcus'un bu sözleri, Johnson'un nasıl bir inançla şarkı söylediğine dair bir açıklama getirir:

> Şeytan ve ben yürüyoruz kol kola
> Oooo evet! Şeytan ve ben yürüyoruz kol kola
> Kadınımı döveceğim , ta ki tatmin olana dek.

Bu ahlâki zıtlık, *blues*'dan *rock 'n' roll* aracılığıyla *soul* ve *hip-hop* gibi sonraki popüler müzik tarzlarına da geçmiş, bu müzik tarzları ise *cool*'un dünyaya yayılmasındaki en önemli etkenlerden olmuştur.

Cool'un, baskılara ve bunalımlara karşı bir savunma mekaniz-

* *Manichean:* İran'da MS 3. yüzyılda doğan bir mezhep. 216-276 yılları arasında yaşayan Manichean'ın (Mani ya da Manes diye de bilinir) doktrinleri üzerine kurulmuştur. Yandaşları hem Tanrı'ya hem şeytana inanır. İnançlarına göre, bedensiz bir varlık olan Tanrı insanların ruhunu yaratmıştır ama insanların şeytana ve günaha eğilimli bedenleri vardır. (ç.n)

** *Ezekiel:* İncil'de Tanrı'nın gazabının anlatıldığı bir bölüm. (ç.n)

ması olarak iş görebileceğini daha önce söylemiştik ama bu savunma bedava değildir; ve ödenmesi gereken bedel, sözünü ettiğimiz ahlâki zıtlıklardır. Örneğin, banliyöde yaşayan, orta sınıfa mensup bir gencin arazide ağır işlerde çalışan bir köleyle maddi bir ortak noktası olmayabilir, ama psikolojik boyutta her ikisi de blues müziğin pasif-saldırgan karmaşık cinselliğinin tonlarını paylaşır.

Yalnız bu madalyonun sadece bir yüzüdür. Richard Wright açıklamasını şöyle sürdürür: ".....blues şarkılarının en şaşırtıcı yönü, buram buram yenilgi ve hüzün kokuyor olmasına rağmen dinleyicide şiddetli bir karamsarlık hissi uyandırmamasıdır. Şarkılardaki acı ve melankoli yükü, katışıksız bir duygusallık aracılığıyla aşkın, cinselliğin, yaşama sevincinin ve umudun sevinçten bayram eden bir kutsanmasına dönüşür."[15] Modern *cool*'a da geçen bu yaratıcı, coşkun ve Diyonysosçu duyarlık, ister Hıristiyanlık ister İslamiyet ister komünizme ait olsun, bağnazlığın her çeşidiyle taban tabana zıttır. Yüksek tempolu binlerce 'Cumartesi gecesi' *blues*'u örnek olarak verilebilirdi, ama sözünü ettiğimiz coşkun havayı en güzel yakalayan parça B.B King'in *Sweet Little Angel* (Küçük Tatlı Melek) adlı parçasıdır.

> Sevgilimden bir teklik istedim, bana yirmi dolar verdi,
> Bir yudum likör istedim, bana bir şişe viski aldı.

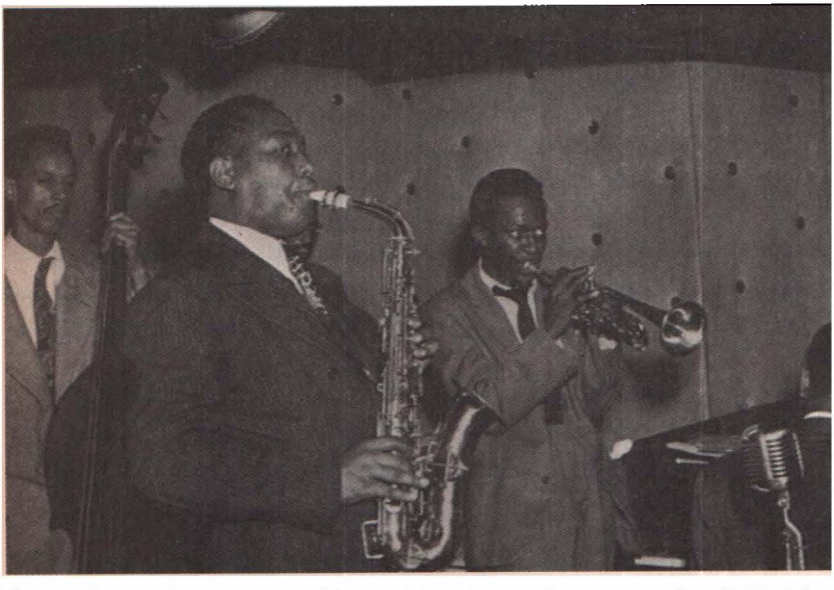
Buradan çıkan yol ise bizi dosdoğru Ian Dury'nin, *cool*'un en dürüst ifade edilmiş manifestosu olan *Sex and Drugs and Rock and Roll*'üne (Seks ve Uyuşturucu ve Rock'n'Roll) adlı kitabına götürür.

B. *COOL*'UN DERİNLİKLERİ

20. yüzyılın ilk kırk yılı boyunca *cool* tavrı yenileştirip zenginleştirenlerin başını caz müzisyenleri çekiyordu. Hatta cazın *kükrediği* 20'li ve 30'lu yıllarda popüler eğlencenin sanatçıları olarak, çoğunluğu beyazlardan oluşan izleyicilerine sahnede *ateşli* bir surat ser-

gilemek zorunda kalırken, sahne dışında *cool* bir tavır geliştirmekteydi caz müzisyenleri. Örneğin Lois Armstrong, sahnede beyazları eğlendirirken tam bir sevimli palyaçoyu oynuyordu ama aslında trompet çalma konusunda devrim yaratan usta bir müzisyen olmasının yanı sıra, özel hayatında içkiye, uyuşturuculara ve kadınlara düşkün olan karmaşık bir adamdı. (Bundan şüphe edenlere Armstrong'un *Harika Dünya* adlı hit şarkısının 'Seni çok seviyorum Richard Milhous Nixon' dizesinin çıkış hikayesini hatırlatalım; kendisine olan hayranlığını bildiği Nixon ile bir uçakta karşılaşan Armstrong, içinde marihuana bulunan trompet kabını İngiltere Gümrüğü'nden geçerken taşıması için Başkanı ikna etmeyi başarır.)

40'ların son yıllarından itibaren, pek de uzlaşmacı tutumlar sergilemeyen bir caz müzisyenleri kuşağı ortaya çıktı. Bu müzisyenlerin teknikteki büyük ustalığı, yıllar yılı Jay McShann'ın ya da Count Basie'ninki gibi swing orkestralarıyla çıkılan zorlu turneler sonucunda şekillenmişti. Beyazların, basit dans müziğine düşkünlü-



Aralarında Charlie Parker'ın ve Miles Davis'in (Resimde Three Deuces kulübünde görülüyorlar, New York, 1947) de bulunduğu yüzyılın en başarılı müzisyen ve bestecileri, sanatlarını, genelde yetersiz olan maddi ödüller karşılığında, 'modern caz' adı altında icra ettiler.

günden hiç hoşlanmayan bu müzisyenler, *bebop* denilen hermetik bir stilde denemeler yapmaya başladılar. *Bebop*'ın temposu, beyazların dans etmesine olanak vermeyecek kadar hızlıydı; ve müzisyenin ustalığını melodi ve ahenk üzerindeki hakimiyetini sergilemesine yönelik bir tarzdı. Tüm *bebop*'çuların belki de en hünerlisi olan alto saksofoncu Charlie Parker, müziğini Avrupalı modernist bestecilerden Bartok ve Stravinsky'nin müzikleriyle karşılaştırıyor ve daha az ciddiye alınması için hiçbir neden görmüyordu. Aralarında Lester Young, Charlie Parker, Miles Davis ve Charles Mingus gibi sanatçıların da bulunduğu yüzyılın en başarılı müzisyen ve bestecileri, sanatlarını, genelde yetersiz olan maddi ödüller karşılığında, bu 'modern caz' adı altında icra ettiler.

Modern caz müziğinin eğlendirmenin ötesine geçen yanları vardı; bu müziği anlayabilmek derin ve öznel bir uyumu, yani analiz ve mantıkla sınırlanmayan duygusal bir kavrayışı gerektiriyordu. Müzisyenlerin çoğu sefih bir hayat sürüyordu ve uyuşturucu bağımlılığı neredeyse profesyonelliğin bir gereği haline gelmişti. Parker'ın uyuşturucudan kaynaklanan vakitsiz ölümünün ardından Miles Davis, *bebop*'un temposunu düşürüp ağırlıklı olarak hüzünlü minör tonlarında blues melodileri çalmaya başlayarak caz müziğin gidişatını başka bir yöne çevirdi. Caz müziğindeki bu başka yön, '*cool* ekolü' olarak bilinir. Davis'in 1940 yılında çıkan albümü *Birth of the Cool*'da, alto saksofoncu Lee Konitzs ve Davis sanki yeni bir müzikal dünya keşfediyormuşçasına.....taşra dinleyicisini etkileyen gösterişli sololardan çok müziğin öz dokusu ve yapısıyla ilgilenerek..."[16] çalıyordu. Davis'in on yıl sonra çıkardığı albümü *Kind of Blue*, tüm zamanların en çok satan albümleri listesinde her zaman yer alan tek caz albümüdür. *Cool* stili, West Coast müzisyenleri – özellikle bariton saksofoncu Gerry Mullingan ve trombon virtüözü şarkıcı Chet Baker – tarafından yeniden ele alınmış ve saflaştırılmıştır. 50'li yılların ortalarında caz müzisyenleri, kendilerini dumanlı caz kulüplerinden farklı bir yerde gösterme fırsatı buldu: Üniversite konserleri. Daha önceleri yüksek öğretim kurumları tarafından küçümsenen caz müziğine artık farklı bir gözle bakılıyordu. Caz eleştirmeni James Lincoln bu konuda şöyle der:

"Caz konseri ciddi bir işti; eğiticiydi, geliştiriciydi. Ve bu caz konserleri 50'lerin ortalarında hızlı bir yükselişe geçerek tam bir moda salgını haline geldi..."[17] Ama bu moda genelde eğitimli beyaz gençler arasında yaygındı. Diğer bir caz eleştirmeni ise şöyle der: "Bu *cool* akım, içinde bazı siyahlar yer alıyor olsa da, gerek sempatizanları gerekse dinleyicileriyle genel olarak beyazlara özgü bir fenomendi . siyahi çevrelerde, *cool* caz neredeyse hiç fark edilmemiş olarak kaldı."[18]

Klasik orkestraların anonim tekniklerini ve enstrümanlarını kullanan ve Üçüncü Akım adı verilen yeni bir sentez ortaya çıktı. Bu yeni sentez, Darius Milhaud'un yetiştirdiği Dave Brubeck gibi klasik tarzda çalarak başlayan müzisyenler tarafından icra ediliyordu. Brubeck ve saksofoncu Paul Desmond'un *Take Five*'daki kaynaşık ezgili çalışı, muhtemelen modern cazın şimdiye kadar kaydedilmiş olan en ünlü ve en çok satan örneğidir. Modern Jazz Quartet'in başını ise, Manhattan Müzik Okulu'nda yüksek lisans yapmış olan ve ilikli-yaka denen tarzda oda müziği yapan, entelektüel görünüşlü piyanist John Levis çekiyordu.

Bu dönem, cazın genç beyaz izleyiciler arasında bu kadar büyük ölçüde popüler olduğu son dönem oldu. Kısa bir süre sonra *rock'n'roll*, popüler müzik tahtına aday olan diğer tüm tarzların önüne geçecekti. *Rock'n'roll* müziği, 40'ların kalabalık gruplarının söylediği blues şarkıları ile *country* müzik öğelerinin birleştirilip uyarlanmasıyla oluşmuştu. Gerçi Little Richard, Chucky Berry, Jackie Wilson ve Larry Williams gibi siyahi sanatçılar, *rock'n' roll*'un oluşum dönemi olan 1955 ve 1958 yılları arasında etkili olmuşlardı ama kuralları ebediyen değiştiren kişi, işçi sınıfına mensup bir aileden gelen Elvis Presley adında beyaz bir genç oldu. Memphis'deki Sun Records plak şirketinin sahibi Sam Philips, zenciymiş gibi şarkı söyleyip dans edebilen sevimli bir beyaz genç bulmaya kalkıştığında bu kombinasyonun güç ve etkisinin nerelere varacağını aklından bile geçiremezdi. Presley, binlerce genci, daha önce 'ırk müziği' saydıkları bir tarzı dinlemeye ikna etmeyi başarmakla kalmayıp, popüler müziğin geleceğini de yeniden şekillendirmiş oldu; artık görüntü ve tavır müzikal yetenekten daha ön



Elvis Presley (burada 1947'lerdeki halini görüyoruz) popüler müziğin geleceğini yeniden şekillendirdi; artık görüntü ve tavır, müzikal ustalıktan daha önemli olacaktı. Menajeri Albay Tom Parker (solda), imajı paraya çevirmekte ustaydı.

planda olacaktı.

Zaten defalarca yazılmış olan *rock'n'roll* müziğinin tarihini yinelemek gibi bir amacımız yok, yalnız en azından şunu belirtmeliyiz; modern caz, az sayıdaki hünerli siyahi sanatçı ve sayıları aynı ölçüde az olan *hip* dinleyiciler anlamına gelirken; 1950'lerin sonundan itibaren *rock'n'roll*, sınırları son derece geniş olan bir genç hayran kitlesi kazandı. *Rock'n'roll*, bu gençlerin hayatında hayli belirleyici bir güç haline geldi ve onları ana babalarının kuşağından ebediyen kopardı. İşte bu an, *cool* kavramının modern şekliyle gettodan koparak toplumun ana akımına girdiği andı ve daha sonraları bizim 'halkın modernizmi' diye adlandıracağımız akımın gerçek başlangıcını oluşturdu. Rock müzik hakkında yazı yazan birkaç özenli yazardan biri olan Greil Marcus şöyle der;

İyi popüler sanatçılar, yapıtlarını dinleyip izleme dışında aralarında hiçbir ortak nokta bulunmayan insanlar arasında doğrudan bağ kurmayı başaranlardır; ama çalışmalarının bu dinleyiciler üzerindeki etkisini anlamaya çalışmaktan da asla vazgeçmezler...Karşısındaki toplulukla sanatçının öz güveni arasındaki gerilimli ilişki; dinleyiciyle araya konan mesafe ve ona duyulan tutkulu sevgi; popüler kültürü dinleyiciyle paylaşma ve sanatçının, paylaşırken değiştirme konusundaki özel yeteneği; işte *rock'n'roll*'u en demokrat sanat yapan şeyler bunlardır – en azından demokrasi sözcüğünün Amerikancası anlamında. [19]

Elvis Presley, *cool*'un izleyici kitleler üzerindeki müthiş gücünü anlayabilen belki de ilk sanatçıydı ve hatta Las Vegas'ta karşımıza çıktığı son yıllarındaki aşırı şişman, terleyen, tulumlar içindeki palyaço haliyle bile, bu gücün bazı kalıntılarını taşıyordu. Greil Marcus bu noktayı da fark eder;

"....kendini sıfırdan var etmiş birinin öyküsü genelde sıkıcıdır; ama kendini sıfırdan 'kral' haline getiren kişinin durumu farklıdır. Altın işlemeli mavi, beyaz, kırmızı kıyafetleriyle ve kimsenin sahte olup olmadığından bir türlü emin olamadığı mücevherlerle işlenmiş süpermen peleriniyle görmeye alışık olduğumuz Elvis, belki de kültürümüzün en kötü özetiydi; ukala, bencil, narsis ve kibirliydi; üstelik delilik boyutunda materyalistti. Ama ciddiye almaya gerek yoktu, hatta hiçbir şeyi ciddiye almamıza gerek yoktu. "Amaan! Hadi be!" deyip geçerdi kasabalı çocuğu Elvis; ona göre her şey zaten bir şakaydı. Elvis'in koyduğu mesafe espri anlayışında gizliydi ve işte bu yolla tekdüze, kayıtsız ve silik Amerika'dan ayrılırdı." [20]

III

Cool'un daha beyaz bir tonu

Bize göre modern *cool*'un köklerinin Afrika (ve daha sonraları Afro-Amerikan) kültüründen kaynaklandığı su götürmez, ama bizim bahsettiğimiz *cool* kavramına çok benzeyen başka fenomenlerin farklı yerlerde ve farklı zamanlarda, bizden bağımsız olarak ortaya çıktığı gerçeğini de görmezden gelemeyiz. Popüler müzik, filmler ve televizyon yoluyla yayılan modern *cool*, ister istemez bu yerel tutumlarla karşılıklı etkileşime girecek, onları kendine katacak ve onlar tarafından şekillendirilecektir. Oldukça karmaşık bir biçimde ortaya çıkan bu varyasyonları bir araya getirmek ve kataloglamak bizim çalışmamızdan çok daha kapsamlı bir çalışma gerektirir, ama biz de bazı şaşırtıcı ipuçları yakaladık. Örneğin; bütün toplumlarda yüzyıllardır eşcinsellere yapılan zulümlerin, eşcin-

sellere özgü bir has ironi gibi yeraltı tarz ve tavırlarının oluşmasına yol açtığı ortadadır. Bu ironi, *cool*'u yakından hatırlatmakla kalmaz, sonraki bir bölümde de göreceğimiz gibi, kavramın modern hallerine önemli bir giriş noktası da sağlar.

Başka bir örneğe göz atalım; bizim *cool* kavramımızla İspanik kültürlerde dış görünüşü, erkeğe özgü cinsel maceraperestliği ve ölümle oynaşmayı vurgulayan ve matadorda vücut bulan 'maçoluk' kavramı arasında bazı örtüşen noktalar olduğu kimin aklına gelirdi? *Cool*'a denk olan tavırlara, Hindistan ve Doğu Asya'daki savaşçılık ve eşkıyalık kastlarının ya da Japonya'da samuray kastının etiğinde bile rastlayabiliriz. Peki ya ünlü film yönetmeni Elia Kazan'ın, halı tüccarı olan göçmen babasının, karşısındakini yumuşatmak, sakinleştirmek, ayartmak ve aldatmak için evrensel bir araç olarak kullandığını söylediği Türkiye'ye özgü *Anadolu gülüşü*'ne ne demeli?

Davranış ayrıntılarını *cool* perspektifinden incelemek elbette çok zordur; özellikle konu, dilini bilmediğimiz, haklarında kişisel tecrübelerimiz bulunmayan yabancı kültürlerse işimiz daha da zorlaşır. Avrupa'yı incelerken daha emin bir zemindeyizdir ve bildiklerimizin ışığında burada yüzyıllar boyunca modern *cool* benzeri tavırların varlık gösterdiğini söyleyebiliriz. Ama bu tutumların, aristokratlar tarafından, yani çalışmak zorunda olmayıp hayatlarını eğlence ve kişisel tatminler peşinde koşarak geçirme imkanı olan kişilerce bir koruyucu maske gibi kullanıldığını da eklemeliyiz. Robert Farris Thompson da bu bağlantıyı onaylar; "Afrika ve Avrupa'daki diller soyut bir *cool*'luk – yani ölçülülük ve serinkanlılık – bildirgesi altında ifade edilen kendine hakim olma ve sakinlik kavramlarını paylaşır."[1]

Duygusal kontrol veya duygusal ölçülülük erdemi örneğin Rönesans İtalya'sında oldukça takdir edilirdi; Baldessare Castiglione'in günümüzde görgü kuralları ve etkili konuşma kılavuzu olarak tanımlayabileceğimiz ve 1516 yılında yayımlanan *Book of the Courtier* (Saraylının Elkitabı) adlı kitabında *sprezzatura* denilen tutum ya da yaşam felsefesi, İtalyan saray mensupları tarafından benimsenir ve beğenilirdi. *Sprezzatura* kavramı aristokratik bir kü-



Baldassare Castiglione'nin (1478-1529), Raphael tarafından yapılan (1514-15) bir tablosu. 'Neredeyse evrensel olan bir kural buldum: Özentiyi denizdeki tehlikeli bir kayalık olarak görmek ve bu yapmacıklıktan hep kaçınmak. Her şeyde belli bir ölçüde *sprezzatura* uygulanmalı ki, tüm beceri gizli kalsın; yapılan ya da söylenen şey herhangi bir çaba harcanmıyormuş gibi ortaya çıkmalı' "Bunun üzerine Kont cevap verdi: 'Ortalığı karıştıran Roberto'nun tavırlarında gördüğün ve kayıtsızlık dediğin şeyin, aslında yapmacıklığın ta kendisi olduğunu anlamıyor musun? Bu, Roberto'nun yaptığı her şeyi çaba harcamıyormuş, üzerinde düşünmüyormuş gibi görmemizi sağlamak için, yaptığı her şeyin üzerinde en ince ayrıntısına kadar kafa yorduğu anlamına gelmiyor mu?" ' – *Il Cortegiano* (Saraylının Elkitabı, 1959).

çümsemeyi ve herkesin beceremeyeceği bir iş yapıyormuş gibi bir görünüş geliştirmeyi amaçlayan bir tavırdı. İtalyanca'da *sprezzare* fiili alay etmek ve küçümsemek anlamına gelir; bu kavram konu-

sunda uzman sayılan tarihçi Richard Lanham şöyle der; "*Sprezzatura* kavramı, kök fiilinin etkisini taşır ve küçümseme tutumunu içerir. Kavram, kişinin benliğine ek olarak, benliğiyle daimi bir şekilde kaynaşmış bir öz varlığı başarıyla oluşturduğunu haber verir ve bununla övünür. Tatmin edicidir çünkü topluma genişlemiş bir benlik ilân eder... benlik zenginleşmiş ve güçlenmiştir. Güç ise çabayı gereksiz kılar ve beraberinde *sprezzatura*'yı getirir"[2] Bu tanım, benliğin yansıtılmasını vurgulayan kısmında bizim *cool* anlayışımıza oldukça yaklaşır.

Castiglione'nin kitabı daha sonraki birkaç yüzyıl boyunca kıtalar aşırı ülkelerdeki aristokratları etkilemişe benzer. İngiliz aristokratlarının da bu kavramdan etkilenmiş olması mümkün; ama her iki kültür, meşhur 'soğukkanlılık'larını ayrı ayrı geliştirmiş de olabilir. Aristokratik *cool* ya da aristokratik kibir, birçok yönüyle, özellikle de açık yürekli bir ahlâk dışılığa gösterdiği eğilim ve kapalı kapılar ardında yaşanan yasak zevklere düşkünlüğüyle, *cool*'un daha alçakgönüllü biçimlerine benzer.

18. ve 19. yüzyıllarda İngiliz proto-*cool*'u,* narsisizmi, kayıtsızlığı, zekayı ve hazcılığı birleştiren fazlasıyla şık, giyim züppesi erkeklerin; bu iki dirhem bir çekirdek giyinerek ortada salınan gösterişçilerin koruyucusu haline geldi.[3] Barones Orczy'nin, hayali kahramanı Scarlet Pimpernel'e söylettiği sözler, saçma sapan bir *cool*'u yansıtırken, Fransız İhtilali sırasında idam sehpalarını boylayan bu çıplak-başlı aristokratlar, ölümle burun buruna geldikleri anda bile *cool*'un psikolojileri üzerindeki etkinliğini gözler önüne serdiler.

A. BİRİNCİ DÜNYA SAVAŞI VE SONRASI

Tarihteki atalarını araştırdığımız *cool*, bu gülünç tarihi örneklerine rağmen aslında modern çağa ait olan bir duygu tarzıdır ve kavramın

* *proto-cool:* Yazar burada kelime oyunu yapıyor. 'Ana, özgün ve orijinal' anlamlarına gelen *proto* kelimesi kullanılarak 'bu yüzyıllara özgü olan *cool* nosyonu' belirtiliyor. Diğer taraftan proto-Cool kelimesinin "protokol" diye telaffuz edilen sesletiminden yararlanıyor. (ç.n)

bir kitle fenomeni haline gelmesi için, topluma yön vermeyi hedefleyen dinlere olan güvenin azalması ve her iki dünya savaşının yarattığı duygusal travmaların yaşanması gerekmiştir. Avrupa ve Amerika'nın beyaz nüfusu açısından Birinci Dünya Savaşı'nın tarifsiz dehşeti, günümüz Batı ruhunun oluşmasında bir dönüm noktasıdır ve bu ruh, *cool*'un gelişini hazırlamıştır. Birinci Dünya Savaşı'nın sona erişinin sekseninci yıldönümü olan 1998'de bir yorumcu şöyle diyordu: "1914- 1918 savaşının yol açtığı travmalar, sadece yeni toplumsal güçlerin değil aynı zamanda 20. yüzyıl kafa yapısının oluşmasını da sağlayacak bir yol ayrımına getirmiştir insanlığı. Modern kafa yapısının kilit kavramları olan – kuşkuculuk, bireycilik, sekülerlik, itaatsizlik, anı yaşamak gibi – düşünceler, Birinci Dünya Savaşı'ndan sonra ortaya çıkmıştır."[4] Büyük Savaşın, 19. yüzyıl geleneklerinden saygı ve özveriyi yok ederek sanat ve sosyal bilimlerdeki modernist hareketlere ilham verdiği ve bu hareketlerin çağımızın ilk üçte ikisindeki düşünce hayatını yönlendirdiği çok bilinen bir kültürel değerlendirmedir. Modernizm, daha çok üst ve orta sınıflarca tüketiliyor olsa da toplumun genelini İkinci Dünya Savaşı'ndan hemen sonra etkisi altına alacak ve bizim şimdi bildiğimiz *cool* kavramına katkıda bulunacak olan ironi tohumlarını serpmiştir; (üstelik daha ne evrensel eğitime geçilmiştir ne de kadınlar oy hakkı kazanmıştır bu dönemde). Paul Fussell, I. Büyük Savaş'tan kurtulabilen edebiyat metinlerini ve günlükleri inceleyerek bu değişimin doğasını ve derinliklerini çok güzel özetlemiştir; "1914 yazı, eşi benzeri olmayan bir kuşak yarattı. Yeniliğe ve sanata inanan bu kuşak, iyi niyetten, hatta teknolojinin iyi niyetinden bile asla kuşku duymamıştı. O zamanlar henüz *makine* kelimesi *silah* kelimesiyle geri dönüşü olmaksızın eşleşmemişti."[5] Fussell'ın son cümlede kullandığı ironi, yazarın Birinci Dünya Savaşı'yla ilgili tezini anlatır niteliktedir. Fussell'a göre; Birinci Dünya Savaşı'nın hiç kimsenin hayal edemeyeceği öyle tarifsiz bir korkunçluğu vardı ki, insanlar sadece ironi kullanarak, örneğin saldırı başladığı sıradaki mavi gökyüzü ile saldırı sonrasındaki kan gölünü yan yana getirerek, onu hatırlamaya cesaret edebiliyordu. Modern düşünürlere göre de dünyayla kurulması mümkün olan tek ilişki böyle bir

ironi olacaktı.

Kültürdeki modernizm, ilk önceleri küçük avangart gruplarla sınırlıydı sadece. 'Kükreyen' 20'lerin hazcı *flapper*'ları* ve Stearns'ın ifadesiyle "mantıklı şekilde çocuk yetiştirmek ve bilinçli cinsellik konusunda yeni bir duygusal kültür geliştiren, yani planlı ebeveynliğe ve doğum kontrolüne önem veren ve küçük ailelerden yana olan, iyi eğitim almış sınıflar"[6] bu avangart gruplardandır. Alt-orta sınıflar ve işçi sınıfları arasında Viktoryen ahlâkı, cinsel perhiz ve çalışma hayatının baskınlığı 50'li yıllara kadar devam etti. 50'lerde, bizim daha sonra 'halk modernizmi' diye adlandıracağımız şeyin gerçekleşmesiyle modernizm nihayet toplumun ana akımına girdi.

Yine de modern *cool*'un bazı kilit temaları Birinci Dünya Savaşı sonrasında büyük önem kazanan avangart sanatçılar tarafından şekillendirilmiştir. Bunlar arasında en çok dikkati çekenler; Dadaistler ve 1919'dan 1933'e kadar süren Weimar Cumhuriyeti'nin solcu çevreleridir. Bu gibi grupların programı genelde bilinçli olarak devrimciliği içeriyor; burjuva kültürüyle, cinsel tutumlarıyla ve siyasi gevşekliğiyle alay ederek burjuvaziyi yıpratmayı amaçlıyordu. Hitler Nazizminin tehditkar gölgesi altındaki Berlin gece kulüplerinden Kurt Weill ve Lotte Lenya'nın ayartıcı müzikleri yükselirken, sanat galerileri ve dergilerde Georg Grozz ve Otto Dix'in küfürlü karikatürleri yer alıyor, tiyatro sahnelerinde Bertholt Brecht ve Frank Wedekind'in muhalif oyunları ve şiirleri boy gösteriyordu.

Hem sadık bir komünist hem de hercai bir kinik olan Brecht'i, (taşıdığı birçok farklı pasaport, tüm yönetimlere duyduğu güvensizliği gösterir) iki savaş arası dönemdeki temel *cool* modeli olarak görebiliriz. Arthur Cravan, Man Ray ya da Marcel Duchamp gibi önemli Dada figürleri de bize aynı zenginlikte malzeme sağlayabilirdi ama Brecht'in bize şiirleri yoluyla aklını açmış olmak gibi bir üstünlüğü vardır. Brecht, karşı cinsle olan ilişkilerindeki kayıtsızlığını, karşı tarafı tamamen silahsız bırakan bir dürüstlükle ifade ediyor aşağıdaki dizelerde:

* *Flapper:* 1920'li yıllarda hareketlerinde ve giyimlerinde özgür, modern ve serbest tavırlar sergileyen gençler. (ç.n.)



'Acının rüzgarının, sigaramın ateşini söndürmesine izin vermeyeceğim': Bertholt Brecht 1927 'de, *Üç Kuruşluk Opera*'yı yazdığı sıralarda. Brecht'in komünizme bağlılığı, yine kendi fikri olan 'kendi mutluluğu peşinden koşmayanlar aptaldır' düşüncesini gizleyemez.

Kuşluk vakti sallanan sandalyemde oturmuşum.
Bir çift kadın var yanımda.
Gün biterken onlara bakıyorum umursamadan ve diyorum ki:
İşte, asla güvenemeyeceğiniz bir adamla birliktesiniz.[7]

Brecht, hayata karşı takındığı bu *cool* tavrı, *Üç Kuruşluk Opera*'daki ünlü karakteri Macheath'a da (Belalı Mackie ve Falçata Mackie olarak da bilinir) yansıtmıştır. Bu oyunun yegâne amacı, burjuva duygusallığını yermektir. Pürüzsüz bir şekilde konuşan, sustalı bıçak uzmanı olan ve tatlı-sert bir *cool*'un örneğini oluşturan soğukkanlı gangster Mackie, sevgilisine "Sen hiç Soho üzerindeki Ay'ı gördün mü?" diye soran bir gece adamıdır. Püritenlik ve duygusallık *cool* karakterden aforoz edilmiş özelliklerdir ve Brecht'in

komünizme bağlılığı, yine kendi fikri olan 'kendi mutluluğu peşinden koşmayanlar aptaldır' düşüncesini gizleyemez. ('Acının rüzgarının, sigaramın ateşini söndürmesine izin vermeyeceğim'). Brecht'in en nefret ettiği şey duygusallıktır; buna karşın ironiyi sever ve cinsellik ve para konularında son derece alaycıdır. '*Erst kommt das Fressen, dann kommt die Moral*' ('Önce yemek gelir, sonra ahlâk') diyerek, suç dünyasıyla flört etmeyi sevdiğini de gösteriyordu. Ama Brecht, Büyük Savaşın dehşetinden sonra da varlığını sürdürebilmiş olan bir umudun ilkelerine bağlılığını yaşamı boyunca sürdürdü. Bu, insan iyiliğinin sosyalizm yardımıyla kazanacağı kesin zaferin umuduydu (ve Sovyetler Birliği bu umudun somut simgesiydi). Stalin'e ciddi tavırlı methiyeler bile yazabiliyordu, ama bu şiirlerde de ironi vardı.

> Duvarımda bir Japon kabartması asılı,
> Altın vernikli bir iblis maskı bu,
> Sevgiyle incelemeye başlıyorum,
> Alnında belirmiş azametli damarları;
> İblis olmanın nasıl bir çaba gerektirdiğini anlatıyor sanki.[8]

Brecht'in kişiliğinde, *cool*'un toplum geneline yayılmasını 40 yıl geciktiren güçlerin çarpıştığını görüyoruz – umudun bu son kırıntılarının da yok olması için Yahudi katliamı, Hiroşima faciası ve soğuk savaşın yaşanması gerekiyordu. Belki de en büyük ironi, sonuçta Brecht'in komünizme olan bağlılığının da duygusal olmasıdır (bu da, bu bağlılığın tek olumlu tarafı olabilir).

> Badanacı* güzel günlerin çok yakında olduğunu söylüyor.
> Ağaçların yine büyüyeceği,
> Tarlaların yine yeşereceği,
> Şehirlerin yine kurulacağı,
> İnsanların yine nefes alabileceği güzel günlerin.[9]

Gene de *cool*, iki savaş arasındaki bu çalkantılı yıllarda Brecht'inki gibi bohem çevrelere özgü bir ayrıcalıktı. Büyük Buhran ortamı,

* Brecht eserlerinde Hitler'den Badanacı diye söz eder. (y.h.n.)

dolaşımdaki paranın değer kaybetmesi, dikta yönetimlerinin artması gibi sorunlara rağmen birçok insan için en önemli mesele hayatta kalabilmekti. Komünist Partisi'nin *ilericiler* diye adlandırdığı orta sınıfın bir bölümü modernizme adaptasyon sağladıysa da, zevklerinde oldukça tutucu kaldı; bunlar için 'kültür', hâlâ geleneksel tarzlar (tiyatro, roman, şiir) ve o zamanlar büyük ölçüde hayırseverler tarafından finanse edilen köklü kurumlar (kütüphaneler, üniversiteler, tiyatrolar, müzeler, sanat galerileri, ve senfoni orkestraları) anlamına geliyordu. Bu kültür, sadece zenginler tarafından değil aynı zamanda doktorluk, avukatlık, bankacılık, mühendislik, akademisyenlik gibi uzmanlıkları olan sol eğilimli *çalışan entelijensiya* ve kendini geliştirmeyi profesyonel uzmanlık kazanma aracı olarak değil de asıl amaç olarak gören işçi sınıfı, (Gramsci'nin terimini ödünç alacak olursak) *organik entelektüeller* tarafından da desteklenen seçkin bir kültürdü. Oldukça ateşli bir işçi-birliği üyesinin oturma odasına piyano koyması ve çocuğuna piyano dersi aldırması (caz değil klasik piyano) alışıldık bir durumdu. İki savaş arasındaki yıllarda genç nüfusun büyük bir bölümü için eğlence oldukça masum olmayı sürdürdü (içki içmek, dans etmek, kaçamak seks); ve 50'lere kadar işçi sınıfı içinde sadece birkaç tane asi gençlik alt-kültürü ortaya çıktı.

Cool ironizmi ve hazcılığı, profesyonel kabare sanatçılarının, fiyakalı gangsterlerin ve zengin sosyetiklerin tekelinde kaldı. Bu yozlaşmış tipler, Isherwood'un *Goodbye to Berlin* (Berlin'e Elveda), Scott Fitzgerald'ın *The Great Gatsby* (Muhteşem Gatsby) ve Evelyn Waugh' un *Brideshead Revisited* (Brideshead'a Dönüş) adlı kitaplarında resmedilmiştir. Bu sosyetik tipler, sözünü ettiğimiz kitaplara uygun bir şekilde arka sokaklarda, alışık olduklarından daha yoksul hayatları bilerek sürdürmüşlerdir. Bu sokaklar, kara polisiye öykülerinin gözü kara gözlemcilerinden Philip Marlowe ve Sam Spade'in, hakikat ve adalet peşindeki zorlu takiplerini sürdürdüğü ve böylece *cool'un* daha yeni, daha beyaz bir tarafının ana hatlarını çizdiği sokaklardır.

Stearns'a göre, *cool* görünüşün tohumları aslında bu iki savaş arasındaki kuşağın üzerine serpiştirilmiş ama filizlenmesi ertelen-

miştir. *Cool*, topluma etkili girişinden otuz ya da kırk yıl sonra kültürün geneline yayılır ve bu sebeple ancak 60'lı yıllarda, gerçek anlamda yaygın bir şekilde karşımıza çıkar.[10] Kısacası, *cool*'un iki savaş arasındaki dönemde topluma tamamen girmesini geciktiren şey, son bir umut kırıntısıydı; ama bu, dine değil ideolojiye (sosyalizme ve onun kötü ikizi faşizme) bağlanan bir umuttu.

B. SAVAŞ SONRASINDA *COOL*

Agnus Calder, İngiliz halkının 1940 Mayıs'ı sonrasındaki ortak düşüncesini dile getirircesine, İkinci Dünya Savaşı'nı *halkların savaşı* olarak nitelendirir; çünkü bu savaş birincisine oranla birçok yönden daha *demokratikti*, askerler ve halk arasındaki sınıf bölünmesi daha belirsizdi; hava saldırıları nedeniyle siviller de askerlerin kaderini paylaşmaya zorlanıyordu. Amerikan ordularında ise savaş, siyahları ve beyazları barış zamanında çok ender gelebilecekleri şekillerde yan yana getirdi; ve bizim konumuz açısından en önemli yanı, İngiliz, Alman ve Fransız halklarının Amerikalılarla ve Amerikan popüler kültürüyle ilk yakın temasını sağladı. 40'ların sonlarından itibaren Amerikan popüler kültürü ve zenginliği tüm dünyadaki genç kuşağın hayallerini süslemeye başlamıştı. Bu durum, resmi kültürün kontrolünü hâlâ elinde bulunduran paternalist seçkinler tarafından elbette büyük endişeyle karşılandı. İngilizlerin eğitimli sınıfları, eski aristokratik *cool*'u andıran kibirli bir kayıtsızlık sergilerken, Fransız aydınlarının hem sağcıları hem de solcuları oldukça öfkeli tavırlar sergiledi. İkinci Dünya Savaşı, sıkıntı içindeki Avrupa'ya, kaygısız rahat tavırları zamanın gençleri tarafından muhtemelen özgürlüğün sembolü olarak algılanan binlerce Amerikan askerini getirdi. Ve bu askerlerle birlikte Avrupa'ya Lucky Strike sigaraları, naylon kadın çorapları, *swing* ve *R&B* müzikleri (henüz *rock 'n' roll* değil) ve de *cool* geldi.

Amerikan *cool*'u, iki savaş arasındaki dönemde Batılı enteli jensiyaya kısa bir süre çekici gelen Sovyet komünizmine oranla daha başarılı bir ihraç ürünü olduğunu ortaya koymuştur. Fransa ve İtal-

ya'da savaştan sonra Sovyet modeline sadık kalan komünist partiler, kuşkucu bir kuşakla karşı karşıya geldiklerini gördüler ve etkileri hızla kayboldu.

Savaş, milyonlarca insanın hayatını mahvetmiş ya da karmakarışık bir hale getirmişti; ve seferberlik halinin sona ermesi, hayatta kalanların büyük bir çoğunluğu için ev hayatının alışılageldik sükunetine hoş bir dönüş anlamına geliyordu. İngiltere'de, yaşanan dehşetin tekrarlanmayacağı sözünü alarak Clement Attlee başkanlığındaki 1945 İşçi Hükümeti'ni seçenler ve Refah Devleti'ni* kuranlar, savaşın yükünü taşıyan bu insanlardı. Ama bu insanların çocuklarının bir kısmı açısından savaş; ev, saygı ve gelenek gibi kavramları tamamen yozlaştırmıştı. Bu gençler, suçlanacak ve bu yüzden kaçınılacak asıl şeyin 'toplumun bizzat kendisi' olduğu sonucuna vardılar. Atom bombasının atılmasından sonra yaşanan duygusal dağılmalar, Yahudi katliamının açığa çıkmasını izleyen ruhsal hissizleşme ve giderek kızışan soğuk savaşın yarattığı sinir bozukluğu, bir grup gençte – ama yine de oldukça küçük bir grupta – ana-akımın hasretini çektiği saygınlık ve istikrar kavramlarından uzak durmaya yol açan bir hassasiyet yarattı. Bu gençler, McCartizm ve Stalinizm arasındaki kutuplaşma olarak gördükleri Soğuk Savaş siyasetine karışmamayı yeğlediler. 'Demir Perde'nin' hem doğusunda hem de batısındaki bu insanlar için *cool*, kolektif olarak kararlaştırılmış amaçlar ve idealler arasında değil, bireycilikte aranan bir kurtuluş haline geldi.

Savaş sırasında işgal edilmiş ve direniş örgütleri kurmuş ülkelerde (özellikle Fransa ve İtalya'da), bahsettiğimiz muhalif görüşlü bu gençlerin bir kısmı, tukal niyetinde varoluşçuluğu kullanarak bireysellik ve Stalinizmi uzlaştırma gibi zor bir sorunla uğraşıyordu. Bunların arasında en dikkat çekici olanı Paris'te Jean-Paul Sartre etrafında toplanan entelektüel gruptu. Daha büyük bir çoğunluk ise anarşizm ve apolitik hazcılığa doğru sürükleniyordu. Şuradaki kafe, köşedeki kahvehane, radikal kitaplar satan herhangi bir dükkan, şu ya da bu caz kulübü hem kültür merkezi olarak senfoni binası-

* Refah Devleti: 1945'te kurulan bu hükümet *Welfair State* yani Refah Devleti kavram ve anlayışının öncüsüdür (y.h.n)

nın hem de siyasi tartışma merkezi olarak parti kurul odalarının yerini aldı. 'Coşkusu her daim tetikte olan kafe'de ya da 'heyecan, zevk ve umutsuzluğun harman yeri olan meyhaneler'de[11] *cool* ya da *hip* olmak demek ortalıkta öylesine dolaşmak, cinsel maceralar peşinde koşmak, narsis bir şekilde tüm ilgiyi kendi üzerine toplamaya çalışmak ve tüm ideolojik akımların giydirmeye çalıştığı deli gömleğinden kurtulmak istediğini haykırmak anlamına geliyordu.

Hangi politik görüşe sahip olursa olsun tüm anne babalar, çocuklarının benimsediği bu yeni kibirli akım sebebiyle derinden sarsılmıştı. *Cool*, Refah Devleti'nin ve Birleşmiş Milletler'in yapılanmasını sağlayan ve daha yaşlı kuşağın, savaş döneminde kaybettiklerinin bir nevi tazminatı olarak gördüğü savaş-sonrası idealizmine kayıtsızca son vermiştir. *Cool*, ırkçılığa karşı olmak (ya da şimdiki deyişle, yurttaş hakları) alanı hariç, toplumsal eylemciliğe pek de büyük bir sempati beslemiyordu. Örneğin, sonraları hem *beat* akımının hem de 60'ların muhalif-kültürünün lideri olacak şair Allen Ginsberg'ün babası Louis Ginsberg'ü ele alalım. Kendisi de bir şair ve aktif bir Yeni Düzen sosyalisti olan Louis, üniversitedeki oğluna mektup yazarak, yaşadığı pasif hayatı eleştiriyor ve en sonunda soruyor: "Senin özgür, gelişmiş ve demokratik bir toplum için duyduğun eski şevke ne oldu? "[12] Polonya kökenli yazar Jerzy Kosinski'nin, Polonya İşçi Birliği Partisi'nin üyesi olan, üstelik hem eski Lodz'un seçkin kültürüne hem de emekçi entelijensiyasına mensup babası da bu yeni alt-kültürde iyi olan bir şey göremiyor, oğluna "Akıllıca olan hiçbir şey, bir kafeden çıkmamıştır şimdiye kadar"[13] diyordu.

Cool aleni duygusallığın her türüne karşıydı ve tüm halkın acıdığı fakirlere karşı bile bu tutumunu sürdürüyordu. Aslında *sokak-cool'u* ve toplumsal sorumluluk arasındaki düşmanlık dönemin belirli film ve romanlarının klişe konusu haline gelmişti. *Rıhtımlar Üzerinde* (1954) ve *Karatahtalar Yığını*'ndan (1955) tutun da *Batı Yakası Hikayesi*'ne (1957) kadar uzanan bu filmlerin hepsinde; kocaman yürekli bir öğretmen/ polis/ rahip/ sosyal görevli, sokak ruhlu *cool* gençlere toplumsal sorumluluk aşılamaya çalışır. Gençlerin yanıtı ise 'sadece aptallar buna kanar' şeklinde özetlenebilir. Top-

lumsal sorumluluklarının farkında olanların genelde tartışmanın galibi olarak resmedilmesi belki de, çoğu sol- eğilimli olan senarist ve yönetmenlerin *gerçekler*'den ziyade mecburi bir iyimserliği yansıtıyor olmasından kaynaklanmış olabilir.

Ne 'düzgün' toplumdan ne de eski soldan onay alamayan *Cool*, bunlara inancını yitiren sanatçı, yazar ve entelektüelleri birleştiren bir kuşak yarattı ve bu kuşak rüştünü ispat ettiğinde, yani 50'lerde tüm dünyaya saçıldı: New York'ta Greenwich Village'a, Paris'te Sol Yaka'da, San Francisco'da City Lights Kitap Evi dolaylarına ve Londra'nın Soho'sundaki içkili kulüplere.

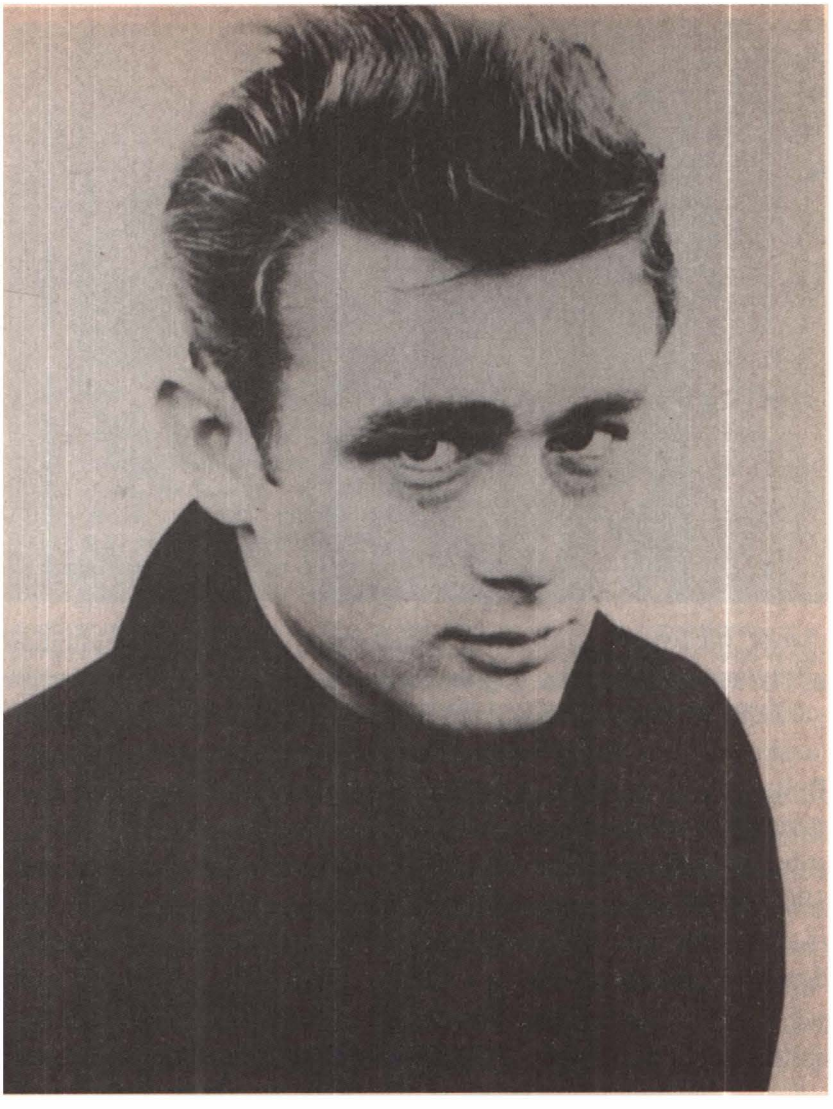
Solcuların eski yüksek kültüre verdiği desteğin ve *cool* alt-kültürüne karşı beslediği önyargının yok olması pek kolay olmadı. 60'larda Yeni Sol'a kılavuz olan Frankfurt Okulu Marksistlerinde bile bu önyargı devam etmiştir. Örneğin Theodore Adorno, yazdığı bir mektubunda Herbert Marcuse'ye şöyle yakınıyordu: "Kültür endüstrisinin atıklarından başka bir şey olmayan caz ve *beat* müziği, Beethoven'ın dokuzuncu senfonisine tercih ediliyor."[14] Küskün Amerikan askerleri ilk motosiklet çetelerini kurar, *beat* şairler çatlak sesli satırlarını konuştururken, başka bir Frankfurt Okulu Marksisti olan Max Horkheimer, soğuk ve ayrıksı dünya görüşleri olan suçlu gençlerin anti-sosyal davranışlarından doğrudan *cool*'u sorumlu tutuyordu.

Bu yeni tavır, demirperdenin arkasında da özel bir rezonans bulmuştur. *Cool* oralarda, sosyalist propagandanın ve sanattaki sosyalist gerçekçiliğin getirdiği aşırı ciddiyetten bir kaçış vaat ediyordu. *Yasak müzik* caz, Polonya'nın sıkıcı sanayi kenti Lodz'da (Polonya'nın Manchester'ı olarak kabul edilir ve Detroit ile karşılaştırılır) 50'lerin Leh gençliğine de hem kişisel bir eğlence aracı olarak hem de aptallaştırarak pasifleştirdiğine inanılan resmi kültüre karşı bir yeraltı muhalefeti olarak hizmet vermiştir; tıpkı Amerikalı yaratıcılarına hizmet ettiği gibi. Bazı gece kulüpleri, canlı caz performansları düzenliyor, bunların dumanlı ve cinsellik yüklü atmosferleri ise 'Marksist bürokrasinin püriten değer yargılarının ve abidevi sanat anlayışının yaldızlı kağıttan başka bir şey olmadığı mesajı'nı[15] taşıyordu. Cool sözcüğünün serin, soğuk anlamının, Polon-



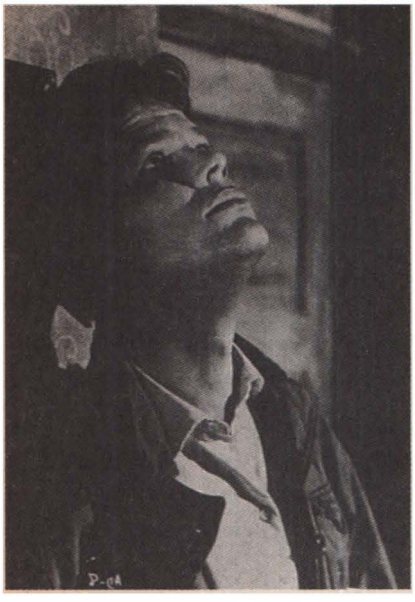
Laslo Benedek'in *İsyankar* adlı filminden (1953) bir sahnede Marlon Brando'nun canlandırdığı karakterin kendisine sorulan "İsyan ettiğin şey nedir Johnny?" sorusuna verdiği kısa ve alaycı cevap dönemin anlayışını ifade ediyordu: "Senin sahip oldukların!"

ya dilindeki karşılığı *chlodny*'dir. Bu kelimenin alt-kültürel bir çağrışımı olmadığı için Polonyalı gençlerin İngilizce 'cool' kelimesini



James Dean'in 1955'te bir araba kazası sonucu zamansız ölümü, sanatçıya ilk *cool* ilah ve ilk *cool* "aziz" olma statüsünü kazandırdı.

kullanmaları oldukça anlamlıdır. Amerika ve İngiltere'den yola çıkıp Fransa üzerinden Polonya'ya gelen *Cool*'un, Polonya *cool*'u



Lodz ekolüne dahil bir kuşak film yapımcısı sosyalist gerçekçiliğin ciddiyetinden uzaklaşarak Lehlere özgü bir *cool* yarattı filmlerinde. Zbigniev Cybulski, Andrzej Wajda'nın 1957 tarihli filmi *Ashes and Diamonds*'dan (Küller ve Pırlantalar) bir sahnede görülüyor.

olarak bir oyuncu kuşağının yeteneklerini yönlendirmiş olduğunu görüyoruz. Aralarında, soğuk yazılarındaki *cool* tavrı sadistliğe yaklaştıran Jerzy Kosinski'den başka Andrzej Wajda, Roman Polanski ve Lodz Film Fakültesi'nin diğer mezunlarını görüyoruz. Bohemya'nın başkenti diyebileceğimiz Prag'da bulunan ve oyun yazarı Vaclav Havel'in ilk gençlik çağında takıldığı Cafe Slavia'nın solmuş Art Deco süslemelerinde de *cool* etkiler gözümüze çarpar. 1968 Prag Baharının Sovyet tankları altında çiğnenmesinden sonra, bu yeraltı muhaliflerinin kendilerine *Caz Bölüğü* adını vermesi de dikkat çekicidir.

C. *BEAT* KUŞAĞI

1950'li yıllarda Amerika'da olsun Avrupa'da olsun *cool*, muhalif tavırlı 'zenci' alt-kültürlerinin tarzını taklit etmeye çalışan beyaz bohemlerin tekelindeydi. Amerika'da bu fikirler bir araya toplanarak, *beat* hareketi ya da *beat* kuşağı diye bildiğimiz geniş bir yazınsal fenomen haline getirildi. Bu hareketin fikir babaları arasında



Beat'lere göre 'hızlı yaşa, genç öl' felsefesi, diğer mevcut siyasi hareketlerin vaat ettiğine oranla daha radikal bir meydan okumaydı kurulu düzene karşı. Yine de William Burroughs (resimde 1966-7'lerdeki haliyle görülüyor) oldukça uzun yaşadı; belki de, kendi canlandırdığı karakterlerden biri gibi aldığı uyuşturucularla mumyalanmıştı.

Jack Kerouac, Allen Ginsberg ve William Burroughs'a rastlarız. Bu yazarlar, akımlarına bu ismi koymakla saygın toplumun baskısı altında olmaktan duyulan usancı ve durumun farkında oluşlarını ifade etmeye çalışıyorlardı. Norman Mailer, önemli kitabı *The White Negro*'da (Beyaz Zenci, 1957) 50'lerin bu *hipster*'larının siyahlara özgü *hip* değer yargılarına ne ölçüde esir olduklarını açıklar: "Eğer marihuanayı evlilik yüzüğü olarak görürsek, bu evlilikten doğan çocuk da *hip* diliydi...Siyah ve beyazın bu evliliğinin kültür çeyizini verense kuşkusuz siyahlardı."[16] Kısacası, diğer mevcut siyasi hareketlerin vaat ettiğine oranla daha hızlı yaşayıp daha genç ölme felsefesi, kurulu düzene karşı daha radikal bir meydan okuma gibi görülüyordu. *Beat* kültürünü benimseyenler aile kavramını, daha doğrusu hazza ket vuran her şeyi sıkıcı ve konformist buluyor, anlık zevkleri takip etmek uğruna vatandaşlık görevlerini ve mesleki sorumluluklarını reddediyor, Doğu felsefeleri ve zihin açıcı mad-

deler yardımıyla daha önemli bir gerçeği yakalamak peşinde olduklarını haykırıyorlardı.

Örneğin Kerouac, Zen Budizm'inde kendi *cool* değerlerinin – ya da o zamanki tabiriyle *hip* değerlerinin – antik bir yansımasını bulduğunu iddia ediyordu; 'Ben her yerde herkesin acı çektiği bir kuşağın sarhoş kahramanı olmak istemiyorum. Ben bir kulübede inzivaya çekilmiş, evrensel düşünceyi oluşturabilmek için düşünen, sessiz bir bilge olmak istiyorum'[17] Berkeley Üniversitesi'nde Doğu dilleri eğitimi gören şair Gary Snyder ise Japonya'da bir Zen Manastırına yerleşecek kadar ileri götürmüştür işi. Diğer *beat*'çiler Taocu metinlerden *Tao Te Ching* ve *I Ching*' in çekiciliğine kapılırken, Allen Ginsberg, Hare Krishna'nın yüce Hindu ayinlerini seçmiştir. (Doğu dinlerine olan bu hayranlık, *beat* kuşağı tarafından 60'ların muhalif kültürüne de taşınmıştır.) Zen ve Hindu bilgelerinin dünyevi kaygılardan uzaklaşmakla ilgili öğretilerde kastettiği şeyin, Amerikalı *cool* yazarların yirminci yüzyıl ortasında takındığı ironik kayıtsızlık tavrı olup olmadığı şüphe götürür ve ayrı bir inceleme konusu olabilecek kadar da geniştir. Ama kesin olan bir şey varsa bu bilgelerin beatçileri, özellikle de alkol ve uyuşturucu tüketerek sürdürdüğü sefih yaşamlarını onaylamayacağıdır. Kerouac 'Budizm'in bahsettiği beyhudeliği en iyi sarhoşken anlarım"[18] derdi ve öfkeli bir alkolik olarak da öldü. Jackson Pollock'tan tutun Miles Davis ve Robert Mitchum'a kadar uzanan savaş-sonrası *cool*'unun en büyük destekçisi olan *Beat*'çilerin çoğu; (bazen kelimenin gerçek anlamında) uyuşturucu, alkol, doymak bilmez bir cinsellik ve suç etrafında dönen zor ve kaotik hayatlar yaşadılar

Albert Camus'un *Yabancı,* Kerouac'ın *Yolda* adlı eserlerinde gördüğümüz gibi *beat* kuşağı, varlığını genelde kağıt üzerinde hissettirmiştir. *Cool*, bu yazarların bir kısmı için, kırılgan bir egoyu dışarıdaki acımasız dünyaya karşı korumaya yarayan pasif, içe dönük bir tutumdu. Ama Mailer için *cool* daha yüzleşmeciydi ve kesin çözüm, anti-konformist tutumların da ötesine geçmekle oluyordu ancak: "Amerikan uygarlığının ölümcül sürüklemesini durdurabilecek tek etkili şey, kişinin kendini fiziksel ve duygusal olan tüm *kesinliklerin* güvenliğinden arındırması, kendini toplumdan ayırması,

tüm köklerini koparması ve yanına yalnızca, özündeki isyankar duyguları alarak meçhul bir yolculuğa çıkmasıdır."[19] *Cool*, Thom Gunn'ın deyişiyle 'bir dövüş pozu' olarak görülmeye başlanmıştı: gri köşede gri flanel takım elbiseli adam ve mavi köşede bir *hipster*. Bu zihinsel galeyan, genelde suç dünyasının sınırlarında dolaşan ve kendi iddialarına göre aydın olanların tekelindeydi. Şair Gregory Corso bunların tipik bir örneğidir; geçirdiği trajik çocukluğun ardından hırsızlık suçuyla girdiği New York cezaevinde bir süre kalır (50' lerin Amerika'sında *hip* bir kariyer için mükemmel bir çıraklık dönemidir hapis hayatı), çünkü Greenwich Village, Rive Gauche'a rakip olmaya özenmiş ve Jean Genet'le boy ölçüşecek bir haydut-şair aramaktadır (tıpkı Jackson Pollock'un Picasso'nun ayağını kaydırıp yerine geçmek için çabalaması gibi...).

D. TAM BİR DÖNÜŞÜM

Savaş sonrasındaki hayatın donukluğundan duyulan hoşnutsuzluğu gittikçe artan ve Avrupa kaynaklı varoluşçu eleştiriler karşısında yoğun bir rekabet hırsı taşıyan bir grup liberal Amerikan toplum yorumcusu, savaş sonrasındaki hızlı büyüme döneminde şekillenmeye başlamış olan modern kapitalizmin yabancılaştırıcı öğelerini eleştirmeye başladı: *Varlıklı Toplum* (Galbraith, 1952) içindeki *Absürd Yetişme* (Goodman, 1954), *Yalnızlık Arayışı*'na (Slater, 1967) yakalanmakla sonuçlanıyor; *Sistem Adamı* (Whyte, 1956) *Issız Kalabalık*' ta kaybolup gidiyordu. Bu yazarlar, hepsi de *Gizli Akıl Hocaları* (Packard 1957) tarafından yönlendirilen yeni düşmanlarına *Çöp Üreticileri* (1960) ve *Piramide Tırmananlar* (1962) adını veriyordu. Bu eleştiri kitapları sadece radikal aydınlar tarafından değil, sıradan Amerikan halkı tarafından da okunan çok-satan kitaplar olmuştur. Biraz cüretkâr olmak, bir bireyci olmak, *Playboy* okumak, bir çift İtalyan ayakkabısı satın almak, hatta belki büroya jaluzi taktırmak birdenbire kabul edilir şeyler sayılmaya başlamıştı.

Savaş-sonrasının *cool*'u, savaş-bıkkınlığının en azından kısmi bir dışavurumuydu. Bu *cool*, soğuk savaş ve McCarthizm'in uyan-

dırdığı *ateşli* milliyetçilik ideallerini şiddetle reddediyor, bunun yerine ne devlet başkanını ne de ülkeyi umursayan kaygısız, ateşin altındaki buz misali bir tavır benimsiyordu. Sam Fuller'ın *Çelik Miğfer*'inde (1951) ya da Norman Mailer'ın ilk romanı *The Naked and the Dead*'de (Çıplak ve Ölü) betimlenen miğferinin kayışını bağlamamış, dudaklarından sallanan sigara belki de son sigarası olan Amerikalı asker tipi, savaş propagandasına köle olan körü körüne milliyetçi dövüş makineleri değildi; derin bir demokrasi anlayışı olan sabırlı, hatta incelikli bireylerdi. Hollywood'da ise John Wayne tarafından canlandırılan ve Amerikan modeli olarak görülen haşin tavırlı, öncü karakterli ve her fırsatta silahına sarılmaya hevesli vatansever tiplemesi, yerini giderek daha makul bir imaja bırakıyordu. Bu imajın arkasında ise yeni *cool* tavır ve bu tavrın kendi kahramanları vardı: Brando, Dean, Newman, Clift. Hollywood, *cool*'daki potansiyeli fark etti ve modern tasavvurdaki etkinliğini sağlamlaştırdı. *Cennetin Doğusu, Asi Gençlik* ve *Devlerin Aşkı*'nda oynadığı üç rol, James Dean'i bir *cool*'luk simgesi haline getirmeye yeterli olurken, bir araba kazası sonucunda gerçekleşen zamansız ölümü sanatçıya ilk *cool* aziz olma statüsünü kazandırdı. Binlerce genç için Dean'in asiliğinin bir amacı vardı ve bu amaç; yeni 'toplum yığınının' empoze etmeye çalıştığı aile, okul, kentli saygınlığı ve iş disiplini gibi kavramların boğuculuğundan kurtulmaktı. Marlon Brando *İsyankar* filminde bir motosiklet çetesinin derilere bürünmüş liderini canlandırdığı rolünde kendisine sorulan bir soruya verdiği kısa ve alaycı cevapla dönemi tarif ediyordu: "İsyan ettiğin şey nedir Johnny?", "Senin sahip olduğun şeyler". Artık anti-kahramanlar çağı başlamıştı ve yavaş yavaş beyazlar da nasıl *cool* olunacağını öğreniyordu.

IV
Onlar da *cool*

Beat'çilerin geliştirdiği "ben farklıyım!" tavrı, 60'lı yılların başında ifade özgürlüğünden ve yurttaş haklarından yana, nükleer silahlara ve Vietnam savaşına karşı olma konuları etrafında bir araya gelen muhalif tavırlı radikal gençlere de çekici geldi. İlk tetikleyicisi siyasi konular olsa da bu isyan kısa bir sürede tüm burjuva yaşam tarzlarına saldıran, alternatif olarak ise seks, alkol ve *rock'n'roll* temeline dayalı hazcı bir muhalif-kültür öneren bir hareket haline geldi. 60'ların bu muhalif-kültürünün giyim tarzı ile 50'lerin *hipster*'larının giyim tarzı birbirinden o kadar farklıydı ki, bu iki fenomenin ilişkili olduğuna inanmak güçtür; ama yüzeysel görüntülerin altına baktığımızda iki kültür arasındaki devam niteliğini fark ediyoruz. Örneğin muhalif-kültürün sempatizanlarının

hippiler diye adlandırılması bir tesadüf değildi: 50'lerde *hip* kelimesi *cool*'un eş anlamlısıydı ve belli bilgilerin sahibi olmayı ya da hippilerin kendi arasında paylaştığı ama sıradan toplum bireylerinin esirgediği gizli bilgileri işaret ediyordu. Muhalif-kültüre de tam olarak aktarılan bu anlam, Bob Dylan'ın 'Buralarda bir şeyler oluyor, ama sen ne olduğunu anlayamıyorsun, değil mi Bay Jones?' (*Sıska Adamın Baladı*, 1965) dizelerinde çok güzel yakalanmıştır. *Cool* kelimesi hippiler tarafından kullanılmaya başlanmış; ama 60'larda anlamı hafifçe kayarak bir yerli yerindelik ya da güvenlik çağrışımı yüklenmişti – bu yelpazenin diğer uç noktasında ise "çılgın bir yaşam" yer alıyordu. Bir kişi hakkında 'O *cool*' ya da 'her şey *cool*' demek, gergin ve tatsız bir durumu (genelde uyuşturucular da işin içindedir) yatıştırmak amacını taşırdı genelde. *Beat* kuşağı ile yeni muhalif-kültür arasında, taraftarları ve takıldıkları mekanlar konusunda bile bir devam özelliği vardı. Aralarında Corso'nun, Ferlinghetti'nin, Synder'ın ve Ginsberg'ün de bulunduğu birçok *beat* şairi, yeni akımın müjdecisi ve öncüsü olarak kabul ediliyor, saygı görüyordu ve hareketin popüler liderleri haline gelmişlerdi (Ginsberg'ün 1966'da, San Francisco Human Be-İn'deki varlığını hatırlayın). *Beat* hareketini besleyen San Francisco ve Berkeley körfez bölgeleri, yeni muhalif kültürün ilk tezahürlerinin çoğuna da ev sahipliği yapmıştır. Üstelik *beat*'çiler gibi hippiler de siyahi kültüre yakınlık gösteriyordu – özellikle müzik konusunda, yalnız artık hakim olan caz değil, R&B ve soul müzikleriydi.

Rengarenk olan hippi giyim tarzı, *hip* 50'lerdeki caz müzisyenlerinin yaka ucu ilikli gömleklerinden ve güneş gözlüklerinden ancak bu kadar farklı olabilirdi. Çoğu *hipster*, daha keskin ütülü takım elbiseler, daha ince kravatlar ve daha sivri ayakkabılar giyerek işadamlarının gardıroplarını parodileştirirken; hippiler, yirminci yüzyıl Batı giyimi yerine parlak renkli etnik giyim tarzlarını – Meksika, Hint, Kızılderili, Fas, Afgan stillerini – tercih ediyor, ayrıca romantizm, ortaçağ ve Tudor döneminin tarihi kıyafet tarzlarına yöneliyordu. Saçları uzatmak (erkekler söz konusu olduğunda sakal ve bıyık da bırakmak), tarih boyunca püritenliğin simgesi olan kısa saçlı ve tıraşlı görüntüyü reddetmek adına benimsenen

sembolik bir tavırdı kuşkusuz. Pejmürde blucinler, *hipster*'ların takım elbiselerinin; uzun saçlar, kısacık asker tıraşlarının; yüksek sesli rock müziği, *cool caz*'ın yumuşak tonlarının; marihuana, haşhaş ve LSD, *hip* uyuşturuculardan eroinin yerini aldı. Birbirini izleyen her kuşak kendini anne babasının ya da büyük kardeşlerinin giyim ve konuşma tarzından farklılaştırmak istediği için, dış görünüşte gerçekleştirilen bu radikal değişiklikler günümüze kadar süregelmiştir; ancak *cool*'u meydana getiren hazcılık ve narsisizm harmanı, bu imaj değişmelerin altında varlığını hep sürdürmüştür.

Muhalif-kültür, *cool*'un isyankar bireyselliğinin üzerine bir 'toplum düzenini değiştirme hevesi' ekleyerek, sadece birkaç yıllığına da olsa, *cool*'un doğasına önemli bir değişiklik getirdi. 50'lerin *hipster*'ları için *cool*; 'sıradan toplum'un ikiyüzlülüğünü pasif, nihilist ve içe-dönük bir şekilde reddediş şekliydi. Toplumsal adaletsizlikleri açığa vurmak *cool* değildi ve bunları düzeltebilecek güçleri yoktu; parola 'sadece iyi görün, dik dur ve kendi işine bak'tı. Hippiler ise karanlık gece kulüplerinde saklanmak yerine,



Aslında 60'ların muhalif kültürünü *cool* eğilimlerin değil de, sıcakkanlı ve sulu gözlü eğilimlerin bir tezahürü olarak görmek daha cazip gelir çoğumuza. Ama gerçek, daha ince bir detayda yatar.

tüm parıltılarıyla Woodstock ve Monterey'de boy göstermeyi ve tüm dünya gençlerini kendi safına katmayı tercih etti. *Cool*, kısa sürse de, pasif bir tutumdan aktif bir tavra dönüştü. Muhalif-kültür anarşik yapılı, alkol ve uyuşturucudan sersemlemiş ve düzenden yoksun olsa da kısa bir süre için kitlesel bir etki sahibi olmak istedi; adaletsizlikleri düzeltmek ve bütün toplumu kendinin rengarenk, başına buyruk tarzına uydurmaya çalıştı. Bu büyük çaplı protesto hareketine sebep olan şey – ki bu protesto hareketinin alışılmadık yönü, temelinin sınıf, cinsiyet, din, milliyet ya da ırk üzerine değil, yaş üzerine kurulmuş olmasıydı – oldukça geniş bir inceleme ve açıklama gerektirir ama önkoşullarından birkaçını kabataslak biz de belirleyebiliriz. Savaş sonrasında yaşanan uzun süreli ekonomik patlama sayesinde, 60'lı yılların ortalarıyla birlikte hem Amerika'daki hem de daha küçük ölçüde de olsa İngiltere'deki genç kuşak eşi görülmemiş bir ekonomik özgürlüğe kavuştu. Yüksek öğretim kurumlarına girişler demokratikleştirildi (gerçi henüz yönetimleri demokratiklikten uzaktı) ve genişletildi. Kitle iletişim araçları (özellikle sinema, televizyon ve taş plakların yerini alan plastik plaklar) aracılığıyla artık fikirler hızla dünyaya yayılıyordu. Sonuncusu ve belki de en önemlisi, gençler, doğum kontrol haplarının icadıyla cinsel özgürlüğü sınırlayan biyolojik engellerden kurtuldu. Endüstriyel toplumda düzeni sağlamak amacıyla geliştirilen sosyal düzenlemeler birdenbire gelişigüzel, gereksiz ve baskıcı olarak görülmeye başlandı.

A. *COOL* YÜKLÜ SAHNELER

Beyaz ve çoğunlukla da orta sınıfa mensup hippilerin 'toplum ölçütlerini terk etme' ve *cool* tavrı benimseme nedenleriyle arka sokaklarda yaşayan siyah ve Latin gençlerin gerekçeleri aynı değildi. Siyah ve Latin gençler için *cool*, kendilerini devamlı küçümseyen ve saygı duymayan bir dünyada kişisel bütünlüğü korumaya yardımcı olan bir savunma mekanizmasıydı. *Cool*, muhalif kültürün beyaz radikalleri içinse daha yüzleşmeci bir tutumdu; kimse onları

kapitalist nimetlerden dışlamadığı halde, bu sistemi daha eşitlikçi ve sahici bir şey uğruna reddettiklerini ifade ediyordu. (Bunu bir çeşit 'fakirlik taklidi' olarak tanımlamak çok mu zalimce olur bilemiyoruz). 60'ların muhalif kültürü, *cool*'u – bombacı anarşizm ve devrimci sosyalizmden tutun, Budizm ve Hindu mistisizmine ve Charles Manson'un 'Aile'sinin psikopatik putperestliğine kadar uzanan – birbirinden oldukça farklı egzotik inançlar silsilesiyle süslemiştir. Tüm bu ithal ideolojileri bir arada tutan tek özellik; demokratik, kapitalist, Protestan, beyaz ve Anglo-Sakson değer yargılarına mümkün olduğunca çok saldırıyor olmalarıydı. Muhalif kültüre katılan bazı siyasi radikaller, Yeni Marksizm'in kapitalizme yaptığı eleştirileri ithal etmeye çalıştı, ama bunlar çok küçük bir azınlığın haricinde hiç destek bulmadı. Karşı uç noktada ise, Hindu ve Budist mistisizmin öğretilerini kabul eden ve her şeyi *karma*'nın işleyişi olarak açıklamaya çalışanlar vardı.

Bu uç noktalar arasındaki pek çok muhalif-kültür destekçisi, 'düzgün' toplumun savaş tüccarlığına, açgözlülüğüne ve cinsel baskılarına karşı 'gevşek dokulu' bir muhalefet oluşturdular kendi adlarına. Bu tutumu belki de en iyi temsil eden hareket John Lennon ve Yoko Ono'nun ünlü 'yatak protestosu' dur. Yerleşik estetik, ahlâki ve psikolojik tüm düzenlere karşı olan bir isyan tavrıdır bu; ve kendini – giyim ve hayat tarzıyla – muhalif kültürün bir parçası ilan eden herkes, daha belirleyici hiçbir niteliğe bakmaksızın bu isyanın içinde yer aldı.

Bu *hip* konsensüs, 'düzgün' toplumu birçok yönden baskıcı buluyordu: 'Düzgün' toplum, cinsel ve duygusal ölçülülük talep etmekle, toplum içinde ve işyerinde 'saygıdeğer' davranışları zorunlu tutmakla insanların duygularına; kişisel ifade tarzlarına, daha açıkçası istediğini giyebilme, çalışmadan yaşama ve uyuşturucu kullanma özgürlüklerine–; sansür uygulamak ve devlet sırlarını (Vietnam Savaşı devam ettiği için genelde askeri konularda) açıklamamakla da gerçeğe baskı uyguluyordu. Kişi, *hip* olabilmek için hem bu baskıları fark edebilmeliydi hem de kıyafet seçimi ve yaşam stiliyle bu baskılara karşı çıkmalıydı: Orta sınıfın liberal sempatizanları ilk sınavı geçiyor, bu yüzden *cool* olarak tanımlanıyor-

du; ama ikinci sınavda çakıyorlardı.

Muhalif kültürün inanç sisteminin esasını, egemen kültür tarafından baskı altına alınmış olma fikri oluşturuyordu. Irkçı saldırılar, polisin göstericilere uyguladığı şiddet, uyuşturucu baskınları ve uzun süreli Vietnam vahşeti gibi fiili baskılara karşı öfke duyuluyordu elbet; ama bahsettiğimiz bastırılma duygusu, bu şeylerin hiçbirini şahsen yaşamadığı halde püriten ahlâk düzenini genişletmek istediği kişisel özgürlüklerine bir engel olarak gören binlerce genç tarafından paylaşılıyordu.

Daniel Bell'in *Coming of Post-Industrial Society* (Endüstri-sonrası Toplumun Ortaya Çıkışı, 1973), *The Cultural Contradictions of Capitalism* (Kapitalizmin Kültürel Çelişkileri, 1976) ve Thomas Frank'in *The Conquest of Cool* (*Cool*'un Fethi, 1998) gibi kitaplarındaki yorumlara göre: savaş-sonrası ekonomik patlama ve modern endüstrinin değişen mahiyeti, 60'lı yılların ortalarında özellikle tüketim ve cinsel davranış konularında kişisel özgürlük sınırlarının genişlemesi için bir potansiyel (pazarlama bakış açısından ise bir emir) yaratmıştır. Oysa iki dünya savaşı deneyimi, savaş-öncesi ağır endüstrinin iş disiplini ve soğuk savaşın yeni gerginlikleriyle kanı donan yetişkinlerin ahlâk anlayışı püriten kalmıştır (Daniel Ross bunu, 1999 tarihli *Pleasentville* adlı filminde esprili bir şekilde betimlemiştir).

Beat akımının sempatizanları ticari konulara karşı dünyevilikten uzak bir kayıtsızlık tavrı geliştirmişken, 60'ların muhalif kültürü (Doğu'lu guruları da dahil) *cool*'u daha materyalist bir yola sokarak piyasalara yönlendirmiştir. Madison Avenue'nun *Gizli Akıl Hocaları* artık kendileri *hip* olmaya başlamıştı – çünkü giyim, müzik ve içecek piyasalarını oluşturan gençlerin kalplerine ve cüzdanlarına giden yol 'hip' olmaktan geçiyordu. Thomas Frank, 60'ların ilk yıllarında reklamcıların *cool*'daki klikçi dayanışmacı yanı, marka çeşitliliği sağlayan ve günümüzde de etkisini sürdüren yeni stratejiler yaratmakta nasıl kullanılacağını keşfettiğini anlatıyor: Pepsi'ye karşı Coca-Cola, Reebok'a karşı Nike, Adidas'a karşı Reebok, Fila'ya karşı Adidas . . . Muhalif kültür, emekçi devrimi istediğini ifade etmek şöyle dursun, farkında olmadan kapitalizmin yeni bir aşamasına teşrifatçılık yapıyordu. Belki de farkında olarak

diyebiliriz, çünkü ara sıra devrimci konuşmalar yaparak hiddetlerini boşaltsalar da, muhalif-kültür taraftarlarının pek azı kapitalizmi yıkarak yerine Bolşevik modelini kurmak istiyordu; büyük çoğunluk, savaş-kuşağının gergin zihniyetini daha *cool* ve daha hazcı bir hale getirmeyi istiyordu sadece.

B. SAHİCİLİK KÜLTÜ

Muhalif-kültür radikalleri, 'düzgün' toplumu baskıcı görmeye ek olarak, bunun 'güvenilmez ve sahicilikten uzak' olduğuna da inanıyordu. 'Düzgün' toplumun insanları ne hissettiğini dürüstçe açık etmiyor; siyasetçiler gerçekleri söylemiyor; üreticiler geri dönüşümü olmayan 'yapay' (plastik vs...) maddeler üretiyor; reklamcılar sahte gereksinimler yaratıyor; yiyecekler kimyasal böcek ilaçlarıyla ve katkı maddeleriyle dolup taşıyordu. Bu inancın biçimlenmesinde Rachel Carson'un *Silent Spring* (Suskun Bahar, 1962) ve Vance Packard'ın *The Hidden Persuaders* (Gizli Akıl Hocaları) ve *The Waste Makers* (Çöp Üreticiler) adlı çok satan kitapları hayli etkili olmuştu.

Muhalif kültür, kendisine özgü 'saflık ve sahiciliğin' dejenere olarak gördüğü değerleri dengelemesini istiyordu. *Cool*, kölelik döneminden beri yenilikçi saç şekilleriyle, giyim ve müzik tarzlarıyla otoriteye karşı koymayı ifade etmişti, oysa 60'ların muhalif-kültürü bu süreci elişinden, zanaatçılığa hatta endüstriyel statüye yükseltti: Hippiler tam anlamıyla yeni bir dünya ya da en azından alternatif bir ekonomi yaratmaya çalışıyordu. Kabuğu çıkmamış pirinç ve diğer gizemli gıda maddelerinin tüketimi hızla artarken, Amerika Birleşik Devletleri'nin (ve daha az bir oranda Avrupa'nın) her yerinde vejetaryen, doğal yiyecek ve makrobiyotik gıda restoranları açılmaya başlamıştı. Amerika'da el yapımı sade kıyafet ve mücevher satan dükkan ve tezgahlar ortaya çıkmaya başlıyor, İngiltere'de (piyasanın daha pahalı bir ucunda) Ossie Clarke, Mr Freedom ve Biba'nın başlattığı radikal moda tasarımları patlaması yaşanıyordu.

Daha 50'lerde Brando ve Dean ile kendini gösteren bir diğer önemli kıyafet modası ise, Amerikalı tarla işçilerinin (hem siyah hem beyaz) ve kovboyların geleneksel iş kıyafeti olan – yani daha 'sahici' olan endüstri-öncesi ekonomiye ait – blucin pantolonlardı. Bu akım, blucin imâlatçısı olan Levi Strauss'u ve Lee Cooper'ı hem dünya giyim endüstrisinin hem de yeni gençlik reklamlarının ağır topları haline getirdi. (Kitabın başında bu konudan söz etmiştik).

Hippi yatırımcılar, yeni bir *psychedelic** rock türü yapan gruplara destek veriyor, teşvik etmek üzere şehrin fakir bölgelerindeki harap binaları müzisyenlere kiralıyorlardı. Müzikte amaçlanan şey de sahicilikti; ve bu sahicilik, bir önceki kuşağın sevdiği Brodway gösterilerinin aşırı duygusal melodilerine ya da ticari pop müziğin fazlasıyla ak pak şarkıcıları yerine halk müziğinde ve siyahi müziklerde aranıyordu. Zaten 60'lı yılların başlarında *blues* ve folk müzik, yurttaş hakları eylemcilerinin arasında oldukça popülerdi, on yılın sonlarına doğru da elektronik şehir müziği ve *soul* müzik bunlara benzer bir yer edindi kendine. Yenilikçi İngiliz rock grupları kuşağı – The Beatles, The Yardbirds, The Rolling Stones, The Kinks, The Who ve daha birçoğu – Amerikan Blues, R&B, Tamla/Motown ve soul müziğin önüne geçti; hatta bu müziklerin de Amerikan beyaz gençliğinin ilgi alanına girmesini çevirmelerini sağladı. Onlarca yıldır siyah R&B müziğinin ilahı olan, ama beyaz izleyiciler tarafından pek tanınmayan B.B King gibi blues ustaları, rock müzik dinleyicileri tarafından da kabul görmeye başlamıştı. Bu ustalar artık Fillmore West'de çalıyor ya da –ironiktir– *The Rolling Stones*'un alt grubu olarak sahne alabiliyordu. Eski bir diskjokey olan Sly Stone, San Francisco'da; siyah ve beyaz, kadın ve erkek müzisyenleri bir araya getiren; taşkın rock müziğin elektronik yenilikleriyle siyahi soul müziğin ritimlerini kaynaştıran *Family Stone* adlı *hip* gurubunu kurdu. Grubun yarattığı tarzın etkileri, 70'lerin *funk*, günümüzün ise *house* ve *hip-hop* müziklerinde görülebilir.

* Tuhaf bilinç durumları oluşturan, duyguları kışkırtan anlamlarına geldiği gibi buna yol açan uyuşturuculara da bu ad verilir. (y.h.n.)

'Düzgün' basının 'yalanlarına' panzehir yaratmak amacıyla, piyasaya '*underground*' dergiler, gazeteler ve mizah dergileri sürülmeye başlandı. Bu işler, IBM'in, benzerlerine göre oldukça ucuz olan son icadı portatif toplu daktilosuyla, ucuz ofset baskı ağıyla ve rocker hippi yapımcıların reklam için yağdırdığı dolarlarla kolaylaşıyordu. Bu yayınlar, radikal siyasi görüşleri ve Vietnam Savaşı'na muhalif tavırları kasten ve komik bir şekilde müstehcen materyallerle birleştiriyordu (Robert Crumb'ın ve S. Clay Wilson'un, Dada'dan beri şok olmamış burjuvayı şok etmek amacıyla tasarladıkları çizgi filmler gibi). Muhalif kültürün reddettiği her şeyi aynı anda temsil eden bir sanat türü varsa, o da Walt Disney'in duygusal 'aile eğlencesi' çizgi filmleriydi ve bahsettiğimiz '*underground* çizgi filmciler' bu türü ebediyen yıkmak amacıyla yola çıkmıştı. (Hatta bunların bazıları Mickey Mouse, Pamuk Prenses ve Ayı Rupert'i çok müstehcen bir biçimde çizdikleri için mahkemede zor anlar yaşamışlardır.)

Hippiler, yoğun bir romantizmi ve erotizmi benimseyerek – hem duygusal hem de 'ciddi' (yani püriten) buldukları – 'düzgün' toplumun yapmacık duygularını aşmayı amaçlıyordu. Christopher Lash, *The Culture Of Narcissism* (Narsisizm Kültürü, 1979) adlı kitabında, 'duygularınla barış' öğüdü ve 'bütün duygular meşrudur' düşüncesiyle şekillenen bu duygusal sahicilik kültünün, Amerika'da daha 1950'lerde psikiyatri ve çocuk eğitimi alanlarında iş üstünde görülebileceğini söyler. Muhalif-kültür, bu tip öğretilerle büyüyen çocuklar tarafından yaratılmış ve bu fikirler nihayet filizlenebileceği verimli bir toprak bulmuştur. Kısacası, duyguları dışa vurmak *cool* oldu; ama dışavurulacak duygular sadece yoğun ve 'sahici' olanlardı. *Games People Play* (İnsanların Oynadığı Oyunlar, 1964) adlı çok-satan kitabın yazarı olan davranış psikologu Eric Berne'ün terminolojisi, muhalif kültür terminolojisine ['kafa oyunu' ya da 'zihin oyunu' diyebileceğimiz (y.h.n.)] 'head games' gibi bir tabir sokmuştur. Bu tabir, sahici olmayan ve insanları zekice manipule eden davranışlar için kullanılan aşağılayıcı bir terimdi.

Aslında hippiler on dokuzuncu yüzyıl romantizminin birçok öğesini yeniden keşfetmiştir. Yaşadıkları yeni romantizm, eskiye

göre, rolü daha genişletilmiş bir hayal gücü; coşkulu kişisel duyguların tamamen dışavurumu; bilimsellikten uzak bir anti-rasyonalizm; gizemli, egzotik ve doğa-üstü olana karşı duyulan hayranlık; doğayla kurulan empatinin yoğunlaşmasını ve sanatçılar gibi yaratıcı bireylere (ve şimdi rock yıldızlarına) duyulan haddinden fazla hayranlık içerir. Kötü ve negatif duygulardan kaçınmaya (genellikle marihuana ve LSD'nin de yardımıyla); bu olumsuzlukların yerine 'güzel titreşimler' veya pozitif duygular koymaya çalışmışlardır Cinsel kıskançlık ve sahiplenme duyguları da, 'düzgün' toplumun baskıcı etkisinin başka bir yönü olarak görüldüğü için hoş karşılanmıyordu. Bu gibi hippi tutumlarında günümüzün popüler kültüründe oldukça yaygın olan ve ilk bakışta *cool*'un antitezi gibi görünen 'duygusallık' eğiliminin köklerine rastlayabiliriz. Aslında muhalif kültürü *cool* eğilimlerin değil de sıcakkanlı ve sulu gözlü eğilimlerin bir tezahürü olarak görmek zaman zaman çoğumuza cazip gelir. Ama gerçek – bize göre – daha ince bir detayda yatar: Muhalif kültür, *cool*'un kendi özüne aykırı davranmasının sonucuydu; yani, özündeki dışlama ve alaycılık gibi temel tavırları sürdüreceğine, kişileri kendi safına katmaya, değiştirmeye ve kucaklamaya çalışmasının (yok olmaya mahkum) sonucu.

Bu hippi romantizmi 50'ler *cool*'unun soğuk kibri (Henry Winkler'ın *Fonz* karakterinde parodileştirdiği) kadar çok benimsenen bir tavırdı üstelik. Sosyolog David Matza'nın *Deliquency and Drift* (Suç ve Suça Yöneliş, 1964) adlı kitabında aykırı kimliğin inşa sürecinin bir bölümü olarak tarif ettiği 'rol yapmak', *cool*'un da bileşenidir; her iki tavrın altında da düzgün toplumun kaygılarına ve yaşantılarına karşı ironik bir kayıtsızlık yatar. O dönemlerde yaşayan hiç kimsenin aklına, bu sahte oryantalizmin altında tam bir kayıtsızlık yattığı gelmezdi – birinin fikrine şiddetle karşı çıktığınızda bile alacağınız tek karşılık neşe içinde söylenen bir 'dediğin de *cool*' yanıtı olabilirdi – ki bu da günümüzün her yerde hazır ve nazır olan 'fark etmez...'inde devam eden bir tuzaktır.

San Francisco, popüler tasavvura göre hippiliğin merkezi olarak görülebilir, ama aslında bu 'devrim'den Hollywood kadar etkilenen başka bir yer yoktur. Muhalif kültür, sadece filmler için yeni konular sağlamakla kalmamış, bu filmleri üreten yapımcıların, yönetmenlerin ve oyuncuların yaşam tarzlarını sonsuza dek değiştirmiştir. Onlarca yıldır kendi orta-sınıf zevklerini sinema sektörüne kabul ettirmeye çalışan eski kuşak kodamanların oluşturduğu zincir, ani ve dramatik bir şekilde genç *hip* yönetmenler kuşağı tarafından kırılmıştır. Bu kuşak, günümüzün gişe hasılatından başka bir ahlâki kaygı gözetmeyen Hollywood'una giden yolu açmıştır.

Hippiler, filmler için pek cazip bir konu olamamıştır ve günümüzde teması açıkça muhalif-kültür olan birçok film sıkıcı ölçüde demode görülmektedir. Oysa, muhalif-kültürden ilham alan yeni bir yönetmenler kuşağı, 70'lerin ilk yıllarında yeni bir sanatsal rönesans yaratmışlardı. Bu yönetmenler; *Aşk Mevsimi* (1967), *Bonnie ve Clyde* (1967), *Vahşi Belde* (1967), *MASH* (1970), *Baba* (1972) gibi filmlerle eski Hollywood'un sakin ve güvenli konularından uzaklaşarak yeni ve acımasız bir gerçekçiliğe yönelmiştir. Marlon Brando'nun *İsyankar* (1953) filminde canlandırdığı Johnny'yi 50'lerin *cool* ikonu kabul edersek, 60'ların en belirgin ikonik karakteri de *Easy Rider* (1967) filminde Dennis Hopper'ın canlandırdığı Billy karakteridir. Arada ise Ken Kessey'nin *Guguk Kuşu* (1962) filminde, Jack Nicholson'un unutulmaz oyunuyla canlandırdığı zapt edilemez kahramanı McMurphy, *cool* tarzın 50'ler ve 60'lar arasındaki geçiş figürü olan son derece ilginç bir karakterdir.

Peter Biskind'in, Hollywood'un kirli çamaşırlarını ortaya döken incelemesi *Easy Riders, Raging Bulls* (Kaygısız Gezginler, Öfkeli Boğalar, 1998), bu devrimi çok güzel anlatır ve bu yenilikçi sinemacıların film endüstrisine nasıl şok dalgaları gönderdiğini şöyle ifade eder:





Eski Hollywood, *cool*'un daha aristokratik şekilleriyle flört etmiştir; oysa Warren Beatty'nin oynadığı 1967 tarihli *Bonnie ve Clyde* adlı film bu gidişatı değiştirmiş, sessiz ve onurlu bir gidiş umut eden bütün bir Amerikan Sinema Derneği kuşağına 'canınız cehenneme' demiştir.
Yanda Hitchcock'un 1955 tarihli *Hırsız Kedi* adlı filminden Cary Grant ve Grace Kelly; üstte Warren Beatty 60'larda bir film setinde.

> Filmde *hip* ve *cool*'un, eskinin 'düzgün ve resmi olan'ıyla ters düştüğü noktalar, Bonnie ve Clyde'ın 'bunlarla' uzlaşmadığı için özür dilememesinden ya da sergiledikleri şiddetten ibaret değildi; yetenekleri ve enerjileriydi de. Filmin, 'canınız cehenneme!' dediği kişiler de sadece kuşak çatışmasının yanlış tarafını; yani Vietnam Savaşı'nın yanlış tarafını tutan bir Amerikan kuşağı değil, sessiz ve onurlu bir gidiş umut eden Amerikan Sinema Derneği üyeleri kuşağıydı. *Bonnie ve Clyde* bu umutları imkansız kılmıştır.[1]

40 ve 50'lerin tipik Hollywood yapımcıları, gangsterler gibi giyinirdi (senarist ve yönetmenler de buna uygun davranırlardı). Biskind, John Calley gibi *hip* yönetmenlerin eski tarzı yerinden nasıl ettiğini şöyle anlatır: 'Calley'in yönetime geçince Warner Bros'a farklı bir klas getirdi. Adam kibar ve hazır cevaptı, bir şekilde herkesten üstün olduğu izlenimini veriyordu...O kadar *hip*'ti ki ofisinde bir masa bile yoktu, sadece üzeri krakerlerle, havuçlarla, yumurtalarla ve şekerlerle kaplı bir kahve masası vardı.'[2] Calley yeni kuşak film yapımcılarının kafasına uygun bir atmosfer yaratmıştı:

> Yapımların yönetim kadrosu uzun saatler çalışıyordu ama takım elbise yerine gömlek ve blucin giyerlerdi. Wells de blucin giyerdi. Sanford ise sandalet giyiyor, uzun saçlarını at kuyruğu yapıyordu...Akşamüzeri saat 5 olunca alışıldığı üzere bardaklardaki buzların tıkırtısı değil marihuananın kokusu duyulurdu...marihuana ve LSD almak bir çeşit ayrıcalıktı. Hepimiz hippi olup çıkmıştık.[3]

Bu yenilikçiler, Kurosowa, Fellini, Truffaut ve Rene Clair filmlerini büyük bir hevesle tüketerek, kendilerini Avrupa ve Japon *cool* estetiğiyle bağdaştırmaya başlamıştı. Stanislavsky Metodunun* bu

* 1863- 1938 yılları arasında yaşayan Rus aktör, yazar ve yönetmen Konstantin Stanislavsky, Amerikan sinema oyunculuğunu büyük ölçüde etkileyen bir oyunculuk tekniğinin yaratıcısıdır. Stanislavsky, kendi adıyla anılan ve tüm dünyada oyunculuk eğitiminde kullanılan Metod'unu oluştururken kendi duygu, düşünce ve deneyimleri karakterlerine ve performanslarına yansıtan oyuncuların, seyircileri ile aralarında çok özel bir bağ oluşturduğunu keşfetti. Stanislavsky bu etkiye 'psikolojik gerçeklik' metodu adını verdi. Gerçekleştirilmesi oldukça zor olan bu zihinsel teknik, oyuncuların sahnedeki tavır ve repliklerini sabit ve yüzeysel tekrarlarla değil gerçek yaşamdan gelen ilhamla yoğurmaları metodu üzerine kuruluydu. (ç.n)

dönemde Hollywood'u fethetmiş olması muhtemelen rastlantı değildi; Hollywood aktörlerinden aile tipi filmlerde (sanat filmlerinde değil) kendilerini oynamaları isteniyordu. Bu, *cool*'un, sahiciliğe, gerçeğe ve şeffaflığa düşkünlüğünün, 'uydurma ve sahte' oyunculuğa prim vermeyişinin bir sonucu olarak görülebilir. Laurence Olivier ile ilgili bir hikaye anlatılır: Ünlü oyuncu, yorgun birini canlandırmak üzere set dışında koşarak kendini telef eden Dustin Hoffman'la karşılaşır ve ona 'Sevgili oğlum, hiç *rol yapmayı* denedin mi?' diye sorar. Aklımıza gelmişken, son dönemde İngiliz televizyonunda yayınlanan ve engellerin üzerine gitmeyi konu alan belgeselin, basit olduğu su götürmeyen formatına rağmen bu kadar beğeni görmesinin nedeni, yapım sorumlularının, fikirleri 60'ların muhalif kültür uyanışında şekillenen *cool* kişiler oluşu olabilir. Bir de Lars von Trier'in yeni-gerçekçi Dogme 95 grubu yönetmenlerinin yapmacıklık konusundaki yergileri de dikkat çekici doğrusu.

D. POLİTİKA DOMUZ PİSLİĞİDİR

60'ların muhalif kültürü, bu kültürün katılımcılarına göre apolitik, hatta politika karşıtıydı: 'Politika domuz pisliğidir', bu dönemde oldukça popüler bir slogandı; 'domuz' ise polisler ve diğer otoriteler için kullanılan aşağılayıcı bir terimdi. Hippilerin çoğu, sağcı olsun solcu olsun bütün siyasetçilerin yalancı, hırsız ve savaş tüccarı olduğuna inanıyordu. Hippiler, bazı sol-kanat davalarına – Vietnam savaşı karşıtı hareketler gibi – geçici destekler vermiş olsa da genelde kurtuluşun siyasi değil kişisel bir mesele olduğuna inanırlardı. Örneğin 60'ların son döneminde Che Guevara imgesi etrafında ortaya çıkan moda Küba modeli sosyalist devrime duyulan bir sempati gibi görünüyor olabilir; ama asıl saygı duyulan şey romantik (ve oldukça yakışıklı) bir isyankar olarak görülen Guevara'nın kişiliğiydi. Muhalif-kültür aşırı liberalliğe meyilliydi ve ürettiği şeyler arasından politik bir manifestoya en yakın olanı 'kendi işini kendin yap'tı. Böyle bir liberallik, sosyalizmin veya sosyal demok-

rasinin hiçbir türü ile verimli bir ortaklık sürdüremezdi. Muhalif kültürün denetimden tamamen muaf olma ve ekonomik anlamda kendine yeterlilik istekleri konusunda geleneksel Amerikan sağ-kanat 'öncü bireyciliği' ile sanıldığından daha çok ortak noktası olması ironiktir; bu geleneksel bireycilik akımı, günümüzde, Amerika'nın gücünü yitirmesini hippi ahlâkına bağlayan Montana milisleri arasında, devam etmektedir. Bir sonraki on yıl zarfında, Reagancılık ya da Thatchercılığa yürekten inanır olmak, birçok muhalif-kültür taraftarı için pek de zor bir ideoloji yolculuğu olmadı (en azından ekonomi konusunda).

Muhalif-kültürün siyasi eylemcilerinin saplantıları Kennedy suikastından Watergate skandalına kadar uzanan komploları ortaya çıkarma etrafında dönüp dolaştı (bu tutku, günümüzün İnternet kültürüne miras kalmıştır). Örneğin Amerikan yönetiminin, uzaylıların uçan dairelerle yaptığı ziyaretleri hasır altı ettiği paranoyası ilk kez 60'larda kök salmıştır. 1963 yılında meydana gelen Kennedy suikastı, *cool* tarihinin önemli bir dönüm noktası olarak görülebilir; bu talihsiz olaydan önce Barış Birliği, Yurttaş Hakları Hareketi gibi çeşitli liberal toplum faaliyetleri *cool* görülüyordu; ve değişimin mümkün olduğu, iktidara daha genç bir kuşağın geliyor olduğu fikirleri Kennedy'de vücut bulmuştu (halkın gözündeki çekici imajı ve daha sonra, o zamanlar henüz pek bilinmeyen seks maceralarının etkisini de unutmamak gerek). Gerçek siyaset şartlarında bu bir hayal olabilirdi, ama gerçekten de çok yaygın ve etkileyici bir hayaldi; Kennedy, Amerika'nın ilk ve – Bill Clinton'un Beyaz Saray'a gelişine kadar – tek *cool* başkanıydı. Kennedy'nin ölümünden sonra tüm bu hayaller bir anda yerini paranoyak, şiddet düşkünü ve siyaset karşıtı tavırlara bıraktı. Bu paranoya hali, muhalif kültürü benimseyen binlerce genci etkiledi ve *cool* adını verdiğimiz psikolojik senteze yeni ve yerleşik bir bileşen daha ekledi: Bundan böyle *cool*, herhangi bir gizliliğin ya da hilenin, her türlü tabunun baş düşmanı oldu – her şey ortaya çıkmalı, her şey görülmeli, her şey denenmeliydi.

Muhalif kültür içinde devrimci sosyalizmin farklı biçimlerine yürekten bağlı olan küçük – yine de kısa bir dönem etkili olan – bir



Kennedy'nin *cool*luğundan şüphe edebilir misiniz? Uyguladığı politikalara değil ama saç kesimine, gülüşüne ve özel hayatında yaptığı kaçamaklara bir bakın.

hizip vardı. Bunların bir kısmı, yirminci Sovyet Kongresi ve Kızıl Ordunun Macaristan'ı istila etmesinden sonra ortaya çıkan Troçkist hareketlerden, diğerleri ise daha eski olan sendikal anarşizm ilkelerinden ilham almışlardı. Oysa, bir önceki bölümde de söylediğimiz gibi, sosyalist solun resmi partileri, hippilerin egemen düzenle özdeşleştirdiği katı bir püritenlik sergiliyordu. Dönem yazarlarından biri açısından bu gerçeğin ortaya çıkması için, Büyük Britanya Komünist Partisi'nin, Muddy Waters'ın ve Buddy Guy'in yaptığı elektronik müzik konusunda yazarın beğenisini paylaşmadığını, Parti'nin bu müziği 'Tinn Pan Sokağının rezilliğiyle lekelenmiş' diye tarif ettiğini öğrenmesi ve Peter Seeger'ın çaldığı politik tınılı bançoyu tercih ettiğini keşfetmesi gerekmiştir. Bob Dylan da benzer bir akıbete uğradı ve protest şarkılar söylemeye son vererek gerçeküstü elektronik rock tarzını benimsediğinde 'Yehuda' diye çağırılmaya başlandı.

Küçük bir grup radikal hippi dışında, muhalif kültürün asıl karşı çıktığı orta-sınıf kültürü ve siyaseti değil işçi-sınıfının kültür ve siyasetiydi. Özellikle Amerika Birleşik Devletleri'nde liberal orta sınıfların muhalif kültür değerlerine karşı beslediği düşmanlık, daha dindar ve tutucu işçi sınıfların beslediği kadar büyük değildi. Hatta liberal orta-sınıf kamuoyunun bir bölümü, Fidel Castro'yla

yapılan bir röportajın *Playboy* dergisindeki yumuşak porno resimler ve kokteyl tarifleri arasına sıkıştırılmasını onaylayacak kadar destekliyordu bu kültürü. Bütün olarak düşünüldüğünde hippiler, işçi sınıfını tutucu, duygusal ve bazen büsbütün tehditkar görüyordu. Örneğin dönemin gelişiminde etkili olan filmlerden *Easy Rider*'da, sadece görünüşlerini beğenmediği için iki hippi kahramanı da vurarak öldüren kötü adamlar işçi-sınıfına mensup iki köylüydü. Bu düşmanlık 60'lı yılların sonlarında Amerika'da otostop çeken herkesin de tanıklık edeceği üzere sadece beyazperdeyle sınırlı değildi ve gerçek hayatta da vardı. İngiltere'de muhalif kültür isyanlarının en çok yaşandığı 1967'den 1970'e kadarki dönemde, Muhafazakar Parti'nin değil İşçi Partisi'nin iktidarda olması da oldukça dikkat çekicidir.

E. NİHİLİSTLER, SON BİR GAYRET DAHA

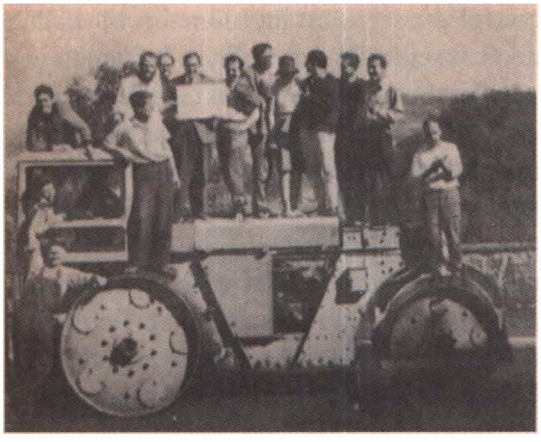
Birkaç liberal siyasi grup, Stalin'den hâlâ kurtulamamış olan sosyalist solun benimsediği püritenliğe şiddetle karşı çıkıyordu. Amerika Birleşik Devletleri'nde, kendini muhalif kültür hazcılığının arkasına saklayarak savaş karşıtı gösteriler düzenleyen ve halka açık yerlerde esrar içen 'yippiler'in oluşturduğu politik gruplar vardı. Bunlar, kendi literatürlerinde '*America*'yı 'k' ile yazmakta ısrar etmekle Amerikan emperyalizmi ile Nazizm arasında benzer bir ahlâki eşdeğerlilik olduğuna inandırmaya çalışıyorlardı kendilerini.

Geleneksel sol politikalardan ziyade post-sürrealist sanat dünyasından etkilenen entelektüel Fransızların kurduğu *Situationist International* (SI) grubu, diğer politik gruplara oranla daha ciddi ve sonradan incelendiğinde daha etkiliydi. Bu grup, 1968'deki öğrenci olayları sırasındaki en etkileyici sloganları üretmesiyle ünlüydü. Grubun baş teorisyeni Guy Debord, sitüasyonist fikirlerin özünü *Gösteri Toplumu*, (1968) adlı kitapta topladı. Debord kitabında, kapitalizm ve sosyalizmin yeni bir totaliter sentezde buluşmasını ele

alıyordu. Bu sentezin kontrol prensibi, taklitçi tüketim büyüsüne kapılan halk üzerinde fiili fiziksel baskıyı neredeyse tamamen gereksiz hale getiren kitle iletişim araçlarının gerçekleştirdiği şöhret imalâtıydı. Bu bakış açısını gördükten sonra SI grubunun politik solu olduğu kadar muhalif kültürü de küçümsüyor olmasının sebebini anlayabiliriz; çünkü muhalif kültürün sömürüleceğini ve 'bu gösteri'nin sadece başka bir yönü haline geleceğini önceden görüyorlardı. SI'nın değerlendirmesine göre nihilist gençlerin kurduğu sokak çeteleri ya da yağma gruplarının tutumu, Watts ve Detroit'de çıkan 'ırk' ayaklanmaları sırasında solcu eylemcilerin takındığı tavırdan daha radikaldi; çünkü çeteler almak istediklerini burjuva yasalarına karşı herhangi bir saygı duymadan alıyorlardı. Avrupa'ya özgü bir anarşi geleneğinin mirasını devralan ve suç işlemeyi marifet sayan bu özgürlük tutkusu, 1972'de bizzat Debord tarafından feshedilen SI'nın, sitüasyonistlere bıraktığı ebedi miras oldu.



Sitüasyonistler, kapitalizmle sosyalizmin yeni bir totaliter sentezde buluştuğuna inanıyordu; bu sentezin kontrol prensibi kitle iletişim araçlarının gerçekleştirdiği şöhret imalâtıydı. Bu SI karikatürü 1968' de Londra'da uçaklardan halka atılmıştı.



SI üyeleri tarihin akışını değiştirmeye çalışmıştı...

Aslında Sitüasyonistlerin suçla kucaklaşmaları bir koşula bağlıydı ve bu koşul 'nihilistler, eğer devrimci olacaksanız son bir gayret daha göstermeniz gerek...' formülünde ifade ediliyordu. Bu formüle göre suç işleme yoluyla kendini burjuva gelenekçiliğinin zincirinden kurtaranların bir adım daha atarak bilinçli devrimci eylemlere geçmeleri gerekiyordu. Ama bu son adımın hayata geçirilme umudu da tıpkı Nietzsche'nin 'üst insan' haline gelebilmek için kişinin kendini aşabileceğine olan inancı ya da Marx'ın, devletin ortadan kalkacağına inancı gibi soldu gitti. SI'nın fikirlerinden etkilenen çoğu insanın kafasında kalan tek şey, suç işlemenin zaten devrimcilik olduğu gibi hatalı bir fikir oldu. Bir parça hırsızlık yapmak, *The Society of the Spectacle*'ı (Gösteri Toplumu) okumaktan daha kolaydı (ve elbette daha eğlenceliydi). Nihayet bir sonraki asi genç kuşak olan 70'lerin punkları, oldukça dejenere olmuş bir altsitüasyonistliği hevesle kucakladı. Suç dünyası yüzyıllar boyunca *cool* stilinin tükenmez bir kaynağı olmuştu ama yanlış yorumlanan Sitüasyonist tez, bu ilişkiye bir de zihinsel bir boyut kazandırdı – artık suç işlemek *cool* olmuştu.

Debord, intiharından beş yıl önce yayımlanan otobiyografik kısa denemesi *Panegyric*'de (Methiye), gençliğinde 50'lerin Fransız sokak çetesi 'Kara Patlama' ya duyduğu sempatiden şöyle bahsediyor:

Gençliğimin – eğitimini tamamlamak adına – geçtiği cehennem bölge-

si, medeniyetin inşa ettiği görkemi yerle bir edecek tüm etkenlerin buluşma noktasıydı sanki. Burada yaşayanlar, işi olmayan, hiç eğitim görmemiş ve hiçbir sanat icra etmeyen insanlar olduğu için haklı olarak sadece olumsuz bir şekilde tanımlanabilirdi. Çoğu, son savaşlarda tüm kıta üzerinde çarpışan ordularda yer almışlardı...Beş altı yaş genç olanlarsa, oraya tek başına gelmişlerdi, çünkü tüm diğer kavramlar gibi aile kavramı da yok olmaya başlamıştı.[4]

Bu, *cool*'un yayılmasını hızlandıran savaş-sonrası anormal durumun etkileyici bir tasviridir; ve bu pasaj, Sitüasyonistlerin, nihilizme zihinsel saygınlık katmakla karşılığını defalarca verdikleri halde, *cool*'a hâlâ bir şeyler borçlu olabileceklerini ima ediyor.

F. BRITANYA'YI *COOL*'LAŞTIRMAK

Şimdiye kadar, 60'ların muhalif kültürü, gelişimini Atlantik'in her iki yakasında sanki aynı şekilde gerçekleştirmiş gibi ilerledik konumuzda, ama böyle değildi; Atlantik'in iki yakası arasında, özellikle de kıyafet ve müzik eğilimlerinde, karmaşık bir karşılıklı etkileşim süreci vardı. Örneğin 60'lı yılların başında İngiltere'de fırtına gibi esen – ve The Rolling Stones, The Who, The Kinks gibi grupları türeten – o günün popüler alt-kültürü, Amerika'da, Amerikalıların kendi siyah R&B müzisyenlerine duyduğu ilginin canlanmasında; Ossie Clarke ve Mary Quant gibi İngiliz moda tasarımcıları, Amerikan muhalif kültürünün giyim tarzında etkili olmuştu. Fakat Amerika ve İngiltere arasında, muhalif kültürün oluşumu ve gelişimi açısından oldukça önemli farklılıklar da vardı.

İngiliz hippilerin isyan ettiği yerleşik kültür, Amerikalı hippilerin isyan ettiği yerleşik kültüre oranla daha dar gelirliydi ve cinsel açıdan daha kendine güvensizdi. Bu kültür, gaddarca püriten olmasa da iki dünya savaşı arasında İngiliz orta sınıf ve işçi sınıfı arasında ortaya çıkan garip bir cinsiyetsizliğin hakimiyeti altındaydı. Bu genel tutum, *No Sex Please, We're British* (Seks mi? Kalsın Lütfen, Biz İngiliz'iz) adlı uzun süreli komedi dizisinin adında parodileştirilirken, David Lean'ın *Kısa Temas* filminde övülüyor hat-

ta yüceltiliyordu. Toplum tarihçisi Ross McKibbin, 50'lerin ilk yıllarındaki evli çiftlerin yarısının, ilk cinsel ilişkilerini eşleriyle yaşadığını iddia ettiğine dikkat çeker. İkinci Dünya Savaşı sırasında toplumca yapılan ortak fedakarlıklarla hassaslaşan İngiltere'nin, Amerika Birleşik Devletleri'ne oranla daha kolektif ve daha az saldırgan bir kültürü vardı. George Orwell, duygularını açığa vurmayan, derin ama hafif bir gönülsüzlükle benimsenen bu özgeciliği 'efendilik' olarak tarif etmiştir. 50'lerde ve 60'larda ithal edilen Amerikan *cool*'u ise, bu efendiliğe son vermek üzere işe koyulmuştur.

Ama *cool*, İngiltere'ye ithal edilmekle önemli değişikliklere uğramış, daha ironik ve daha sınıf bilinçli bir hale gelmiştir. Yeni yeni ortaya çıkmaya başlayan İngiliz aykırılığının, kendini 50'li ve 60'lı yıllarda yaygın olan güvenli, saygın, kolektivist popüler kültüre ters düşecek şekilde tanımlaması gerekiyordu – örneğin *Royal Variety Show, BBC Light Programme, Black and White Minstrel Show* gibi programlar etrafında dönen dünyaya ters düşecek şekilde tanımlamalıydı. İşçi sınıfının efendiliğini hatırlatan en ufak bir şey bile hiç *cool* bulunmazken; hilebaz iş adamları, dolandırıcılar ve Doğu Yakası'nın Kray Kardeşler gibi sevimli (ama sadece uzaktan) gangsterleri, saygı gösterilen şahsiyetler haline geldi. İlginç başka bir şey de McKibbin'in 30'ların dans çılgınlığı *Lambeth Walk*'dan bahsederken yaptığı yorumdur;

> *Lambeth* ve *coster* yürüyüşleri, 1890'ların Doğu ve Güney Londra müzikhollerinde oldukça popüler olan 'zenci dansları'dan *cakewalk*'a ve *ballin' the jack*'e çok benziyordu. Her ikisi de, topuk ve ayak dönüşlerinin vurgulandığı kurumlu yürüyüşlerden ibaretti . Amerika ve İngiltere'nin savaşlar arası dönemde yaşadığı kültürel etkileşimler tek taraflı değildi, her iki tarafın faaliyetlerinin oluşturduğu daha karmaşık bir durumdu.[5]

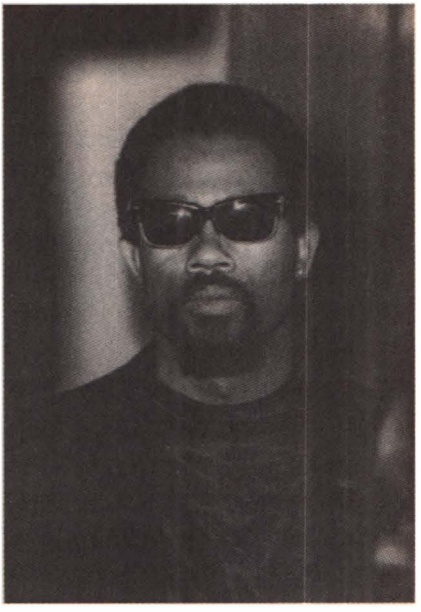
Bunlar, Londra, Glasgow ve İngiltere'nin diğer şehirlerinde *cool* benzeri tutumların 60'lardan önce de benimseniyor olabileceğini gösteren örneklerden sadece birkaçıdır.

Ortaya çıkan bu muhalif kültür, işçi sınıfına mensup birçok İn-

giliz gencine araba tamirhanesi ya da süt şişeleme atölyesinde geçecek sıkıntılı bir hayattan kurtulmayı vaat ediyordu. The Beatles'dan tutun da The Crash'ın elemanlarına kadar birçok rock yıldızının biyografisi bu duruma tanıklık eder. Yeni ufuklar açan, özgünleştirici ve değiştirici Amerikan popüler müziğinin savaş sonrası kuşağı İngiliz gençlerine verdiği özgürlük hissini hafife alamayız. Bu gençlerin yaşadığı özgürlük duygusunun, ana-babalarının sıkıcı, konformist kültürünü reddetmesinde etkisi büyüktür. Ortaya çıkan, ayrıksı bir İngiliz özgünlüğü taşıyan bir muhalif kültürdü. Bu muhalif kültürün ayırt edici karakteristiklerinden biri, siyahi Amerikan müziğine duyulan derin saygıydı. Bir diğer ayırıcı özellik ise; eski İngiliz mizahının izlerini taşıyan, ama iki dünya savaşı arasındaki dönemde iyice keskinleşen ironik ve gerçeküstü kara mizahtı. *Goon Show*, *Monty Python*'un; *Monty Python*, *Not The Nine o'clock News*'ın; *Not The Nine o'clock News*, *Blackladder*'ın; *Blackladder* ise *Fast Show*'un önünü açtı. İngiliz ince ayarının uygulandığı *cool*, Amerikalıların *Beatlemania* dediği fenomen ve *Monty Python* şovunun ABD'de de popüler olmasıyla tekrar Atlantik'in karşı yakasına ihraç edildi. Bu yeni *cool*, Amerikan *cool*'unu daha esprili ve liberal bir doğrultuya yönlendirerek iyiye doğru gelişimini etkiledi.

V
Cool parçalanıyor

Dünyayı barış ve sevgiyle doldurmayı başaramayan muhalif kültür, 1970'lerin başında iyiden iyiye şiddetin, ağır uyuşturucuların, kavgacılığın batağına düştü; ve farkında olmadan *cool*'u toplumun ana akımına kattı. 1950'lerde karanlık gece kulüplerinin gizemli ortamlarında kaçak bir azınlık tavrı olarak yeşeren şey, artık gün ışığında, daha da önemlisi medya spotlarının altında salınmaya başlamıştı. *Cool*, 70'ler ve 90'lar arasında ortadan kaybolmuş gibi gözükse de, aslında heavy metalden punka, punktan hip-hop'a kadar uzanan onlarca farklı biçime dönüşüyor; her yeni genç moda ya da reklam tasarımcısının damarında varlığını sürdürüyordu. Film, müzik, meşrubat ve giyim sektörlerinin pazarlama mekanizmaları, gençler ancak başka yeniliklere yöneldikten sonra yenilik-



60'ların radikalleri, AK-47* saldırı silahlarından, siyah savaş berelerinden ve güneş gözlüklerinden cool ikonlar yaratarak, devrimci şiddeti büyülü ve haklı gösterdiler. Kara Panter Eldridge Cleaver, Los Angeles'ta bir basın toplantısında (1968).

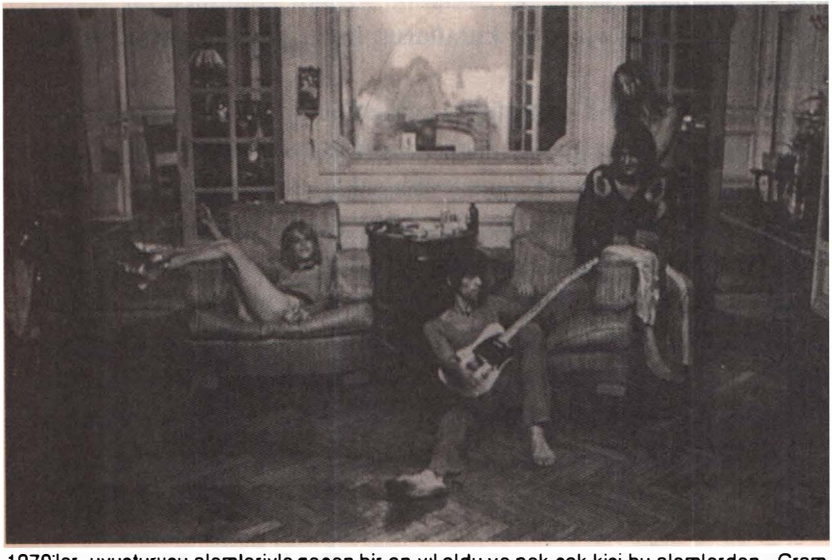
leri yakalamaya çabalardı eskiden; 90'lara gelinince bu sektörler *cool* ile büyümüş ve onun kurallarını bilen kişiler tarafından yönetilmeye başlandı.

60'ların muhalif kültürünün çöküşünün *cool*'da meydana getirdiği diğer büyük değişim, üstü kapalı olarak öteden beri varolan, fakat hippilerin genelde yanaşmadığı karanlık dürtülerin ve şiddetin canlanmasıydı. Oysa Norman Mailer daha 1957'de *hipster* kişiliğin 'insanın iç dünyasıyla vahşi dış dünyayı, romantik aşkla seks alemlerini, öldürme arzusuyla yaratma isteğini aynı anda kucaklayan'[1] karanlık bir yüzü olduğunu görebiliyordu. Bu karşıtlıklar sonraki birkaç on yılda, Charles Manson'un *Aile*'sinin korkunç eylemlerinden, Quantin Tarantino'nun kara ötesi komedilerine kadar birçok meyve verecekti.

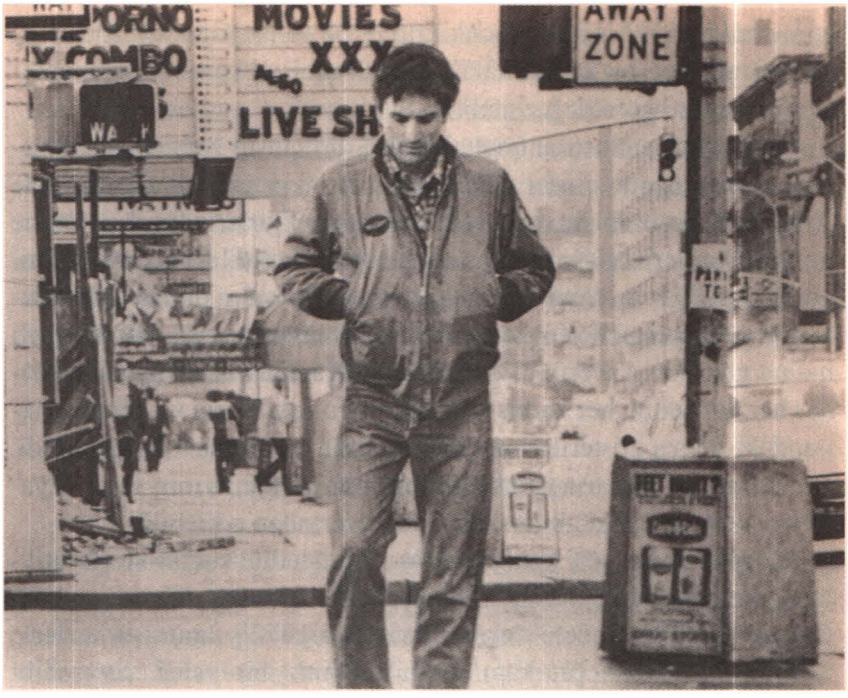
* Kalaşnikof. (y.h.n.)

60'ların muhalif kültürünü neyin öldürdüğünü açıklamak üzere geliştirilen pek çok teorinin uzlaştığı nokta: başlangıçtaki idealizmin zayıflama nedeninin, 'düzgün' Amerika'nın bu kültürün peşine öyle hemen ve topyekûn takılmayacağının anlaşılmasıdır. Nitekim, radikal siyasiler sabırsız davranıp Weathermen gibi terörizme yöneldi; şiddete eğilimli ve lümpen unsurlar uyuşturucu ve özgür seksin büyüsündeki harekete dahil oldu. Bunun sonucunda amfetamin, kokain ve eroin ile zenginleştirilmiş uyuşturucular – bunları getiren büyük satıcıların da katkısıyla – görece zararsız olan marihuana ve LSD'ye tercih edilmeye başlandı. Bütün bu zaman zarfında polisin acımasızca uyguladığı baskı ve zulümün de genel ahlâkı erozyona uğratmasına katkısı oldu.

Alternatif ekonomi, 1967'lerden itibaren yükselmeye başlayan ve yaratıcılarını milyoner yapan bağımsız markaların büyük şirket-



1970'ler, uyuşturucu alemleriyle geçen bir on yıl oldu ve pek çok kişi bu alemlerden –Gram Parsons (sağdaki) gibi– sağ çıkamadı. Keith Richards (ortadaki) gibi hayatta kalanlar ise, bir sonraki 'kötü çocuk' rock starları kuşağı için bir şablon oluşturdu. Dominique Tarle tarafından çekilen bu fotoğrafta Anita Pallenberg ve Parsons'un kız arkadaşı Gretchen Burrel da var (St-Jean Cap Ferrat, Provence, 1971)



İnsanlar, dünyadaki tüm kötülüğü ve adaletsizliği ortadan kaldırma düşlerini kendileri namına gerçekleştirecek güçlü ve silahlı erkek (henüz kadın değil) kahramanlar hayal etmeye başladı. Robert de Niro, Martin Scorsese'in 1976 tarihli *Taksi Şoförü* adlı filminde görülüyor.

ler tarafından satın alınmasıyla, tekrar ana-akım endüstriye massedildi. Rolling Stones'a, The Who'ya, Led Zeppelin'e, Rod Steward'a, Jefferson Starship'e ve Fleetwood Mac'e 70'ler boyunca servetler sunan hayat tarzı, günümüz müzisyenleri ve dinleyicileri için de bir şablon oluşturan '*cool* ifrat' imajını yarattı. Önceki yılların Hollywood patronları gibi, artık rock yıldızları da büyük servet göstergelerine (mülkler, lüks arabalar, genç eşler) yönelmeye başlamıştı, ama Hollywood'un taşıdığı özel hayat kaygısını taşımıyorlardı ve aşırılıklarını gizlemek için hiçbir girişimde bulunmadıkları gibi aksine bunun gösterişini yapmaya başladılar. Birçokları bu aşırılıktan öldü; ama on yıllık bu kahramanlık istismarı döneminden sağ çıkmayı başaranlar (Keith Richards ve Iggy Pop gibi-

ler), *cool* içinde bir kötü-çocuk kriteri yarattılar. Günümüzdeki stil yorumcuları da bu kriteri hâlâ revaçta bulur ve kendi kahramanlarını bu kritere göre değerlendirir.

Pornografi endüstrisi, muhalif kültürün sansür karşıtı mücadelelerle açtığı özgür cinsel ifade kapısına akın etti ve günümüzde Amerikan ekonomisinin en çok kazanan sektörlerinden biri haline geldi. Hippilerin giyim tarzı –uzun saçlar, favoriler, bıyıklar, pilot gözlükleri, blucin, mini etek ve geniş paçalar– tüm dünya üzerindeki lümpen proleterlerin ve yeraltı suç dünyasının günlük kıyafeti haline gelirken; Liverpool'dan, Prag'a, Karakas'dan Manila'ya kadar her fahişenin, her kadın ve uyuşturucu satıcısının ve her televizyondaki güneş gösterilerine çıkan tiplerin üniforması haline geldi. Bu stil ancak 90'ların ortasında, hip-hop şarkıcılarının salaş kıyafetleri ve spor ayakkabıları tarafından yerinden edilebildi.

Gordon Burn, seri katil Fred West'in işlediği suçlar ve hayatıyla ilgili sarsıcı çalışmasında, cinayetlerin işlendiği Gloucester, 25 Cromwell caddesindeki dehşet verici evi 1972 yılında şu sözlerle anlatıyor: 'Burası, çat kapı girebileceğiniz bir yerdi. Ev sahibi (Fred West) gayet *cool* takılıyordu. Tek bir soru bile sormazdı size. Etrafta böyle bir eve ait olmak isteyen, bu geniş aileye katılmak isteyen pek çok kişi vardı.'[2] West'in metne eşlik eden resimleri, 70'lerin hippi taklitçiliğinin uzun favorilerini ve kıvırcık saçlarını yansıtıyordu.

Eski muhalif kültür taraftarları arasında müthiş bir hayal kırıklığı yaşanıyor; herhangi bir yenilikçi siyaset hamlesi ihtimaline karşı, nihilizme varan derin bir kinizm besleniyordu. Bu nihilizmin kendini ifade ediş yollarından biri, intikam hayalleriydi: İnsanlar, dünyadaki tüm kötülüğü ve adaletsizliği ortadan kaldırma düşlerini, onlar namına gerçekleştirecek güçlü ve silahlı erkek (henüz kadın değil) kahramanlar hayal etmeye başladı; çünkü muhalif kültür bu hayali gerçekleştirmeyi başaramamıştı. İnsanları memnun etme konusunda her zamankinden daha istekli olan sinema sektörü, bu ruh halini yansıtmaya ve desteklemeye başladı. Örneğin, 60'ların ortalarında Sergio Leone'nin spagetti-westernlerinin unutulmaz 'isimsiz adam'ı olarak bir kült kahraman haline gelen Clint East-

wood, hüsrana uğramış 70'lerle birlikte, politik düzenlemelere pek güven duymayan intikamcı polis Kirli Harry karakterine bürünüverdi. Oyuncunun o dönem dillere dolanan 'Devam et serseri, günüme anlam kat....' repliği, intikam hayalleriyle dolu kafa yapısının en güzel dışavurumlarından biriydi. Bu nihilist tema, 70'ler süresince giderek abartıldı ve iyice teknolojikleşti. Etkileyici fallik donanım –ki Kirli Harry'nin 44'lük magnumu, bunların prototipi olarak görülebilir– size acı veren kimseden intikam almanın, gerçek hayatta alt etmeye gücünüzün yetmeyeceği kokuşmuş dünyayı yok etmenin sembolü haline geldi.

B. GELECEK DİYE BİR ŞEY YOK

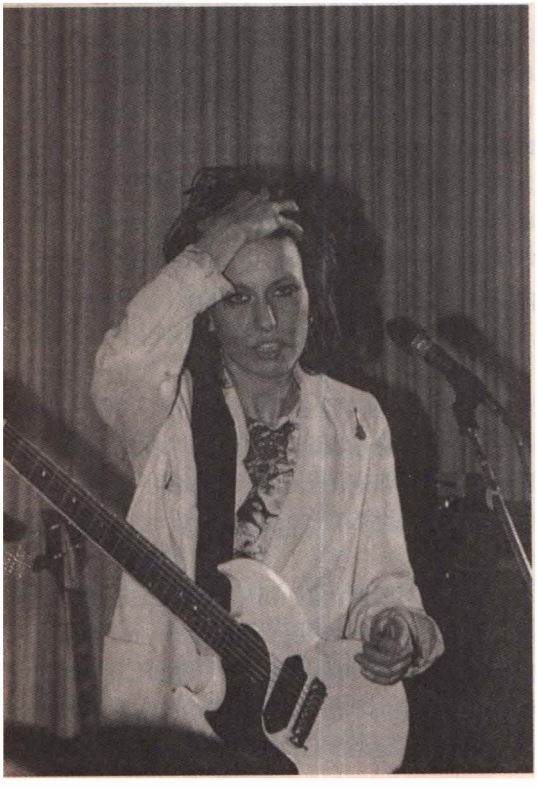
Tavırlardaki bu katılaşmaya paralel olarak, Cream ve Jimi Hendrix'in yaptığı romantik, blues temelli rock yerini saldırgan, maço tavırlı ve şeytan ikonografili heavy metal müziğe bıraktı. Bu müzik, huzur bulamamış birçok delikanlıyı taraftar olarak yanına çekmeyi başardı. 70'lerin sonuna doğru, karanlık ve şiddet yanlısı tüm unsurları yeni bir sentez içinde toparlayan punk hareketi ortaya çıktı. İngiliz müzik tarihçileri punk akımının ortaya çıkışını The Sex Pistols' a ve grubun beyni olan alt-sitüasyonist Malcom McLoren'a dayandırır; ABD'de ise punka benzer nihilist ve ilkel bir rock geleneği çoktan kurulmuştu. Bu gelenek, 50'lerin kafadarları Nervous Norvus'dan tutun, The Standells gibi 60'lara özgü Latin *garage* gruplarına; The Velvet Underground, The Stooges ve The New York Dolls'un gösterişli nihilistliğine kadar uzanıyordu. Punk müzik, 60'ların üstün teknikli gitar ilahlarını kovup ,'Bunu herkes yapar' demekle, Warhol'un resim sanatında yaptığı şeyi rock müzikte yaptı.

Punk veya *new wave* müziği etrafında ortaya çıkan bu yeni akım, 60'ların muhalif kültürünün savunduğu her şeyi tersine çevirmeye çalıştı. Hippiler genel olarak apolitikken, The Clash, The Pop Group gibi punk grupları, anarşist ve Troçkist devrim vaazları veriyordu. Hippiler doğanın güzelliğine taparken, punklar çirkin-

likten zevk alıyordu. Kafalarını kazıtıp saçlarını en görülmedik şekillere sokarak kendilerini, artık haber spikerlerinde bile görülen hippi tarzı saç modellerinden kurtardılar. Uyuşturucu seçimlerinde 'yumuşak' olan esrar ve LSD yerine, özel Calsberg harmanı ve amfetamin sülfatı tercih ettiler. Müzikleri sert, gürültülü ve kabaydı; yoğun duygulardan ellerinden geldiğince uzaklaşmaya çalıştılar.

Punklar, hippilerdeki seks saplantısı olarak gördükleri şeyi bile reddettiler. Johnny Rotten, hippilerin bu saplantısını, ünlü sözü ' iki dakika elli saniyelik şak-şuk sesleri' şeklinde tasvir ederek bir kenara attı. Punk aynı zamanda, muhalif kültürün külleri arasından doğan yeni bir feminizmi kendine kattı ve destekçisi oldu – yeni hareketin, Siouxsie, Patti Smith, Polly Vinyl ve Chrissie Hynde gibi birçok öncü kadın figürü oldu.

Punk İngiltere'de, oldukça farklı yönlere uzanan iki önemli mi-



Punk akımı, muhalif kültürün külleri arasından doğan yeni bir feminizmi kendine kattı. Punk hareketinin Siouxsie, Patti Smith, Polly Vinyl ve Chrissie Hynde gibi birçok öncü kadın figürü oldu.

ras bıraktı. Bir tanesi, 80 ve 90'larda gelişerek, 1999'da "Kentimi geri ver" ayaklanmasıyla doruk noktasına ulaşan kayıt dışı vergi ayaklanması, Hayvan Özgürlükleri Cephesi'nin hayvan hakları terörizmi, seyyar New Age pazarlamacıları ve otoyol karşıtı kampanyaları gibi yeni çeşit bir sokak anarşisiydi. Diğer miras ise, bu sokak tarzını yazıya geçiren punk dergilerinden doğan 'gazetecilik stili' idi. Bu stil, günümüz gazetelerinin renkli eklerinde önemli pozisyonlarda olan ve *cool*'un 90'lardaki yeniden canlandırılışında büyük rol oynayan bütün bir sokak gazetecisi kuşağını yetiştirmiştir.

Punkların, 'Savaşma Seviş' sloganı da dahil *hip*'i ve *cool*'u da reddettiklerini ve hiçbir şeye inanmadıklarını açıkça söylediklerini (*The Sex Pistols*'un şarkısında dediği gibi 'there is no future' – Gelecek Diye Bir Şey Yok) göz önünde tutarsak, bu, garip bir gelişme olarak görülebilir; oysa sadece, *cool*'un nesilden nesle değişmesini sağlayan dinamiğin bir örneğidir bu. Çoluk çocuğa karıştıktan ya da mal mülk sahibi olduktan sonra, *cool* tavrı devam ettirmek oldukça güçtür (gerçi milyoner rock yıldızları her ikisini de bir arada sürdürmek için ellerinden geleni yapıyor) hatta kimilerine göre imkansızdır. Punklar da, artık saygınlık eşiğini geçen eski hippilere karşı tepki duyuyordu. Punkların, kendilerine önceki kuşak ağabeylerinin – hatta belki de anne babalarının – donuk biçimsizliklerini hatırlatan *cool* kelimesini reddetmesi kaçınılmazdı; ama kendileri de yine yapısal olarak aynı olan alaycı bir küstahlık tavrı sergilemeye devam ettiler – değişen tek şey kullanılan kelimeler ve saç kesimleri olmuştu. Punk kültürünün meyvesi olan bir kuşağın, kendilerini medya yıldızları haline getirmesi ve sonunda tekrar *cool* kelimesini kullanmaya başlaması on yıldan fazla sürmedi.

Punk, *cool* tarihi ve geçirdiği değişimler açısından oldukça önemlidir, çünkü o dönemden beri tüm gençlik modalarının yaratıldığı bir formül oluşturmuştur: Farklı bir saç kesimi ve kıyafet icat et, yeni bir uyuşturucu ve müzik bul (ya da eski bir müziği hafif bir makyajla yeniden sun) ve işte size yeni bir akım. Bu formül 80'lerden günümüze, rocktan yeni romantiklere; *grunge*'dan, hip-hop, acid, tekno ve *trance* müziğe kadar hep kendini tekrarlayıp dur-

muştur. Tekrar tekrar bölünmeler konusunda öyle ustalık kazanılıyor ve tarzlar öyle belirsizleşiyor ki, sadece bunların izini sürmek üzere bir sektör çıkmıştır ortaya.

C. *COOL* ŞİDDET

İnsanlar, meydanlardaki açık idam günlerinden Viktoryen tarzı ucuz korku kitaplarına, savaş-öncesi Hollywood westernlerinden mafya ve korku filmlerine kadar, şiddet ve ölüm görüntülerine karşı hep garip bir heyecan duymuştur. Ama *cool*'un 70'ler ve 80'lerde toplumun ana-akımına girmesi insanların bu görüntüleri tüketme şeklini değiştirdi. Liberal düşünce, anti sansürcü yanıyla, gençlerin uydurma kurgularla (filmler, bilgisayar oyunları) kendini budalaca korkutmayı sevdiğini ve bunun gerçek dünyadaki endişe ve korkuları daha önemsiz görmelerine yaradığını ileri sürer. Bu, korku sanatının *Schadenfreude** teorisidir ve buna göre; birinin başına gelen kötü bir şeyden aldığımız zevk, aslında o şey bizim başımıza gelmediği için duyduğumuz mutluluktur. Bu sözlerden etkilenmemek pek kolay değil elbet, ama masumluğu göreceli olan *Schadenfreude* tatmini son birkaç kuşakta yerini sınırsız hayale bırakmaya başlamıştır; artık insanlar korku filmlerini, porno dergi okur gibi tüketiyor – 'İyi ki bu benim başıma gelmiyor' düşüncesinin yerini, 'keşke ben de bunu yapabilseydim' düşüncesi alıyor.

Tavırlardaki bu değişim, AK-47 hücum tüfeklerinden, siyah berelilerden ve Kara Panterler'in gözlüklerinden *cool* ikonlar yaratarak devrimci şiddeti büyülü ve haklı gösteren 60'lı yıllar radikalleri tarafından başlatılmıştı. 50'li yıllarda paternalist bir anlayışla korku filmleri ve mizah dergilerine sansür uygulanıyor böylece insanları dehşet görüntülerinden korumak amaçlanıyordu; ancak sol eğilimli, sansür karşıtı hareket bu sansüre karşı çıktı; çünkü bunu sömürücü egemen sınıfın sebep olduğu şiddeti gizlemeye yönelik bir hamlesi olarak görüyordu. Vietnam Savaşı görüntülerinin tele-

* (Alm.) *Schadenfreude:* Başkalarının mutsuzluğundan ya da başına gelen felaketlerden zevk alma. (ç.n)

vizyonlarda aktarılış şekli, o dönemin tüm bir kuşağının dünyayı şiddet dolu bir yer olarak algılamasına neden oldu (bundan önceki dönemde yaşandığını bildiğimiz daha büyük şiddet, her gece haberlerde yayınlanamadığı için biraz denge sağlanmış oluyordu).

Muhalif kültürün film yönetmenleri, şiddet öğesini yeni bir gerçekçilikle resmetmeye başlamıştı; Warren Beatty'nin *Bonnie ve Clyde*'ından tutun da Sam Peckinpah'ın *Vahşi Belde*'sine kadar. Bu yönetmenlerin çalışmaları ise John Carpenter, Tobe Hooper ve Abel Ferrara gibi daha genç yönetmenleri şimdiye kadar görülmemiş bir gözüpeklikle kan ve şiddet dünyasına dalmak üzere harekete geçirdi. Tobe Hooper'ın *Texas Chainsaw Massacre* (Teksas Elektrikli Testere Cinayetleri) adlı filmi sanırız bir dönüm noktası olmuştur. Yeni tavırdaki diğer bir önemli etki, 1972 yılında Bruce Lee'nin *Öfke Yumruğu* adlı filmiyle başlayan Kung Fu filmleri patlamasıydı. Bu filmler, en çelimsiz gencin bile gizemli bir dövüş sanatı öğrenerek ve uygulayarak, kendine eziyet edenlere ceza verebileceği gibi güçlü bir mesaj taşıyordu. Bu tür filmler, kullandıkları Asya mekanları ve Asyalı yıldızlar sayesinde dünyanın her köşesindeki beyaz ırktan olmayan yeniyetmeler için özel bir imkân yarattı; ufak tefek, ama biraz yapılı bir Çin genci, ekranda kötü adamları yere seriyor, gerçek hayatta ise zengin bir Hollywood yıldızı haline geliyordu.

Sansür-karşıtı radikal tartışmalar artık yerini ticari kaygılı araştırmalara bırakmıştı. Bu araştırmalara göre, aşırı şiddet ve gaddarlık, özellikle yeniyetme erkek çocuklar arasında giderek *cool* oluyordu.

Bazı punk sonrası gruplar, *her şeye* karşı duydukları nefret ve tiksinti hissini ifade edebilmek için şiddet imgelerine öyle sarıldı ki, işi şeytana tapınmaya, hatta neo-Nazi öğelerini benimsemeye vardırdı. Quantin Tarantino'nun filmi *Ucuz Roman*'da Samuel L. Jackson'un canlandırdığı karakterin, bir oda dolusu beyaz serseriyi dehşete düşürerek verdiği Ezekiel vaazı, bu yeni şiddet türünün en mükemmel örneğidir. Bu sahneyi izlerken, kişinin, karşısındakine uyguladığı kör gücün muhteşem tasviri karşısında –kısa sürse de– baştan çıkmaması ya da utanmaması mümkün değildir (en azından

bir erkek açısından). Ailesi, okulu ve öğretmenleri tarafından utandırılan ve öfkelendirilen, seks (ya da seks eksikliği) yüzünden huzursuz olan, daha akıllı ya da daha zengin arkadaşlarının alayına maruz kalan nihilist bir genç, bez bebeklerinin üzerine iğneler batıran bir voodoo büyücüsünün modern bir benzeri gibi, ekrandaki kurbanın yüzü üzerine kendisine eziyet edenlerin yüzünü yansıtabilir. Ve bu genç, eline hayali değil de gerçek ateşli silahlar geçirdiğinde, Amerika'da giderek yaygınlaşan ve Nisan 1999'da Denver Columbine Lisesi'nde yaşanan olayla en yüksek noktasına erişen okul katliamlarının acı reçetesiyle karşılaşırsınız.

D. HIRS İYİDİR

70'lerin sonunda seçimleri sağcı iktidarların kazanmasıyla, savaşsonrası ekonomide ve siyasi mutabakatta büyük bir değişim yaşandı. İngiltere'de 1979'da Margaret Thatcher'in Muhafazakar Parti'si, Amerika'da 1981'de Ronald Reagan'ın Cumhuriyetçi Parti'si iktidara geldi. Bu ideolojik müttefikler, Chicago ekolünün *laissesfaire*'ci ekonomisine teslim oldular ve toplumsal refah anlayışını eleştirerek ve servet yaratıcılarına (yani mülkiyet sahipleri) vergi indirimleri uygulayarak İkinci Dünya Savaşı'ndan itibaren inşa edilen Keynesçi ekonomiyi yıkmaya koyuldular. Hem Thatcher hem de Reagan, çok çalışmak, aile değerleri ve uyuşturuculara karşı savaş gibi oldukça muhafazakar olan *sosyal* politikalar güttüğünü açıklıyordu ama tarihin bir cilvesi olsa gerek, uyguladıkları *ekonomi* politikaları yanlarında hippilerin oldukça masum kaldığı hazcı alemlerin pimini çekti.

Bireysel teşebbüsün önemi, toplumsal vicdanın ise önemsizliği yönünde telkinlerde bulunarak, kendini zenginleştirme konusunda Guizot'un *enrichissez-vous*'sundan (zenginleşiniz) beri görülmemiş bir açgözlülük politikası güttüler. Servet gösterisinde bulunmak savaş sonrası dönem boyunca görgüsüzlük olarak kabul edilmiş, radikal 60'larda ise kesinlikle nefret edilen bir tavır olmuştu; şimdi ise vergi indirimleri, devlet müdahalesinin kalkması ve piya-

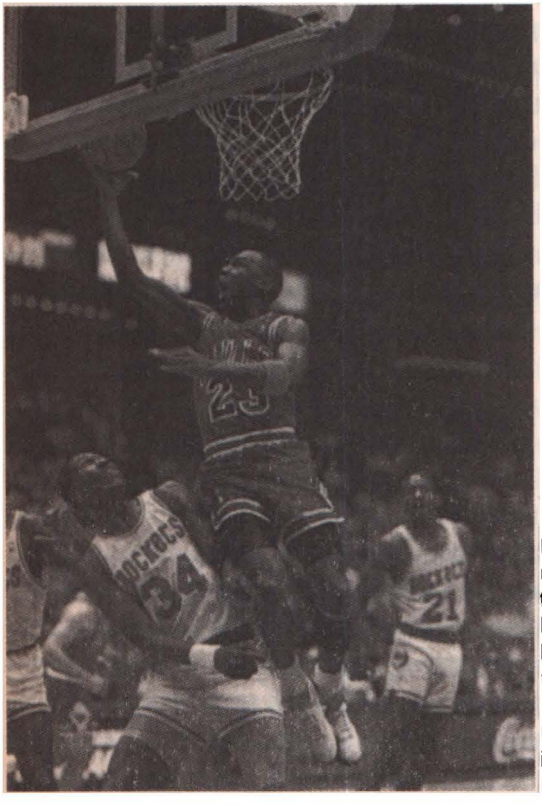
sa daraltılması, çok büyük miktarlarda parayı menkul kıymetler borsasına akıtıyor ve borsada iş yapan komisyoncularla tüccarların gelirini arttırıyordu. Böylece 'yukarı sınıfa geçmek isteyen genç çalışanlar', diğer adıyla 'yuppi' sınıfı doğdu. Yuppiler, şahlanmış bir bireyciliği, hazcılık ve şık kıyafetlere duyulan bir zevkle birleştirerek, *cool*'un, hippilerden ziyade 50'lerin orijinallerine yakın olan değişik bir varyasyonunu yarattılar. Eğer *Guguk Kuşu* filmi, 60'ların ruhunu en iyi yakalayan film ise, Oliver Stone'un *Borsa* filminin 80'ler için aynı anlamı taşıdığını söyleyebiliriz. Michael Douglas filmde hakimiyeti ele geçirmeye çalışan açgözlü tüccar Gordon Gekko rolünde, Jack Nicholson'un McMurphy rolünde olduğu kadar şeytanidir; ve Gekko'nun 'hırs iyidir' repliği dönemin sloganı haline gelmiştir. Eğer *cool*, bizim düşündüğümüz gibi bir isyan öğesi taşıyorsa, işin gerçeği şu ki (solcuların duygularını rencide etse de) yuppilerin isyan ettiği şey, hem Amerika'da hem de İngiltere'de savaş döneminden beri devam eden kolektivist, toplumsal refah merkezli düzendi. Kirk Kerkorian, Michael Milliken gibi gerçek hayattaki Gordon Gekkolar da bir düzene isyan ediyor, onu yıkmaya çalışıyordu ama bu sefer yıkılmak istenen düzen refah devleti düzeniydi. 80'lerin yuppileri, *cool*'un sakin yüzeyi altında saklanan –ve muhalif kültürün, bu pis yarıştan ayrıldığını ilan ederek boş yere bastırmaya çalıştığı – ateşli rekabet ruhunun dizginlerini çözdü.

E. *COOL* KAZANMAK İÇİN OYNAR

Rekabetin *cool* statüsüne yükselişi hiçbir yerde, 80'lerde profesyonel sporlarda görünen büyük değişimde olduğundan daha açık gözlenememiştir. Geri dönüp 50'li yıllara baktığımızda Amerika'daki sporun, 'üniversiteli sporcu' kültürünün belkemiği olduğunu ve asker tıraşlı, muhafazakar, vatansever beyaz erkeklerin özerk bölgesi olduğunu görürüz. Spor hakkında *hip* olarak görülebilecek çok az şey vardı (tabii Kerouac'ın üniversite yıllarında futbol yıldızlığı kariyerini saymazsak); dönemin *hipster*'ları yeteneklerini müzik

(*bebop*'çular) ya da edebiyat (*beat*'çiler) alanında keskinleştiriyor, rekabet dürtülerini spor yerine cinsel zaferlere yönlendiriyordu. En briyantinli saç ya da en keskin yaka kesimi için verilen kıyasıya mücadelelerde gördüğümüz gibi, fiziksel görünüş de bir oyun olarak görülüyordu; aşırı alkol ve ağır uyuşturucu kullanımının bile rekabetçi bir yönü vardı.

O zamanın spor yıldızlarıysa (örneğin Dünya Ağırsıklet Boks Şampiyonları Rocky Marciano ve Floyd Patterson), konuşma ve hareketlerinde ölçülü, başarıları konusunda alçakgönüllü ve mahcuptu. O dönemde spor ahlâkının geçerli kuralları rekabet dürtüsünü dengelerken centilmenliği ve rakibe saygıyı vurgulardı; üstelik maddi ödüller de bu günün standartlarına göre oldukça düşüktü. Bu gidişat, 60'lı yıllarda değişmeye başladı. Paul Simon (1968'deki hit



Michael Jordan havada "yürür" Sporda *cool*luk, ciddi bir fiziksel aktivite gerektiren hareketlerin hiç çaba harcanmıyormuş gibi yapılmasını içerir. Jordan, 1988 NBA Yıldızlar Karmasında sayı yapabilmek için Akeem Olajuwan'ın üzerinden atlarken görülüyor.

albümü *Mrs. Robinson*'da) 'Nereye gittin Joe Di Maggio' diye yakındığı şarkısında, kaybolmak üzere olduğunu gördüğü centilmenliğin timsali olan 50'lerin muhteşem beysbol kahramanını anarak, eskiye olan özlemini dile getiriyordu.

Cool'un Batı Afrika'da eski günlerindeki en önemli görevlerinden biri, savaşçı genç erkeklerin saldırgan dürtülerini dengelemek ve yumuşatmaktı demiştik; *cool* olmak, bu genç savaşçıların doğrudan tehditkar olmayan ama kesinlikle güçsüzlük ya da pasiflik anlamlarına da gelmeyen soğukkanlı bir tavır içinde olması anlamına geliyordu. *Cool*'un bu fonksiyonu, kendini sporda gerçek yıldızların yaptığı üzere çaba harcamaksızın oynamak gibi gözüken ama aslında ciddi fiziksel çaba gerektiren hareketler şeklinde yansıtır: Örneğin, Muhammed Ali'nin ya da Sugar Ray Leonard'ın ani hamleleri; Maradona ya da Zidane gibi golcü futbolcuların altıncı his gerektiren gol pasları ya da bitiş düdüğüyle gelen golleri; Michael Jordan'ın, Nike firmasının ürünlerinden birine ad olan 'Air Jordan' adını hak eden efsanevi hareketleri. Rekabetin temelini oluşturan şiddetli öfkeyi gizleyen bu çaba harcamıyormuş gibi görünme tekniği, kazanmayı *cool* deneyim yapan temel şeydir. Organize sporlar, 'vücudu mükemmelleştirme ve ustalığını sergileme isteğinin altında yatan narsisizm' ile 'ekip çalışması ve zorlu antrenmanlar için bireyselliğin ikinci plana atılması' arasında hassas bir denge gerektirir. Son saydığımız özelliği geliştirme konusundaki Viktoryen fikirler, bu yüzyılın büyük bir bölümünde etkiliydi; ama hazcı 60'lar dengeyi bozdu: Muhammed Ali örneğinden ilham alan Afro-Amerikan spor yıldızları, Amerikan püritenliğinin sert iplerini gevşetmeye başladı. Bu yıldız sporcular teşhir duygularının ve savaşçılarınkine benzer tutkuların etkisiyle teknik ustalıklarını 'dışavurumcu stil' denilen gösterişe dökmeye başladı; beyaz meslektaşları da aynı stili kapmakta gecikmedi: Zafer naraları, havaya sıçrayıp el çakmalar, pistte belden aşağısıyla yapılan müstehcen danslar ve diğer tüm *cool* ifadeler.

Sporda yaşanan bu yeni cüretkârlık, 80'li yıllarda, iş dünyasındaki serbest piyasacıların yeni yeni benimsediği rekabetçilikle toslaştı. Spor bu sektöre hem iş yeteneği konusunda mükemmel bir

benzetme hem de gri flanel takım elbiselerden daha çekici bir giyim tarzı sağlamış oldu. Eşofmanları, beysbol şapkaları ve spor ayakkabıları içindeki sporcular ve atletler, rahat ama aynı zamanda güçlü olan bir beden imajı yansıtıyordu. Böylece spor giyim bir anda hem *cool* statüsüne yükseldi hem de oldukça kazançlı bir ticari girişim haline geldi. Spor giyim endüstrisi patladı; Nike ve Reebok gibi markalar, ürünlerini en büyük sporcularla özdeşleştirme yoluna gitti ve sponsorluklar yoluyla sporcuların kazancını çoğalttı. Bunun sonucunda 90'lı yıllarda sporda köklü bir değişim meydana geldi; özgür beden ikonu haline gelen (ve baştan ayağa reklam logolarına bürünen) atletler, süper yıldızlığa yükseldi. Spor giyim pazarlaması, tamamen eyleme ve deneyime dayalı bir branşın, *cool*'un sırtından ticari bir alana nasıl dönüştürüldüğünün hâlâ en tipik örneğidir.

İş ve spor dünyasındaki yeni rekabetçi ruhlar birleşerek şöhret kültünü hayal bile edilemeyecek bir noktaya yükseltti. Robert H. Frank ve Philiph J. Cook bu noktayı, yazdıkları, *Winner Gets all Society* (Kazanan Tüm Toplumu Alır, 1996) kitabının adında somutlaştırırlar. Elbette yıldızlar, Elvis'li ve Marilyn'li günlerden beri *cool* statüsü taşıyordu ve muhalif kültür de yıldızların statüsünü zayıflatacak bir girişimde bulunmamıştı – hatta The Beatles, The Stones ve diğer gruplar şöhret kavramını yeni doruklara taşıdı – fakat sinema-TV ve spor yıldızlarının 80'li yıllarda iyice artan gelir gücü bir paradoksa sebep oldu: Bu yeni yıldızlar, bulundukları noktaya dişleri ve tırnaklarıyla kazıyarak gelmişti ve görünüşte önceki Hollywood seçkinlerine oranla halka daha yakındılar – gerçek halk kahramanı kadınlar ve erkekler – ama aslında dudak uçuklatan servetleri, bu kişilerin sıradan halktan sonsuza dek kopmasına neden olmuştu. Bu popülist kült, kitle iletişim öğelerini de derinden etkilemeye başladı; Rupert Murdoch'un *News International*'ı, Avustralya'dan sonra İngiltere'de açılan şubeleriyle, önce yazılı basın, sonra da ekranlarda yaşanacak 'tabloidleşme' sürecinin lokomotifi oldu. Basın ve televizyonun tüm sektörleri gerçek haberleri kovalamayı bırakarak, yeni tanrıların, yani Madonnalar'ın, Michael Jordanlar'ın ve Arnold Schwarzeneggerler'in peşine düştü.

80'lerin ilk yılları, meyvelerini daha sonraki yirmi yıl içinde verecek ve ABD'nin en önemli endüstriyel sektörü haline gelerek Bill Gates'i dünyanın en zengin adamı yapacak olan kişisel bilgisayar endüstrisinin çiçek açmasına da tanıklık etti. Burada da rekabet her şeydi; oyunun başı olmak, mahallenin en zeki çocuğu olmak *cool* oldu. Çalışanları iç cepleri kalemlerle dolu tüvit ceketler giyen eski bilgi-işlem sektörünün aksine, kişisel bilgisayar sektörünün öncüleri (Steves ve Apple Bilgisayar şirketini kuran Wozniak ve Jobs gibi) muhalif kültürün içinden çıkmışlardı. Jobs Hindistan'ı otostop yaparak geçmişti; Wozniak ise bir rock müzisyeni ve sabık bir telefon fanatiğiydi (70'lerde *Blue Box*'ı dizayn ederek insanların istediği uzak mesafelerle telefon konuşmaları yapmasına olanak tanımıştı). Bu adamlar kendilerini tekelci düzeni ve reklamlarında totaliter Big Brothers olarak resmettikleri IBM gibi büyük firmaları darmadağın edecek asiler olarak görüyordu. Bu yeni endüstriyi kurmuş olan yazılım ve donanım mühendislerinin büyük bir kısmı *cool* dilinden konuşuyordu, ama *cool* bu çevrede yeni bir nüans daha kazanmıştı: Yeni bir teknoloji hem iyi tasarlanmış hem de gerçekten yenilikçi ise *cool* olarak tanımlanabilirdi ve o şeyin iyi tasarlanmış olduğunu anlamakla kendinizin *cool* olduğunu da gösteriyordunuz – *Cool* teknoloji, kullanıcısına da *cool* statüsü bahşediyordu.

F. WALL STREET'İN İÇYÜZÜ

Amerika'da, 60'ların muhalif kültür hareketleri sırasında kendini geri plana çekmiş olan sokak çeteleri, 80'li yıllarda, özellikle de Los Angeles çevresinde, tekrar ortaya çıktı. *Bloods* ve *Krips* gibi çeteler tarafından kontrol edilen ve iyice yaygınlaşan uyuşturucu kültürü, 'arabalardan açılan silahlı saldırılar'la sokaklara yeni şiddet boyutları kattı. Manik ve hırslı 80'lerin seçtiği uyuşturucu kokain oldu, çünkü bu pis yarışta önde gitmenizi sağlayacak enerjiyi veriyordu size ve öyle pahalıydı ki özel bir tüketici olduğunuzu ilan ediyordu. Bir veya iki ölçek 'mal', Wall Street'de çalışan 'ev-



Gangsta rap, her renkten, her sınıftan ve her ulustan genç tarafından coşkuyla benimsendi. "Kancıkların ve orospuların üzerinde tepinmekten yorgun düşmek" hakkındaki şarkıların, 'Tek İhtiyacın Aşk' dizeleriyle büyümüş olan anne ve babaları "neye uğradığını şaşırtacağı" kesindi. Run DMC, 1987.

renin efendileri'nin sabahları ayılması için, bir fincan kahve kadar gerekli olmuştu. Sokak çeteleri kokain işinin denetimini ele geçirerek bunu oldukça karlı bir sektör haline getirdi. Dahası, *crack* adını verdikleri içilebilen (burundan çekilenin aksine), daha ucuz ve bağımlılık yaratıcı olan bir kokain karışımını hizmete sundular. *Crack*, Amerika'nın zenci bölgelerine veba gibi yayılarak zaten zayıflamış olan cemaat ruhunu hepten dağıtırken satıcıları olan çeteleri zengin de ediyordu.

50'lerde sokak çetelerinin sergilediği sahnelerin *doo-wop* müziğini doğurması gibi, 80'lerde yeniden canlanan çete hayatı da Kool Herc, Grandmaster Flash, Afrika Bambaataa ve Sugarhill Gang gibi grupların öncülük ettiği hip-hop ya da rap denen müzik çeşidini yarattı. *Doo-wop* gibi bu yeni tarz da, enstrümantal ustalıktan çok ses yetenekleri üzerine kurulmuştu ve mevcut bir dans albümünün üstüne eklenen sözlerin ritmik söylenişini içeriyordu. Punk müzikte olduğu gibi herhangi bir müzik aletinde uzmanlığı gerektirmemesi, hip-hop müziği oldukça popüler yaptı ve bu müzik, punkun hiçbir zaman başaramadığı bir hız ve kapsamla tüm dünyaya yayıldı.

Müzikalite olarak hip-hop, siyah müzikte – James Brown ve Sly

Stone'un 60'larda başlattığı ve 70'ler boyunca disko müziği ile gelişen – melodiyi kısarak ritmi vurgulama modasının doruk noktasıydı. Hip-hop müzikte, davul makinesi canlı davulcuların; bas sintisayzırı da basçının yerini aldı; mevcut dans kayıtlarının re-mix edilmesi ve 'gıcırdatılması' ile ritme karmaşa katıldı.

80'ler ilerledikçe hip-hopun öncesindeki tavırlar da solmaya başladı; diskonun eski güzel günlerden kalan 'çalkalama' duyguları, yerini cinsel şiddetin, silahların ve İce Cube ve Snoop Dog'un hareketlerinde gördüğümüz gibi zenginliğin yüceltilmesine bıraktı. Altın zincirler ve bol pantolonlar, *cool*'un yeni sembolleri olarak siyah berelerin ve AK-47lerin yerini aldı. Hip-hop kültürü devrimci, polis karşıtı ifadelerle cilalanmış olsa da 'amaca giden bütün yollar mubahtır' düşüncesiyle, 80'li yılların şöhret, para ve seks kovalamacasına mükemmel bir uyum gösteriyordu aslında. 80'lerin sonlarında birçok Amerikan şehrinde, genç siyah erkeklerin başlıca ölüm sebebi silahla vurulma haline geldi. 90'lı yıllarda ise şiddet, ya Tupac Shakur ve Biggi Smalls gibi hedef olarak ya da Snoop Dogg gibi hapse girme yoluyla rap yıldızlarının doğrudan kendini talep etmeye başladı.

Şiddetin kazandığı bu yeni cazibeyi göz önünde bulundurduğumuzda, *gangsta rap*'in tüm ülkelerde her sınıftan beyaz genç tarafından ebeveynlerinin kuşağını dövmeye yarayacak bir sopa olarak heyecanla kabul görmesi şaşırtıcı değildir. 'Tek İhtiyacın Aşk' dizeleriyle büyümüş olan anne ve babaların, kancıkların ve orospuların üzerinde tepinmekten yorgun düşme üzerine şarkılarla neye uğradığını şaşıracağı oldukça kesindi. Ama bu, göründüğü kadar keskin bir dönüş değildir elbette; çünkü otuz yıl önce de belli bir yazarlar kuşağı benzer bir şekilde Muddy Waters'ın *Mannish Boy* (Delikanlı Çocuk) şarkısının sadece biraz daha az maço olan sözleriyle özdeşleşmişti.

90'lı yılların ortalarında *cool*, birbirinden farklı görünen düzinelerce tarza dönüşmüştü – ragacıların çuvalı andıran kılıkları, *bebop*'çuların jilet gibi ütülenmiş takım elbiselerinden ya da Jimi Hendrix'in fırfırlı gömleklerinden ancak bu kadar farklı olabilirdi. Elbette kullandıkları kelimeler de değişti – 'harika' yerine 'dehşet', 'yenmek' yerine 'geçirmek' – ama bunların hiçbirisi, *cool*'un temelini oluşturan kaygıların her zaman aynı olduğu gerçeğini görmemizi engellemesin: Saygınlık kazanmak ve doğru görünüş ve doğru davranış şifrelerini bularak bireysel zevkler peşinden koşma kaygısı.

Popüler kültür tarihi, bir karşılıklı etkileşim tarihidir. Siyahlara özgü R&B müziğin, İkinci Dünya Savaşı sonrasında Atlantik'i aşıp The Beatles ve The Stones müziklerini beslemesi, sonra geri dönerek 60'larda Amerikan rock müziğini tekrar döllemesi gibi, hip-hop müzik de Atlantik'i aşarak 80 ve 90'larda Avrupa'da çok sayıda yeni elektronik dans müziğinin doğmasına sebep olmuştur. Bu *rave* ve dans kültürü genç kuşağın imgelem dünyasını ele geçirmekte gecikmemiş ve *cool*'un yayılmasına taze bir devinim gücü katmıştır. Günümüzde bir dans müziği Atlantik'i (ya da Akdeniz'i, ya da Pasifik'i) artık birkaç yılda değil, birkaç haftada aşıp geri dönebilmektedir.

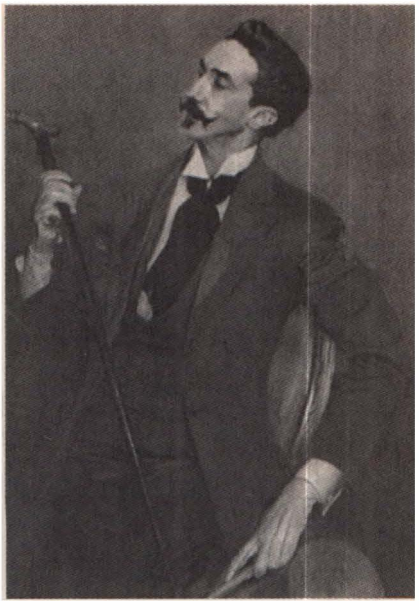
Siyaseten doğruluğu benimsemiş bir öğretmen kuşağının belki de en büyük başarısı, *cool* gençlik arasında ten rengi ayrımcılığının kalkmasını sağlamış olmaktır. The Beastie Boys, The Wu Tang Clan, Black Grape gibi gruplara bakıldığında, artık neyin siyah neyin beyaz olduğunu kim söyleyebilir? (Eğer Steven Lawrence'ın Londra'da çirkin bir saldırı sonucu öldürülmesi İngiltere'de ırkçılığın hâlâ var olduğunu gösteriyorsa, olay sonrasında halktan yükselen kınamalar da ırkçılığın gücünün ne kadar kırıldığını gösterir.) Aslına bakılırsa Hip-hop müziğe bir de Michael Jordan, Mike Tyson gibi siyah spor yıldızlarının kazandığı yeni statü eklenince, *cool*, yeniden bir siyah akım olarak algılanmaya başlandı bile denebilir.

Karşılıklı etkileşim yoluyla oluşan bu son geçiş döneminde farklı olan şey, kitle iletişim ve reklam sektörlerinin artık oyunun gerisinde kalmamasıydı. Üst kademe yöneticisi kalın kafalı yaşlılar bile modayı yakalamak için gözü dönmüş bir şekilde "gençlik keşif" elemanları istihdam ederken, reklam ve medya sektörlerinin oyalanacağı beklenemezdi; ve yeniyetmelere, 'orta yaşlı gençler'e ve Mick Jagger yaşıtlarına yönelik reklam ve eğlence dünyasının resmi dili haline geldi *cool*. Belki de günümüzde, kışkırtıcı *Pot Noodle* ilanları, *Flat Eric*'lerin arzı endam ettiği reklamlar ya da tekrar 'düzgün' hale gelecek kadar ironik vurgular kullanan komedyenler yüzünden kafası karışanlar sadece altmış yaşın üzerindekilerdir.

Büyük medya kuruluşlarının yönetim kurulu odaları, 60'lı yılları uyuşturucuyla kafa bularak geçirip, 80'lerde girişimci ruh kazananlarla doludur. Bu nispeten yaşlı yöneticiler, astları olan otuzlu yaşlardaki reklam direktörlerinin klüplerde 'Ex' alıp kokain çekerek ne haltlar karıştırdığını gayet iyi bilmektedir. Richard Benson, *Arena* dergisinin 1999 Mart sayısında, 'esnek işletmeci' adını verdiği yeni bir işadamları sınıfı tanımlıyordu. Bunlar web siteleri düzenleyerek, pazarlamacılara gençlerin tercihleri konusunda öğütler vererek, yarışmalar ve sergiler düzenleyerek büyük paralar kazanıyordu.[3] Bu kişilerin belirli bir işi değil de bir sürü 'projesi' vardır; kendi *hip*'likleri dışında hiçbir şeye derin bir inançları yoktur ve eğlenceden anladıkları kokain çekmek, 'sahicilik' ve 'tinsellik' arayışında dünyayı dolaşmaktan ibarettir: İşte 90'lar *cool*'unun mükemmel bir portresi.

VI
Cool görünmek

Cool'un özü, her zaman ve her şeyden önce *cool* görünmek olmuştur. *Cool*, Kray Kardeşlerin 60'larda David Bailey tarafından çekilen resimlerindeki ütülü takım elbiselerinden, 90'ların sonlarında *clubber*'ların aynaya yansıyan görüntüsündeki şallara kadar uzanan her tezahüründe dış görünüşe büyük özen gösterir. Bazen bu özen, aşırılık ve abartma sınırlarına varır – Yeni Romantiklerin züppe fırfırları ya da rapçilerin altın zincirleri gibi – ama *cool* bir görünüm kazanmak için ayırt edici bir vücut dili, telaşsız hamleleri olan bir yürüyüş, özenle seçilmiş bir şapka ya da saç şekli, suskun bir ifade ve ölçülü bir tavrı incelikle edinmek gerekir. Dış görünüme bu kadar önem vermek, 50'li yıllar için hayli devrimci sayılacak bir tutumdu; çünkü o yıllarda topluma egemen olan çalışma



Robert de Montesquiou gibi on dokuzuncu yüzyıl züppelerinin görünüşü modern *cool* görünüşün ön temsiliydi adeta. Robert de Montesquiou'nun, 1897'de Giovanni Boldoni tarafından yapılan tablosu.

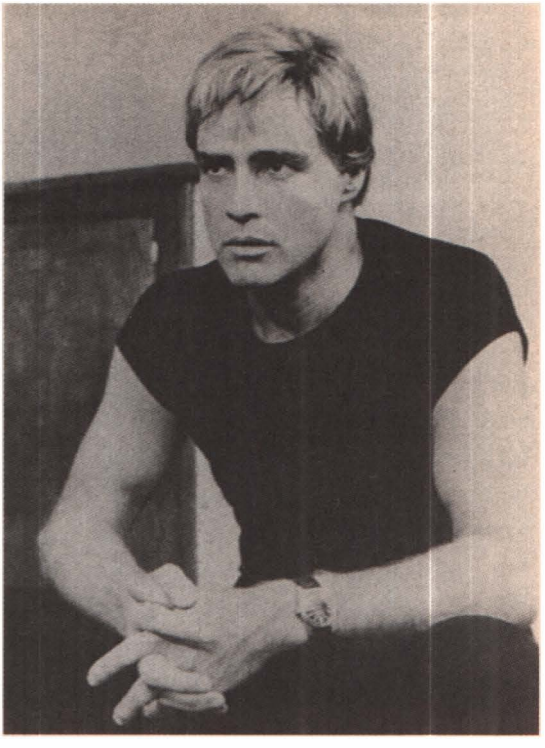
etiği kendini geliştirmeyi, ölçülülüğü ve benliğin inkarına varan bir tekdüzeliği vurguladığından, 'çoğunluğa karışacak' ve 'sıradan bir adam' olarak görünmenizi sağlayacak bir kıyafet seçmeyi gerektirirdi; bu da elbette dış görünüşü önemsemekle bağdaşacak bir şey değildi. *Cool* gençlerin Elvis'den beri özenle şekillendirdiği saçları, ebeveyn kuşağı için bir öfke kaynağı oldu (hem kapitalist Batı'da hem de ciddi tavırlı sosyalist blokta) çünkü bu tarz, hem antimilliyetçiliği çağrıştırıyordu hem de muhtemel bir efemineliği.

Çoğu kez olduğu gibi böyle bir önyargı, gerçeğin temel unsurlarından bazılarını yansıtıyordu. Muhtemelen Afrika'nın kişisel gösteriş nosyonundan kaynaklanmış olan *cool*'un görsel duyarlılığı, konuşma ve kıyafetlerde sadeliği ve alçakgönüllülüğü vurgulayan Püriten Avrupa gelenekleri ile taban tabana zıttır. Ve *cool* görünüşte, Batı'nın eril geleneklerini hiçe sayan ve dişil nosyona daha yakın duran bir şeyler vardır. Laura Mulvey gibi feminist sanat eleştirmenleri görsel kültürde 'bakış' şekillerini ve özellikle uzun ve ateşli bakış anlamına gelen 'göz dikmeyi' kuramsallaştırmak için, Freud ve Lacan'ın psikanaliz yöntemlerine başvurmuşlardır.

Özellikle 'erkeğin gözünü dikmesi', saldırgan ve sahiplenici bir hareket; kadını cansız bir arzu nesnesi olarak gören 'toplum onayından geçmiş röntgencilik' olarak analiz edilmiştir.[1] *Cool*, esas itibariyle, bu çeşit erkek bakışını radikal bir şekilde reddeder. *Cool*'un bakışı – gözünü dikme değil bakış olduğunu tekrar belirtelim – fark edilebilecek arzudan bilinçli olarak arındırılmıştır. Popüler konuşmada bir şeye '*cool* bir bakış' atmak, o şeye tutku veya duygu ile çarpıtılmamış bir tavırla yaklaşmaktır. *Cool* başkalarına ***bakmaz***, ama onlara *görünür;* gözünü dikip bakmaz ama gözlerin kendine dikilmesini ister. Bu söylediğimiz *cool* bakışın pasif olduğu değil ama daha çok ilgisiz olduğu anlamına gelir – ilgisini çekmeye çalışanlara meydan okuyan bir kayıtsızlığı ifade eder.



Cool, çoğuları için üzerinde epey çalışılması gereken bir duruştur; çok azının da doğuştan kanında vardır. Marlene Dietrich (1901-1992).



Cool'un bakışı –gözünü dikme değil, bakış– fark edilebilecek arzudan bilinçli olarak arındırılmıştır. Popüler konuşmada bir şeye '*cool* bir bakış' atmak, o şeye tutku veya duygu ile çarpıtılmamış bir tavırla yaklaşmaktır. *Cool* başkalarına bakmaz, ama onlara görünür; gözünü dikip bakmaz ama gözlerin kendine dikilmesini ister. Brando 1961.

Cool görünüşü iş üstünde inceleyebileceğimiz yerler arasında Hollywood filmlerinden daha iyi bir yer yoktur, çünkü bu filmler *cool*'u sadece canlandırmakla kalmamış, oluşumunda da büyük rol oynamıştır. 50 yıldır bizler için *cool*'u tarif eden şey; Humprey Bogart'ın, Lauren Bacall'ın, Marlene Dietrich'in, James Dean'in, Marlon Brando'nun, Robert Mitchum'un, Paul Newman'ın, Dennis Hopper'ın, John Travolta'nın, Sharon Stone'un ekrandaki tavırları olmuştur. Popülist bir tavırla, bu kişilerin sadece oyuncu olduğunu ve *cool* görünüşlerini sokaktan 'çaldıklarını' iddia edenler çıkabilir, ama bu düşünce pek sonuca götürücü değildir ve sadece kısmen doğrudur; çünkü sinema büyük seyirci kitleleri çekmeye başladığından beri film yıldızları, sokaklara en az orada buldukları kadar çok şey katmıştır (maddi açıdan olmasa da *cool* konusunda).

Bu *cool* görüntülerden bir örnek seçmemiz istenseydi, Robert

Mitchum'un ekrandaki ifadesiz tavırlarından daha iyi bir örnek seçemezdik. Mitchum, *Elveda Tatlım*'daki görece yumuşak başlı Philiph Marlowe karakterini, canlandırırken olsun, *Korku Burnu*'ndaki alçak psikopatı ya da *Avcının Gecesi*'ndeki akıl hastası rahibi canlandırırken olsun Batı uygarlığıyla bağlarını koparmak üzere olan bir adam etkisini uyandırmayı hep başarıyordu. Mitchum bu etkiyi iyi oyunculuğuna olduğu kadar dış görünüşüne de borçluydu. Aktörün 'umursamaz' mahmur gözleri ve zar zor fark edilen sabit tebessümünden (bu gülüş Bill Clinton ile paylaştığı bir özellik, biz söyleyelim siz neye isterseniz ona yorun), *cool*'un orijinal sözlük tanımını çağrıştıran "sakinlik ve hafif bir soğukluk" birleşimi sızar. Bir Mitchum karakteri, evcimenliğe ve küçük burjuva kayıtsızlığına kafa tutan, anti sosyallik sınırında güçlü bir rekabetçilik benimseyen, ahlâkı önemsemeyen şaşırtıcı tavırlar sergiler her zaman. Dış görünüşe verilen, derin ama ustaca işlendiği için göze batmayan bir ilgi vardır: Giyilen şapkaya verilen doğru bir meyil ya da gömlek yakasının kesimiyle tamamlanan bir yüz ifadesi – müthiş bir tehlike anında bile yüze gergin bir muziplik tavrı yerleştiren ironik kayıtsızlık. Ve nihayet hepsinden önemlisi, bu karakterde tezahür eden ve seyircinin, muhtemelen hiçbir zaman yaşayamadığı türden ve yoğunlukta olduğunu hissettiği bir zevk düşkünlüğü potansiyeli.

Mitchum, kendini oynayan *cool* bir Hollywood aktörüne verebileceğimiz en iyi örneklerden biridir. Bunu söylerken elbette oyuncunun *Korku Burnu*'ndaki gibi bir psikopat olduğunu değil, gerçek kişiliğinin de tehlike karşısında kayıtsız kalabilmek gibi gerekli özelliklere sahip olduğunu ifade etmek istiyoruz. Diğer aktörler muhtemelen bu özellikleri bir araya getirebilmek için kendilerine haftalarca işkence etmek zorunda kalıyordur. Bu özelliği taşıyan diğer aktörler kimlerdir diye düşünürsek, aklımıza ilk gelenler Jack Nicholson ve Dennis Hopper olur. Mitchum, hem oyunculuk yeteneğini hem de filmlerinin kalitesini aşağıladığı, kendini küçümsediği röportajlarıyla ünlüdür. Oyuncu bu röportajlarında ne içkiye olan düşkünlüğü ne uyuşturucu bulundurmaktan aldığı hapis cezaları ne de diğer çılgınlıkları hakkında bir pişmanlık ifadesi kullan-



Robert Mitchum'un canlandırdığı karakterler, aktörün 'umursamaz' mahmur gözleri ve zar zor fark edilen sabit tebessümü sayesinde, şaşırtıcılığı ve ahlâk önemsemezliği vurgular her zaman.

mıştır. Kendi hakkındaki tipik bir alayı "Bir seks ilahı olmak için yola çıkmıştım ama fiziğim elvermedi' ifadesidir. Hollywood'un ucuz dedikodu gazetelerinin bu çeşit malzemelere tapmasından dolayı Mitchum'un *cool* bir imaj çizmek üzere sadece gazetecilerin duymak istedikleri şeyleri söylediğini iddia edenler çıkabilir, ama bunun pek de bir önemi yok – bir film yıldızı, perdenin ister önünde ister gerisinde olsun, oynadığı zaman *cool*'dur.

Mitchum gibi aktörleri ve canlandırdıkları rolleri *cool* yapan bu ayırt edici karakter özelliklerini tek başına ele alabilmemiz mümkün mü? *To Have and Have Not*'da Bogart ve Bacall'ın, *Ucuz Roman*'da Travolta ve Thurman'ın, *Carter'ın Peşinde*'de Michael Caine'in hangi ortak noktada birleştiğine karar verebilmek mümkün mü? Biz bu ortak noktanın, algıladığımız güçlü bir benlik duygusu olduğunu düşünüyoruz. Bu isimler, hiçbir kuruma hatta belki de

yasalara bile tabi olmayan, sadece kendilerine hesap veren kişiler izlenimi veriyordu. Komedi dizisi *Happy Days*'in, Henry Winkler'in canlandırdığı *Fonz* karakterinde örneğini gördüğümüz gibi, *cool* olmayı her türlü duygusal ifadenin bastırılması olarak gören yanlış bir düşünce vardır. *Cool*'un asıl karşı çıktığı şey olumsuz duyguların, tam da '*cool* olmamanın' tarifi olarak kabul edilen duygusal ve iradesiz bir şekilde yansıtılmasıdır; ebeveyn öfkesi, milliyetçilik coşkusu, ahlâk saplantısı gibi. Bununla birlikte, *cool*'un yoğun duygulara karşı bir saygısı vardır ve Hollywood *cool*'u bazı açılardan, sözlükte anlamı 'düzen ve biçim yerine duygu, içerik, ulvilik, doğaüstülük ve egzotizmi vurgulayan; tutkuların ve bireyciliğin özgür ifadesini destekleyen' diye verilen aşırı romantikliği gizleyen bir maskedir sadece. Kısacası *cool*, duyguları bastırmaktan değil de daha yenilikçi saydığı tatlı-sert tavırlar benimseyerek bu duyguları idareli kullanmaktan yanadır.

A. *COOL* BİR ESTETİK

Görsel sanatlarda soyut dışavurumculuğun hemen herkesin gözünde *cool* ile özdeşleşen bir ekol haline gelmesinin sebebi, sinema ve TV filmi yapımcılarının klasik *cool* dönemini simgeleştirmek üzere Jackson Pollock veya Mark Rothko'nun yapıtlarını, film müziği olarak Miles Davis'in *cool* cazı eşliğinde kullanmayı adet haline getirmesidir. Ama soyut dışavurumculuk gerçekten *cool* muydu? Veya bir resmin ya da resimleme tarzının *cool* olduğunu söylemek ne anlama gelir? Bu elbette, sanatçının kişiliği hakkında verilen bir yargıdır ve zaten Pollock da, *cool* kişiliğin kişiye zarar veren yönü için ideal bir örnek olabilirdi: Saplantılı, alkol bağımlısı, cinsel açıdan rekabetçi ve intihar sayılacak kadar tehlikeli bir yaşam tarzı benimseyen bir kişilik. Ama ressamın bu özellikleri, resimlerinin de *cool* olması için yeterli midir? Son günlerde bazı sanat eleştirmenleri, Matisse'in resimlerindeki hafifliği tarif etmek için '*cool* hazcılığı' terimini kullanıyor; ve bu resimlerin, Picasso'nun resimleri karşısında yeniden popülerlik kazanmasının nedeni de bu hafiflik-

tir. Ama 'ressam' kimliği dışındaki 'birey' Henri Matisse'i *cool* olarak tanımlayan biri çıkabilir mi?

Şimdiye kadar *cool*'u topluma yönelik bir tavır olarak, kişisel bir isyan biçimi olarak tarif ettik; öyleyse bir sanatçı ancak yapıtlarında işlediği konular *cool* ise – örneğin Otto Dix'in veya George Grosz'un çalışmalarında olduğu gibi, düşük yaşam standartlarını ya da çarpıklıkları resmediyorsa – ya da Alex Katz'ın çalışmalarındaki gibi sadece, *cool* görünüşlü insanları resmediyorsa *cool* olarak görülebilir. Örneğin 1996 yılında, ismini Miles Davis'in *Birth of the Cool* adlı başarılı albümünden alan ve geçmişe dönük bir yolculuk imkanı sağlayan bir sergi Pollock, Rothko ve Katz dahil olmak üzere 50'li yılların birçok ressamını bir araya getirmiş ve onları, özellikle *cool* değerlerini yansıtma bağlamında ele almıştır. Sergi kataloğuna göre bu *cool* değerler 'sade, her an tetikte ve varoluşçu' bir tavır içerir. *Cool*, duygusal ama kontrollü, ciddi ve kayıtsız, gerçekçi ve sadedir.'[2] Katalog, Alex Katz'ın gizemli otoportresini tarihteki en *cool* oto-portre olarak alkışlıyordu daha sonra. Gerçekten de portrede silindir şapka altından bakan olağanüstü sakin yüz, yaka uçları düğmeli gömlek ve ince kravat, 60'ların ilk yıllarındaki *cool* vücut dili hakkında çok şey anlatıyordu.

Ama soyut resimler için, özellikle Pollock'un donuk diyemesek de tutkusuz gözüken bazı resimleri için, *cool* terimini kullanabilir miyiz? Aslında bu, o kadar da önemli bir çelişki değildir; *cool* tüm hisleri değil sadece duygusal veya sıradan olarak gördüğü hisleri yansıtmayı reddeder. Dışavurumculuk göstermelik bir isim değildi: Fransız varoluşçuların hakkında sadece teoriler ürettiği şeyi, soyut dışavurumcular tipik Amerikan pragmatizmiyle hayata geçiriyordu ve bu da, anlık varoluş durumlarını ifade etmeye çalışmaktı. Bu, Norman Mailer'ın (caz müziğinden bahsederken) "ben bunu hep hissederim, ve işte şimdi siz de hissediyorsunuz" sözleriyle özetlediği süreçti. Soyut dışavurumculuk, sanatta siyasal radikalizmden bir kaçışı temsil ediyordu. Radikal siyasete tercih edilen şey ise, İkinci Dünya Savaşı dehşetinin ve Soğuk Savaş gerginliklerinin yarattığı tiksinti hissinin sonucu olarak ortaya çıktığını söylediğimiz *cool* duyarlığın merkezindeki bireysel kurtuluşlardı. Yakınlarda or-

taya çıktığına göre, CIA, Sovyetler Birliği'nin kolektivist kültürüne karşı açtığı propaganda savaşında soyut dışavurumculuğu kullanmış; çoğu ABD'nin en iyi üniversitelerinde eğitim almış olan ve genel halk zevkinden bir hayli önde duran CIA casusları, bu sanat akımının Doğu blokunda yaşayan halkların yakında içten içe özlemini çekmeye başlayacağı kendinden emin bireyciliği temsil ettiği konusunda kesinlikle yanılmıyorlardı.

Soyut dışavurumculuk ve post-bop caz, bir görsel ve müzikal stil birliği sergilediler. Bu birlik 'modern resim'deki ve 'modern caz'daki moderndi o dönemde. Sanat tarihi açısından bakıldığında, modernizmin doruk noktası çoktan geride kalmıştı; üstelik Birinci Dünya Savaşı'nın hemen öncesinde ve sonrasındaki modernizmin parlak yılları 'sokaktaki vatandaş'ı büyük ölçüde es geçmişti. Aslında Schoenberg'in müzikte; Picasso'nun, Klee'nin ve diğerlerinin resimde; Elliot'ın, Pound ve Joyce'un edebiyatta benimsediği modernizm, sanatçıların, kitlelerin zevkine hitap etme kaygısından vazgeçtiğinin sinyalini veriyordu. On dokuzuncu yüzyılda Radikal Parti'yi tutan bir kâtip Dickens'ı ya da Zola'yı okuyup değerlendirebilirdi, ama Pound'un *Kantolar*'ını, *Pierrot Lunaire*'sini ya da *Les Demoiselles d'Avingon*'u okuyup anlayacak sıradan insan çok az çıkardı. İşte bu yüzden, popüler kültürün 50'lerin *cool* estetiğini modernlik ile aynı kefede gördüğünü söylemekle sınırları zorlamış olmuyoruz. *Cool*, iş ve aile üzerine kurulu alışageldik hayatlar süren, ama dönemin kişilikten fazlaca yoksun ticari kültüründen hoşnut olmayan binlerce insan tarafından henüz bir yaşam tarzı olarak olmasa da estetik bir tarz olarak değerlendirilmeye başlandı. 60'lı yıllarda soyut dışavurumculuğa ve diğer 'modern' tarzlara ait yenilikler, topluma giriş yolunu – uygun olacak kadar hafifletilmiş şekilleriyle – İsveç mutfak gereçleri, renkli plastik mobilyalar ve milyonlarca hamburger mekanında rastlanan formika masalar aracılığıyla bulacaktı.

Oysa soyut dışavurumculuğun, modernizm ile hâlâ ortak olduğu bir yön vardı: Sanatçı kavramına bakış açısı. Her ikisi de sanatçıyı, kendini gündelik dünyanın dışında tutan ve belli tekniklerde ustalaşmış, kişisel bir vizyon izleyen biri olarak görüyordu. Döne-

min popüler basını ise soyut dışavurumcuların 'action painting' resimleri ile alay ediyor, bunların bir çocuk (hatta bir maymun) tarafından bile yapılabileceğini ima ediyordu. Fakat bir Pollock ya da bir Rothko resmini taklit etmek isteyenler çok geçmeden bu resimlerin müthiş bir estetik yargı ve teknik ustalık içerdiğini anladılar. Bu açıdan bakıldığında soyut dışavurumculuk *cool* değildi; çünkü hâlâ sanatın önemli olduğunu düşünüyor, sanat kaygısı taşıyor ve sanatsal çalışmaya saygı duyuyordu. Oysa diğer bir açıdan düşündüğümüzde bu soyut dışavurumculuk, zor bir şeyi kolayca yapılmış havasına sokma sanatı olan *sprezzatura*'yı geliştiren Rönesans İtalya'sının saray soyluları kadar *cool*'du.

Jackson Pollock, başlangıcı ortaçağa kadar uzanan Batı sanatının son büyük temsilcilerinden biriydi. Batı sanatında, ilk önceleri dini tasvirler yapmaya devam eden, daha sonraları burjuva servetinin ve başarısının kiralık kâtipleri olan ve son olarak da ticari kaygılarla lekelenmemiş yeni bakış açıları peşinden koşan ve romantik asi denilen sanatçılar ortaya çıkmıştı. Savaş öncesi Duchamp ve Dada ile başlayıp sürrealizm aracılığıyla *Situationist International*'a geçen radikal sanat hareketleri, bu geleneğin çoktan sona erdiğini ve sanatın 'öldüğünü' anlamıştı; ama sorun, başka hiç kimsenin bunu fark ediyor görünmemesi ve insanların her şeye rağmen resim yapmaya devam ediyor olmasıydı. Kandinsky ve Picasso, öncelikle kendileri için resim yapıyor olsalar da hâlâ sanatın toplum içinde ve toplum üzerinde etkili olacak kadar güçlü olduğuna inanıyorlardı. 60'larda Pop Art'ın gelmesiyle bu inanç da öldü ve nihayet sanat, kapitalizmle barış imzaladı. Böylece sanat, popüler kültürün alık suratlı bir kutlaması haline geldi ve en şok edici, en sınırda hali ile ortaya çıkmak dışında da bir daha bunun ötesine geçemedi. Sanatın asıl '*cool*'laşması' soyut dışavurumculuktan ziyade buydu.

60'lı yıllarda soyut dışavurumcuların ilklerinden Jasper Johns Amerikan bayraklı ve bira kutulu çalışmalarını yapmaya başladığında ya da Roy Lichtenstein çizgi roman dilinden resimler yapmaya başladığında, aslında yüksek sanatla seri-imalat basit imgeler arasındaki ilişkiyi sorguluyorlardı hâlâ. Bu sanatçılar, görsel ifadelerine malzeme olarak tüketici toplumun günübirlik zeminini kullanırken bile, hâlâ anahatları Dada ve Marcel Duchamp'ın hazır nesneleri tarafından belirlenen özerk bir alanda hareket etmekteydiler.

Sanatı oldukça yeni bir alana taşıyan ve *cool*'u geri dönülmez bir biçimde dümenin başına geçiren şey, Andy Warhol'un çok yönlü etkisi oldu. Avangart tavırlı başarılı bir reklam fotoğrafçısı olan Warhol, yüksek burjuva kültürünün, bir zamanlar yüksek modernistlerin inandığının aksine, zorlaştırılarak değil de kolaylaştırılarak yıkılabileceğini anlayan ilk kişi oldu. Bu yıkım, devrimci bir sonu hedef almıyordu ama yine de eşitlikçiydi; çünkü aslında Warhol'un şöhret, starlık ve servet hayranlığı, dönemin eşitlikçi ruhuy-



Andy Warhol, 1967'lerde New York'da. Warhol'un *cool* tarihindeki önemini görmezden gelmemiz mümkün değildir; Warhol, en sonunda popüler kültüre, yüksek sanatın estetik becerilerine duyulan saygıdan geriye kalanları temizlemesi için gereken gücü vererek, Elvis tarafından başlatılan işi tamamladı.

la uyum içindeydi. Savaş sonrasının *cool* estetiği sinemada şekillenmişti ama Warhol bu star sisteminin de burjuva yüksek sanatının diğer branşları kadar 'elitist' olduğunu seziyordu; çünkü alışılmadık güzellikte bir dış görünüş ve belli bir düzeyde oyunculuk yeteneği gerektiriyordu. Warhol kendi filmlerini, en azından ikinci gereklilik olarak gösterdiğimiz oyunculuk yeteneğinden büyük bir kararlılıkla arındırdı. Sanatçı bunu şöyle dile getirecekti, "Ben sadece muhteşem insanlar bulmak, onların kendileri gibi olmalarına ve normalde nelerden bahsediyorlarsa onlardan konuşmalarına izin vermek ve onları, daha sonradan filmi meydana getirecek şekilde belli bir süre kameraya çekmek istiyorum."[3] Warhol'un hepimizin kulağımıza aşina gelen ünlü sözüne, o bildik cümleye sadece bir adım kalmıştı: 'Gelecekte herkes on beş dakikalığına da olsa şöhret olmuş olacak'

Warhol, Hollywood yıldızlarından kutsal ilahlar yaratmak bir tarafa, onları metaya indirgedi. Fakat bunu eleştirel değil, onaylar bir şekilde yapıyordu; çünkü Warhol, ABD'nin tüketici demokrasisini seviyor ve sanatı halka indirerek, sanatın tüm zorluklarını ortadan kaldırarak bu tüketici demokrasinin ruhunu yansıtmak istiyordu. 'Bu ülkenin en muhteşem özelliği, en zengin tüketicilerle en fakir tüketicilerin tam anlamıyla aynı şeyleri alma geleneğini başlatmış olmasıdır. Düşünün ki televizyon izliyorsunuz ve televizyonda Coca Cola görüyorsunuz ve biliyorsunuz ki Başkan kola içiyor, Liz Taylor kola içiyor ve bir düşünün, siz de kola içiyorsunuz. Kola koladır ve hiçbir miktarda para, size köşedeki serserinin içtiğinden daha iyi bir kola satın alamaz'[4]

Önceki Pop sanatçılar gibi Warhol da, tüketici toplumun günübirlik oluşunu (ünlü Campbells sabunları reklamında gördüğümüz gibi) sanat statüsüne yükseltti ve tüm gizli anlamları ortadan kaldırdı; sadece örnekledi ve kopyaladı – ama Dada'nın veya gerçeküstücülüğün taşlamacı tavrından yoksun bir şekilde. Duchamp önemli çalışmalarını 'zor' bir ironiyle sarmalarken, bir Warhol çalışması 'bakın işte, ne kadar *cool* değil mi' markasıyla birlikte geliyordu. Jasper Johns sıradan olanı, yüksek sanat tekniği ve malzemesiyle işlemek konusunda ısrar ederken; Warhol badana boyası kullanı-

yor, tatbikini de asistanlarına devrediyordu: Verdiği mesaj, herkesin bunu yapabileceğiydi. Dada ve gerçeküstücülük, yüksek sanatı devirmeyi başaramazken, Warhol ve takipçileri kavramı bir dekorasyon ve kişisel zevk haline indirmekle bunu başardılar. Herkes bir Warhol Marilyn'ini 'anlayabilirdi'

Bu söylediğimiz, Warhol çalışmalarında hiçbir ironi olmadığı anlamına gelmiyor; onunki daha *cool* bir ironidir; bildiğimizin daha değişken bir hali ve daha az siyasi. Radikal sanatlardaki ironi, Dada'dan beri, romantizmin idealleri ile 20. yüzyılın şiddet dolu tarihi ve siyaseti arasındaki bir gerilimi beslemişti: Bu, sanatın artık burjuvayı şok etmekten başka bir işlevinin kalmadığının kabulüydü. Warhol tarzı ironi ise gerilimi değil bir kabullenişi barındırıyordu. Evet, diyordu, tüketici toplum tembel ve yüzeyseldir ama bundan ne çıkar – onunla istediğimiz gibi oynayabiliriz, tıpkı bir boyama kitabı gibi boyar dururuz onu (ve elbette bundan büyük paralar da kazanırız, çünkü para kazanmak da *cool*'dur). Alaycılık, içini dışına çıkararak, demokratik bir alaycılık haline getirdi kendini; artık insanların alay ettikleri şey kendileriydi. Sanatsal kaygının önemine duyulan saygıdan arta kalan en ufak bir şey, kendini göstermeye başladığı anda ebediyen yok ediliyordu. Sanatın bir içeriği olması ya da sosyal yargılar barındırması gibi düşünceler de yok edilmeye mahkumdu.

Warhol, yeni düşmanın yoksulluk değil huzursuzluk olduğunu net bir şekilde görmüştü; bu huzursuzluğa sebep olan şey ise değişimdi ve huzursuzluğun çaresi de *cool* olmaktı:

> Televizyondaki popüler şovları izlemeye hiçbir zaman katlanamadım, çünkü hepsinin konusu, çekimleri, hatta sonları bile tekrar tekrar aynı. Görünen o ki birçok insan detaylar farklı olduğu müddetçe aynı temel şeyi izlemekten zevk alıyor. Oysa ben tam tersiyim: Eğer oturup da bir gece önce seyrettiğim şeyin aynısını izleyeceksem, öncekinin tam olarak aynısı olmasını isterim, çünkü tam olarak aynı olan şeye ne kadar çok bakarsanız o kadar çok anlam kaybolup gider, siz de kendinizi daha iyi ve daha boş hissedersiniz.[5]

David Slyvester, bunun 'Pop'dan Zen'e' bir yolculuğu temsil ettiğini söyler. Belki de Pop'dan en *cool*'a demeliydi. Hatta 14 Mart 1999 tarihli *The Observer* gazetesinde çıkan bir habere göre, Warhol, hafif bir otizm biçimi olan Asperger Sendromu'ndan muzdarip olabilirdi – ki bu da tekrarlamalara duyduğu düşkünlüğü ve duygusal sığlığını açıklardı. Ama eğer durum gerçekten buysa, bahsedilen sendrom oldukça büyük çaplı bir salgın halini almış demektir; çünkü Warhol'un bakış açısı, 60'lardan beri yapılan her türlü sanatta güçlü bir yankı bulur kendine.

Warhol-sonrası ironi tarzı, Jeff Koons, Damien Hirst ve BritArt örneklerinin de tanıklık edeceği üzere, sanat kariyerine giden en güvenli yol olmakla kalmadı, tüm anlamların yıkıldığına dair inançlarını haklı göstererek postmodernist eleştirmenlere, kuram değirmenlerini döndürecek suyu sağlamış oldu. Warhol'un *cool* tarihindeki önemini görmezden gelmemiz mümkün değildir: Warhol, en sonunda popüler kültüre, yüksek sanatın estetik becerilerine duyulan saygıdan geriye kalanları temizlemesi için gereken gücü vererek, Elvis Presley tarafından başlatılan işi tamamladı. Sanat, Warhol'dan beri artık ürünlerle değil tavırlarla ilgili olmuştur. Oldukça iddialı sarı peruğu ve dev gözlükleriyle ortada salınan Warhol şunu anlamıştı: Bu şöhrete tapma çağında sanatçının kişiliği ortaya koyduğu işin önüne geçiyordu; ve yarattığı ürün, sadece içten gelen *cool* bir tavrın işaretiyse değer kazanabilirdi. Warhol tarzı estetik anlayışla yoğrulmuş bir kuşak, günümüzde televizyon, müzik ve sinema sektöründeki kontrol düğmelerinin başındadır. Bu kuşak, yüksek burjuva kültüründen arta kalanları tıpkı bol köpüklü bir milkshake'i içine çeker gibi silip süpürmeye çalışmaktadır. Bu bozgunu tamamlamak için gerekli olan son şey, bir çift yaratıcı hippinin *'Trivial Pursuit'* adlı oyunu icat etmesiydi. Bu oyun, hem bilginin hem de sanatın, büyük bir çaba harcanmadan, 'şov dünyası' potasında eritilmesini sağlayan bir format sunuyordu.

Warhol'un müzikal eşdeğeri The Velvet Underground, anlaşılamamanın acısıyla on yıl kadar çile doldurduktan sonra punklar tarafından yeniden keşfedildi. Grup, siyah müzikten miras kalan enerjinin ve duygusallığın tamamlayıcısı olan zihinsel nihilizmi

müziğine katarak, kendinden sonra gelen tüm popüler müzikler üzerinde hayli etkili oldu. Warhol'un yorumsuz bir şekilde ve acımasızca yansıttığı 'cehennem kartpostallar'ı, kasvetli trafik kazaları ve elektrikli sandalye manzaraları, günümüzde Tarantino'dan tutun da Chapman kardeşlere kadar her yerde gördüğümüz alaycı sadist duyarlığa uygun bir anlatım tarzı yaratmıştır. Chapman kardeşlerin, Goya'nın *Savaşın Dehşeti* adlı eserine verdikleri yeni biçimdeki ve mutant çocuklar denemelerindeki ruhu, kendi zarif kelimelerinden dinleyelim: 'yaptığımız, aşağılık komplekslerinizi tuz ile ovalamak, egonuzu yüzünüze çarpmak, gözlerinizi yuvalarından oyup çıkarmak ve geride kalan boş deliklerin içine işemek'. Demek ki *cool* değilmiş gibi davranmak da *cool* olabiliyor; hele de o tavrı tek bir hamlede on bin dolara satabiliyorsanız.

Warhol'un halka inmiş *cool* vizyonunun sonuçlarını yaşıyoruz hâlâ: Kitsch eserlerinden taşan aşırılıklar; Yoof TV ve uydu pornolarından tutun da *Hello* dergisine kadar uzanan örneklerini gördüğümüz ve günümüz popüler kültürünün belkemiği olan röntgencilik ve teşhircilik. Warhol, *cool*'un nabzını tutan narsisizme burun kıvırarak, tavrın içinde barındırdığı tutkuyu ve zekayı kendinden uzaklaştırdı ve pop kültürünü 'kendine aşık olmaya' teşvik etti. Bu aşkta, sahici bir duygudan ya da eleştirel düşünceden en ufak bir iz yoktu. Artık hepimiz birer yıldız olabilirdik; ama sadece yeryüzüne düşmüş yıldızlar olabileceğimiz ortadaydı.

C. *COOL* LİSANI

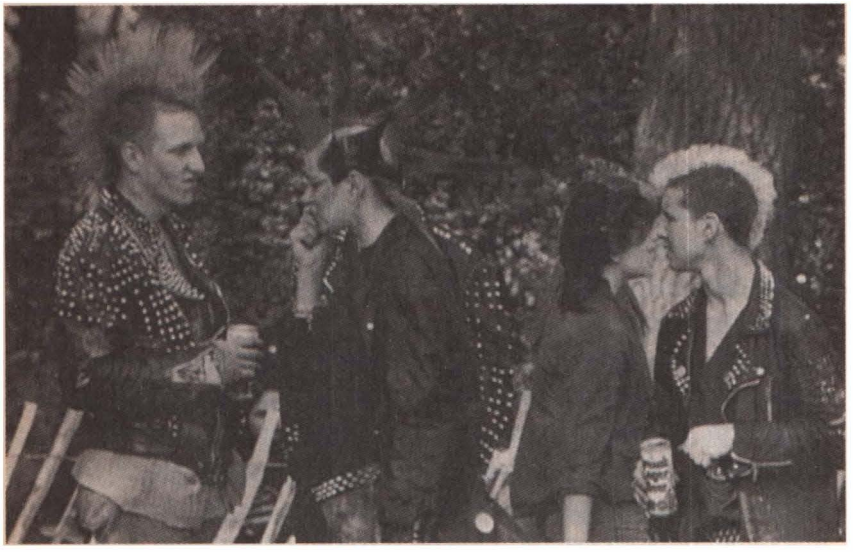
Warhol en sonunda, Dada'nın sadece silkeleyip sarstığı 'güzel sanatların sınırı'nı tamamen değiştirerek kitsch eserleri de kucaklayacak kadar genişletti. Peki o zaman *cool*, Warhol'un da esinlendiği popüler ürünlerin orijinal, yorumlanıp değiştirilmemiş alanlarıyla nerede örtüşüyordu? Kitabımızda şimdiye kadar birçok yerde, *cool* olan ve *cool* olmayanı birbirinden ayırma konusunda bazı şeylerin, örneğin kıyafet detaylarının ya da saç kesimlerinin önemine değindik, ama somut örnekler vermedik. Bunu bilerek yaptık; fakat bu-

nun nedeni bu gibi detayların bizim konumuzun bir şekilde aşağısında kaldığına inanıyor olmamız değil, 'popüler *cool* estetiği' diye adlandırabileceğimiz içerik üzerine yazılmış çok fazla sayıda çalışmanın zaten var olduğuna inanmamızdır. Çok fazla sayıda dediğimiz bu çalışmalar, tek işi bu estetik alanının iniş çıkışlarını, *in* ve *out*'larını belgelemek olan stil ve moda basınının ürünleridir. Örneğin tamamiyle siyah deri cekete veya beyaz tişörte veya blucin pantolona ya da *cool* giyimin diğer ikonik öğelerine adanmış kitaplar vardır.

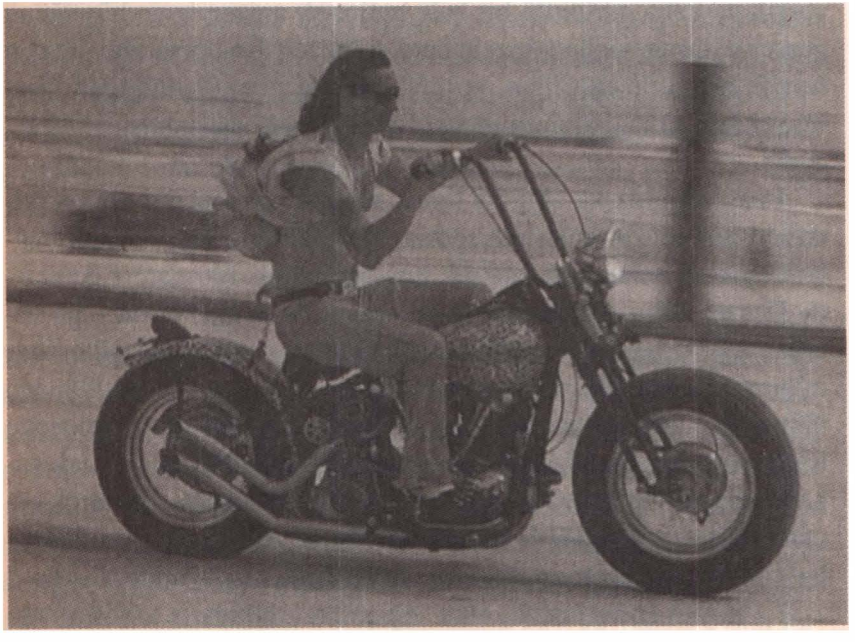
Bizim asıl ilgilendiğimiz şey pantolon paçalarının genişlikleri, yaka uçlarının kesimi, saçların ayrımları hakkında sürekli değişen detayların altında yatan daha derin bir yapıdır; şık kostümlü bir bebop müzisyeni ile bol kıyafetler içinde zıplayıp duran bir hip-hop müzisyenini aynı noktada birleştirecek olan şeydir. Anlaşılan, aslında *cool* popüler estetiğin içinde birbirini dengeleyen ve birbiriyle oldukça karşıt olan iki ilke var. Bunlardan birincisi, detaylara ve süslemeye karşı saplantılı ve genelde zar zor seçilen bir merak duyarken; ikincisi, her şeyi daha büyük, daha hızlı, daha uzun, daha parlak ve daha gürültülü bir hale getirmek amacıyla en büyüğünü gerçekleştirme yönündeki rekabetçi dürtüdür. Bu ikinci ilke, hemen hemen her türlü aşırılığın, burjuva erdemi olan ölçülülüğün kasti bir şekilde altüst edilmesiyle *cool* görülmeye başlanması anlamındadır.

Bahsettiğimiz ilk eğilime örnek vermek için geçtiğimiz on yılda hip-hop müzisyenlerinin spor ayakkabılarının bağcıklarını bağlama şeklini anlatmaya kalksak tüm bir bölüm ayırmamız gerekirdi. Her bir stilin, zaman içerisinde hassas bir önemi vardır – bu stili yanlış anladığın anda oyundan çıkarılırsın – fakat yeni stiller inanılmaz bir hızla birbirlerinin yerini alıyor ve kentten kente, ülkeden ülkeye farklılık gösteriyor. Fark edilmesi güç detaylar konusunda benzer bir meraka 50'li yılların *bebop* müzisyenlerinin gömlek yakalarında (Billy Eckstine, şarkılarıyla olduğu kadar, keşfettiği yuvarlak yakalı gömleklerle de ünlüdür) ya da 70'lerin İngiliz dazlaklarının, blucin paçalarını kıvırma ölçülerinde rastlayabiliriz.

En büyük konusundaki rekabetçi dürtü ise kıyafet modalarında



Popüler *cool* estetiğinde iki yapısal ilke birbiriyle çatışır: Giyim-kuşam ve aksesuvar konusunda, detaycı ve saplantıya varan bir ilgi ve her şeyi daha büyük, daha uzun, daha parlak, daha sesli yapmaya çalışan rekabetçi istek arasındaki çatışmadır bu. Olaya sanat tarihi açısından baktığımızda bu çatışma Barok duyarlığına oldukça yakındır.



(örneğin, 40'ların iki dirhem bir çekirdek kıyafetleri ya da ragacıların torba gibi sarkık kıyafetleri) ve saç şekillerinde (hippilerin uzun saçları, 70'lerin kıvırcık saçları ve punkların mohikan modeli saçları) iş üstünde görülebilir; ama galiba en iyi örneğini, motorlu araçlardaki etkisi gözler önüne serer. Bunların ilk örneği, hayata Amerikan polislerinin kuşaklar boyu kullandığı sade Harley Davidson'lar olarak başlayan, ama Darwin'in ispinozlarının gagaları gibi evrim geçirerek binlerce bambaşka şekle giren mobilet ve motosikletlerdir: 'Maymun-salıncağı' gidonlar, tehditkâr bir şekilde abartılmış tekerlek çatalları, kullanılan kilolarca krom, sonsuz sayıda aksesuar ve benzin depolarının üzerindeki garip resimler. Motosikletlerde, bahsettiğimiz her iki zıt eğilimi de iş üzerinde görebilirsiniz: Diğer oğlanların tekerlek çatallarından 'daha uzun' görünmesi için kendininkini büyütüp durmak; ama diğer taraftan saplantılı bir mikro-detaycılık (örneğin krom cıvata başlıklarına işlenmiş Amerikan kartalları). Benzer bir araştırma, eski Amerikan arabalarının yenilenmesinde, sınıflandırılmasında ve sahiplerine ifade ettiği şeyler konusunda da yapılabilir.

Çizdiğimiz bu şemaya, *cool* estetiğin basitliğe ve sadeliğe değer veren minimalist tarafını göz ardı ettiği düşüncesiyle karşı çıkanlar olabilir. Gerçekten de bir zamanlar (1990'dan önceki dönemlerde olmalı) doğrudan İskandinav ve Bauhaus modernist dizayn geleneklerinden türeyen 'yüksek' *cool* ile tüketicilerinin estetik anlayışlarını olduğu kadar sosyal sınıflarını da temel alan yöresel *cool* ya da sokak *cool*'u arasında kesin bir ayrım vardı. Ancak, Warhol ve benzeri sanatçılar tarafından gerçekleştirilen Pop devriminden beri, bahsettiğimiz ayrım giderek belirsizleşmektedir: Köhne bir mahallede emlâkçılık yapan birini, siyah bir Porsche 911 kullanırken, ya da bir televizyon yıldızını, adet olduğu üzre boyanmış bir Harley kullanırken görebilirsiniz. *Cool*'un hiçbir estetik yargı sitemiyle arası hoş değildir ve bir şeyi 'bir dizayn klasiği' olarak ortaya atmak, o şeyi bir anda *cool* olmaktan sonsuza kadar uzaklaştırma riski taşır. Dahası, minimalizmi daha yakından araştırdığımızda bu motorcuların, daha mat ve daha siyah olmak için birbirleriyle yarıştıklarını ve herhangi bir Porto Riko'lu motor yarışçısı kadar re-

kabetçi olduklarını görürüz.

Eğer *cool* estetik dilini daha geniş bir sanat tarihi çatısı altına yerleştirmemiz gerekirse, hem gösterişli hem de sade dizaynlar eş vurgular yüzünden Barok duyarlığına en yakın estetik tarz olduğunu söyleyebiliriz. On yedi ve on sekizinci yüzyıl orijinal Barok stili hem Reformasyon dönemi mezhep savaşları sırasında Protestanların ağırbaşlılığına karşı Katoliklerin kullandığı bir estetik silahı olarak, hem de aristokratların güç ve servet gösterişi yapmasına yardımcı bir araç olarak hizmet verdi. Gerçi bu kitabın genel yaklaşımına aykırı düşecek kadar iddialı olacak ama, diyebiliriz ki, modern *cool* da hem Protestan iş anlayışını reddetmeyi hem de rekabetçi tüketimin benimsenmesini bir arada temsil eder.

VII
Cool ilişkiler

Cool, savaş-sonrası Hollywood'unu sadece estetik bir kategori olarak değil, yeni ve güçlü bir aristokrat sınıfının yaşamına oldukça uygun bir tarz olarak da fethetti. Bu aristokratlar, artık üzerinde yaşadığımız toprağın değil ama hayallerimizin panoramasının egemenleri olan medya patronlarıydı. *Cool*, kendini sürekli yenileme ihtiyacı duyan, kalıcı bağlar kurmayan bir kimse için ideal duygu stilidir. Bir sektör belli bir süre Hayes Kuralları* gibi geleneksel ahlâka yönelen tavırlar sergilemiş olsa da, tüm temelleri şöhret imalatı ve cinsellik sömürüsü üzerine kurulmuşsa Protestan

* Hayes Kuralları: 1934'den 1960'lara kadar geçerli olan katı sansür kuralları. Fakat bu kurallar meclisin ya da kilisenin yasal yaptırımına olanak vermemek amacıyla, prodüksiyon şirketlerinin uyguladığı oto-sansüre dayanıyordu. (ç.n)

Hıristiyanlığın ya da Ortodoks Museviliğin katı ahlâk kurallarını uzun zaman muhafaza etmesini bekleyemeyiz.

İkiyüzlülüğün ustası olan eski Hollywood patronları halka ahlâk nutukları atıp kendileri sefahat alemleri düzenlerken, 60'ların Hollywood'u bu yapmacıklığa son verdi. Böylece, bilinmesi bir zamanlar aktör ve aktrislerle sınırlandırılmış olan şeyler açığa çıktı (genelde kelimenin tam anlamıyla). 40'lı ve 50'li yıllarda Bogart ve Bacall tarafından canlandırılan tutkusuz *cool* seks imgesi, genelde dramatik bir hileyken – gerçek hayatlarında Bacall ve Bogart tutkulu bir ilişki yaşıyordu – 60'ların sonlarına doğru yeni kuşağın Warren Beatty'si, Jack Nicholson'ı ve diğerleri için bir *kural* haline geldi. Kitlelerin de 'ustalarını' taklit etmeye başlaması çok sürmedi ve *cool*, kadını yatağa atmak üzere takınılması gereken bir tavır haline geldi.



Bogart ve Bacall tarafından canlandırılan tutkusuz *cool* seks, bir kandırmacaydı –gerçek hayatlarında Bacall ve Bogart tutkulu bir ilişki yaşıyordu.

Peter Biskind, kaybettiğimiz yönetmen Hal Ashby'nin (Yeni Hollywood yönetmenlerinin belki de en *hippi* olanı) aşk hayatını anlatırken, bu yeni *cool* uçkur düşüklüğünün hesapçı ve araççı doğasının mükemmel bir portresini çiziyor: 'Onun hayatına ne zaman yeni sevgililer gireceğini ve sevgililerinin hayatından ne zaman çıkacağını tahmin edebilirdiniz. Bir yapımı bitirirken, yani bir filmden kurtulurken, ilişkilerinden de kurtuluyor olurdu. Bu dönemlerde eski arkadaşı ya da kız arkadaşı hayatından çıkardı ve o, yeni biriyle ilişkiye başlardı.' Ashby'nin kendi davranışını tarif etmesi daha kısa ve özlü: 'Bir tanesi gittiğinde sadece camı açarsın ve yukarı tırmanan diğerine rastlarsın'[1]

Hollywood'un en önemli etkisi – eğer önemliyse tabii – 60 ve 70'li yıllarda, 19. yüzyılın baskıcı cinsel törelerini Batı toplumlarından nihayet silip süpüren 'cinsel devrim' denen şeyin belirleyici faktörü olmasıdır. Anna ve Robert Francouer, 1974'de kaleme aldıkları *Hot&Cool Sex:Cultures in Conflict* (Ateşli ve *Cool* Seks: Çatışma Halindeki Kültürler) adlı kitapta bunun bazı sonuçlarını yeni *cool* cinselliği, her iki cins için de hem eğlenceli hem de kârlı olan gerçek bir devrim kabul eden bir bakış açısıyla değerlendiriyorlar. Francouer çifti, bilimsel bir tezle siyasi bir manifestonun tuhaf bir harmanı olan kitaplarında 'ateşli cinsellik kültürü'nün sahipleniciliği, kalıplaşmış rol dağılımları, saldırgan şovenizmi ve sağlıksız rekabetçiliğinin karşısına eşitlikçi *cool* cinselliği koyuyorlar ve 'kadın-erkek ilişkisinin, cinsiyet kalıpları ve sabit roller olmaksızın, partnerlerin eşit haklara sahip olacağı şekilde yenilenmesi ve gelişmesini, ve öcü gibi gösterilen cinselliğin günlük yaşamdan ayrı tutulmasına bir son verilmesini'[2] istiyorlardı. Muhalif kültürün içinde siyasi bir saçak olarak yeniden canlanan yeni feminist hareket de, meseleyi bir süre bu ışık altında görmeye çalıştı.

Francouer çifti *cool* cinselliğin yayılması için gerekli olan önemli ön-koşulları gayet güzel teşhis etmişlerdir. Faktörlerin en önemlisi demografikti; bekar nüfus artıyordu. 1960 ve 1972 yılları arasında Amerika Birleşik Devletleri'ndeki bekar yetişkinlerin sayısı tam ikiye katlandı; 1960 yılında 116 milyon yetişkinin 20 milyonu bekarken, 1972'de 139 milyon yetişkinin 40 milyonundan

fazlası bekardı (fakat bunların ne kadarının dul veya boşanmış olduğuna dair bir bilgi yok elimizde). Bundan hemen sonra 60'larda, dine dayalı ahlâkta ve Viktoryen muhafazakarlığında bir gerileme görüldü. Bu gerilemeye, üniversite öğrencileri arasında evlilik öncesi cinsel ilişkilerin oldukça yaygınlaştığını gösteren kamuoyu araştırmaları da tanıklık eder. Artık kolayca ulaşılabilen ve 'cinsel ilişkiyi gebelikten muaf tutan' doğum kontrol önlemleri de bu gidişatı hızlandırmıştı. Zorunlu eğitimin uzaması (İngiltere'de 1974'de) gençlerin ailelerine bağımlı olma dönemini uzattı ve özellikle rock müzisyenleri tarafından aktarılan 60'ların muhalif kültürüne ait fikirler, *cool* seksin cazibesini arttırdı. Ancak Francouer çiftine göre *cool* seksin yayılması için çok önemli bir değişim daha gerekiyordu: 'Erkek egemen ateşli cinsellik kültürünü yerinden etmek için en



1960'lar ve 70'lerde Batılı toplumları kasıp kavuran cinsel devrim, ilk olarak 19. yüzyılın baskıcı ahlâk normlarını ortadan kaldırmaya girişti. Devrim, 'ateşli cinsellik kültürü'nün sahipleniciliği, kalıplaşmış rol dağılımları ve rekabetçiliğine karşı, eşitlikçi *cool* cinselliği destekliyordu. François Truffaut'un 1962 tarihli *Jules et Jim* adlı filminde Jeanne Moreau ve Henri Serre.

gerekli olan şeylerden birisi, kadınların ekonomik bağımsızlığını kazanmasıdır.[3]

Cool seksin zararlı yönleri, AIDS çağında yaşayan bizler açısından Francouer çiftine oranla daha aşikârdır. Francourlerin 'Daha bir insan olmak' için arayıp durdukları cinsel sahicilik, pratikte, duygulardan uzaklaşmaya, gerçek yakınlığın karmaşıklığından sıradan cinsel ilişkilerin, çabucak boşanmaların, 'sahiplenici olmayan' ilişkilerin ucuz dünyasına geçmeye yol açtı. Üstelik bu yozlaşma sürecine, azalacağına aksine yoğunlaşan bir cinsel rekabetçilik duygusu eşlik ediyordu. 60'lardan sonra gelen her yeni kuşak, *cool* cinselliği kendi tercihleri doğrultusunda ve her seferinde sınırlarını biraz daha genişleterek yeniden yarattı (hatta bu kavramdan hoşlanmıyormuş gibi görünmeyi tercih eden punklar bile); öyle ki, bunların sergilediği sado-mazoşizm, vücut deldirme ve fetişizm gibi tavırlar, daha eski hippileri hayrete düşürüyordu. *Cool* cinsellik, daha çok gençlerin oynadığı bir oyun olmayı sürdürse de endişe uyandıran bir kalıcılık sergiler. Gençlik döneminde *cool* cinselliği denemek, yaşamda psikolojik bir doruk noktası olarak kabul edilir genelde; bu doruk noktasının ötesinde, daha fazla kişisel gelişim ne mümkün ne de cazip görülür. 60'lar kuşağının hâlâ hayatta olan üyeleri artık emeklilik yaşına yaklaşıyor, fakat Mick Jagger boşanmasının gösterdiği gibi, bunların bazıları delikanlıymış gibi çapkınlık yapmayı başarıyor – bu manzaradan rahatsız olduğunu iddia eden genç erkekler bile aslında içten içe onlara hayranlık duyuyor ve bir gün onlar gibi olmayı umut ediyor olabilir. Oysa çoğu kişi, ömür boyu *cool* görünüşü korumanın oldukça yorucu olduğunu ve bu inadın, insanı kolaylıkla yücelikten cüceliğe giden yola sokabileceğini bilir. İhtiyarlayan hippi çapkınlar giderek trajikomik figürler haline dönüşüyor; bir zamanlar cinsel tabuları cesaretle yıkan bu kişilerin sonu, sadece, 'müthiş eksantrikler' mabedinde bir sandalye kazanmak olabilir.

70'li yıllarda feministler, yeni *cool* seksin kadınlara haksızlık ettiğini fark ederek başka alanlara, örneğin sansür destekçiliğine yöneldiler. Peki bu, *cool*'un, toplumsal cinsiyeti olan bir fenomen olduğu anlamına mı gelir? Kadınlar da erkekler kadar *cool* mudur? *Cool* olmak istiyorlar mı?

Ortada kesin olan bir şey var ki günümüzde içki içme, uyuşturucu kullanma ve çapkınlık yapma konularında erkeklerden geri kalmayan pek çok kadın var ve yüzyıllar boyu da var olmuştur – insanın aklına hemen Billie Holiday, Janis Joplin ve Nico geliyor (örnekleri ölmüş olanlarla sınırlandırarak kendimizi güvenceye alıyo-



Aralarında Billie Holiday'in de bulunduğu birçok *cool* kadın içki içme, uyuşturucu kullanma ve çapkınlık yapma konusunda erkeklerden geri kalmaz. Fakat Billie Holiday'in biyografisini incelediğimizde, sürdüğü 'sınırdaki' hayatın, sanatçıyı duygusal açıdan erkek çağdaşlarına oranla daha çok yıprattığını görürüz.

ruz). Hollywood, erkek *cool* karakterlere rol arkadaşı olmanın ötesine geçen birçok *cool* kadın kahraman yaratmıştır: Bogart'a karşı Lauren Bacall, Nicholson'a karşı Kathleen Turner, herkesle aşık atabilecek olan Barbara Stanwyck ve *Last Seduction* filmindeki olağanüstü performansıyla Linda Fiorentino.

Günümüzden bir örnek seçmek gerekirse, en kışkırtıcı durumlar karşısında bile yüzündeki *cool* ifadeyi korumayı başardığına bütün Amerika'nın tanık olduğu Hillary Rodham Clinton'dan başkasını aramamıza pek gerek yoktur. Hatta Washington'lu gazeteciler, Bill'in sebep olduğu her yeni utanç sonrasında suratına kararlı ama sakin bir ifade yerleştiren Hillary için 'savaşçı dudak' terimini yaratmıştır. Üstelik Hillary'nin bu tavrının, aslında öfkeli bir tabiatı maskelediğini gösteren pek çok anekdot anlatılır. (Bu, *cool*'un antik Afrika savaşçılarının da sahip olduğu en temel işlevdir elbette.)

Peki bu gibi örnekler, *cool*'un, erkekler kadar kadınlara da çekici gelen cinsiyetsiz bir fenomen olduğunu söylemek için yeterli midir? Muhtemelen hayır. Aslında *cool*'un erkekler arasında olduğu kadar kadınlar arasında da yaygın olup olmadığına dair objektif bir karar verecek pratik bir yol yok; ama tecrübeler gösteriyor ki *cool*, kadınların da en az erkekler kadar anladığı ve uygulayabildiği ama pek azının uygulamayı tercih ettiği bir strateji. Bu da, feminizmde süregelen tartışmalardan birine denk düşer: Kadınlar, erkeklerle tam bir eşitlik durumu kazanmak için, yani erkeklerin yaptığı her şeyi yapabilmek için mi mücadele etmeli, yoksa, Germaine Greer ve diğerlerinin savunduğu gibi, çok uzun yıllar bastırılmış olan dişi karakter özelliklerinin geliştirilmesi için daha da mı ileri gidilmeli?

Cool ve kadınlar konusunu ele aldığımızda, en az dört farklı hipotezin akla yakın olduğunu görürüz: (1) *Cool*, kadınlar ve erkekler tarafından hep eşit olarak benimsenmiştir ama kadınlarda pek iyi sonuçlar doğurmamıştır; (2) En önemli amaçlarından biri bireysel özgürlüğü ve cinsel zaferleri maksimuma çıkarırken, bağlılığı minimuma düşürmek olan *cool*, her zaman katışıksız bir erkek stratejisi olmuştur ve hep öyle olacaktır; (3) *Cool*, kadınlar ve erkekler tarafından eşit şekilde kullanılan bir tavır olmuştur hep, ama kadın-

lar açısından çocuk doğurma ve yetiştirme, bu tavrın ömür boyu sergilenmesini zor ve arzu edilmez kılar (daha açık söylemek gerekirse kadınlar büyüdükçe bu tavırdan vazgeçerken birçok erkek vazgeçmez); (4) *Cool*, geçmişte erkeklerin egemen olduğu bir stratejiydi; fakat günümüzde artan bireysel özgürlükler, para, eğitim ve etkili doğum kontrol önlemleri, bu tavrı kadınlara hiç olmadığı kadar çekici bir hale getirmiştir.

Elimizde bu hipotezlerden birini ya da diğerini doğrulayacak istatistikler ya da başka tür veriler yok; o yüzden yapabileceğimiz en mantıklı şey, 2. şıkkı eleyip gerçeğin 1, 3 ve 4. hipotezlerin birleşiminin içinde olduğu tahminini sunmaktır.

Cool'un kadınlarda pek de iyi sonuçlar doğurmadığını belirten ilk hipotez oldukça doğrudur. Holiday ya da Joplin gibi *cool* kadınların biyografilerini incelediğimizde, sürdürülen 'sınırdaki' hayatların, bu kadınları duygusal açıdan erkek çağdaşlarına oranla daha çok yıprattığını görürüz. Erkek egemen bir toplumun, aykırı kadınları aykırı erkeklere oranla daha ağır cezalandırdığını iddia edenler çıkabilir; ama eğer *cool*, toplumun kınamalarıyla baş etmenin birçok erkekte işe yarayan bir yolu ise, bu da hipotezin doğru olduğu anlamına gelir zaten.

1. ve 3. hipotezlerin her ikisi de işin içinde biyolojik faktörlerin olabileceğini ima ediyor (bu, bazı feministlerde nefret duyguları uyandırabilir, fakat yine de göz önünde bulundurulması gerekir). Modern doğum kontrol yöntemleri, kadınlara çocuk yapma zamanını ya da hiç çocuk yapmamayı seçebilme imkanı verir. Böylece kadınlar da yoğun hazcılık ve cinsel zaferler üzerine kurulu bir *cool* yaşam tarzı benimsemeyi seçebilir. Fakat, yaşamın yeniden üretimi gibi hayati bir konunun bu kadar basit olmasını bekleyemeyiz elbette.

Steven Pinker'in *How the Mind Works* (Zihin Nasıl Çalışır, 1998) adlı kitabı, gelişim psikolojisindeki son gelişmeleri gayet güzel özetliyor; insan kişiliğinde oldukça önemli bir genetik bileşenin var olduğunu ve bu bileşenin evrim süreci içinde, gelişimde kadın ve erkek açısından farklılaştığını ortaya koyuyor. Pinker'a göre bu farklılığın yansımasını üreme mücadelesinde kadın ve erkeğin

farklı kaygılar taşımasında da görüyoruz. İddiayı kabaca özetlemek gerekirse şöyle diyebiliriz: Erkeğin genetik kaygısı, genlerini daha geniş bir alana yaymak üzere her an hazır ve verimli olmakken; kadının genetik kaygısı, çocuklarının yaşama şansını arttırmak için sağlığı ve mal varlığı olan en iyi erkeği bulmak ve elinde tutmaktır. Natal Angier, *Woman: An Intimate Geography* (Kadın: Mahrem Bir Coğrafya, 1999) adlı kitabında, çizilen bu tablonun fazlasıyla basit olduğunu ve her iki cinsiyet için de alternatif stratejilerin mümkün olabileceğini öne sürüyor (yazar, gelişim psikolojisi ile ilgili bulguların tek başlarına düşünüldüğünde geçerli olabileceğini de reddetmiyor). Erkek için 'eşini koruma' –yani eşini, diğer erkekler tarafından hamile bırakılmaktan koruma – birçok durumda çapkınlık yapmaktan daha verimli bir stratejidir ve evlilik kurumunun icat nedenlerinden birini açıklayabilir. İnsan üretkenliğinin düşük olduğunu, ortalama 120 cinsel ilişkiden birinin hamilelikle sonuçlandığını belirten Angier, bir erkeğin eşit ölçüde etkili olan iki stratejisi olduğunu söylüyor: Ya birçok kadınla cinsel ilişkiye girer (nicel yaklaşım) ya da aylarca tek bir kadınla ilişkiye girer ve ona delice aşık olabilir (niteliksel yaklaşım). Beden biyolojisindeki son araştırmalar, sadakatsizliğin her iki cinsiyet için de önemli bir strateji olabildiğini ortaya koyuyor; buna göre, bir kadın da güvenilir ve korumacı bir eş yakalayarak gelişimsel açıdan 'kazanırken', berbat bir eş olacak daha maceracı bir tipten gizlice hamile kalabilir (bizim konumuz açısından düşündüğümüzde, vurdumduymaz bir *cool* serseriden diyebiliriz)

Bu tür teoriler, ya insanoğlunun tamamen genleri tarafından kontrol edilen bir robot olduğunu, ya da hür irade ve ahlâkın seçimlerinde hiç etken olmadı sonucuna götürmemeli elbet. Genetik özellikler birer eğilimden ibarettir, tam anlamıyla belirleyici değildir; ve yüzyıllar boyu dinin, sanatın, felsefenin ve günümüzde artık psikanalizin tanımladığı 'içgüdülerimize', yani ifade ettiğimiz duyguların altında yatan temel motivasyona malzeme sağlar. Aslında insan davranışları bu bilinçsiz güdülerle öğrenilmiş kurallar ve mantıki düşünme arasındaki karmaşık bir etkileşimin ürünüdür. 'Doğal yapı' (genetik kalıtım) ve 'yetiştiriliş' (toplumsal koşullan-

ma) konularını bir arada araştıran Yeni-Darwinciler, artık bu iki faktörün birey karakteri üzerinde yaklaşık yarı yarıya etkili olduğuna inanıyorlar.

Eğer gerçekten kadın ve erkek arasında içgüdüsel farklılıklar *varsa*, bunlar, bireyler üzerinde tam belirleyici olmasa da farklı grup davranışlarının doğmasında etken olabilir. Kendi konumuz açısından düşündüğümüzde bu demek oluyor ki doğal yapı, yetiştirilişin önüne ne kadar çok geçerse, kadınlar, hormonsal yani biyolojik kökenleri olan psikolojik nedenler dolayısıyla, derin duygusal bağlılıklardan kaçışı gerektiren *cool* stratejiyi o kadar az çekici bulur. Kısacası *cool* tavrın merkezini oluşturan ilgisizlik tutumu, kadınlara, erkeklere olduğu kadar 'doğal' gelmez; çünkü kadınların, hormonları tarafından sağlanan ve çocuklarıyla özel bağlar kurmalarına yardım eden bir duygusal bağlılık eğilimi vardır. 'Analık içgüdüsü' şeklinde sunulduğunda feministlerin bu iddiayı neden reddetmek zorunda olduğunu anlamak güç değil; ama artık bu iddianın gerçekliği, daha farklı terimlerle de olsa büyük ölçüde kabul ediliyor (örneğin kadınların 'duygusal zekası'nın erkeklere oranla daha fazla olduğu gibi iddialarda).

Cool tavrın bir erkek stratejisi olarak neden işe yaradığı sorusu ile ilişkili bir soru da, kadınların nasıl olup da hep kendilerine kötü davranan duygusuz *cool* hödüklere aşık olduğudur ve bu soru, popüler drama için sonsuz bir konu kaynağı sağlar. Eğer gelişim psikolojisi kadınların "kendine uygun eş" istemeye genetik olarak eğimli olduklarını söylüyorsa şunu da eklemelidir: Açıkça görülen cinsel başarı (ki bu her *cool* erkeğin başardığı bir şeydir), bu başarıyı gösteren erkeğin çevresindekiler tarafından 'uygun' olarak görülmesine yol açar –tıpkı en büyük kuyruklu erkek tavus kuşunun etkisi gibi.

Cool'un eziklik, utanç ve rekabet duygularından kaynaklanan baskılara karşı bir savunma olarak kullanıldığını ve bu savunmanın özellikle, mükemmel diye sunulan medya stereo-tipleriyle yapılan 'marazi kıyaslama'nın sebep olduğu kendini beğenmişlik tavrı aracılığıyla verildiğini ileride daha geniş olarak inceleyeceğiz. Yeme bozukluklarında gözlenen devamlı artış, bu sağlıksız kıyaslamala-

rın erkeklere oranla daha çok genç kadınları etkilediğini ve aslında çoğu Batı toplumunda kadınların erkeklerden neredeyse iki kat daha fazla baskı altında olduğunu gösterir. Catherine Hakim, kadınların, iş ve ailenin çatışan baskılarına maruz kalması konusunda oldukça aydınlatıcı çalışmalar yapmış olsa da, bu eşitsizliğin sebepleri oldukça karmaşıktır ve henüz tam olarak anlaşılamamıştır. Bu durumda, *cool*'u kullanmamayı ister kadınlar seçiyor olsun isterse de kullandıklarında işe yaramıyor olsun, *cool*'un kadınlarda, erkeklere oranla daha etkisiz bir savunma stratejisi olduğunu söylemek doğru olabilir.

Eğer *cool*'un psikolojik ya da biyolojik nedenlerle kadınlara daha az çekici geldiği varsayımını doğru kabul edersek, bu bize iki farklı gelişim yolu gösterir: Etkili doğum kontrol yöntemleri ve feminizmin toplumsal etkileri sayesinde giderek daha çok kadın *cool* tavırlar sergilemeye başlayabilir; diğer taraftan birçok kadın da, *cool*'un ima ettiği şeyleri daha yakından inceledikten sonra bunun bir parçası olmamaya ve kadın ruhuna daha çok hitap eden alternatif bir strateji yaratmaya karar verebilir. Aslında her iki gelişme de etrafımızda zaten meydana geliyor: 90'ların sonlarındaki 'genç kız gücü' fenomeni, okul çağındaki birçok genç kızın erkekler kadar *cool* olmak istediğini gösteren işaretlerden sadece bir tanesiydi. Benzer fenomenlerden 'siyaseten doğruluk' ve 'terapi hareketi'ni ise dişi yanı destekleyen alternatifler olarak görebiliriz. Her iki gelişme de 60'ların muhalif-kültürünün ürünüdür, fakat radikal feminist, gay ve ırkçı karşıtı hareketlerin etkisiyle farklı bir hal almıştır. Her ikisi de *cool*'un cinsel maçoluk yüklü hazcılığını reddeder; fakat diğer değişimci ve özgürlükçü inançlarının bazılarını paylaşır. İronik kayıtsızlık yerine, duyguların dizginlenmeden ifade edilmesinde ısrar etmekle, her ikisi de *cool* tavırdan ayrılır – aksi takdirde bu, oldukça efemine bir *cool* olurdu.

Cool erkeğin kadınlara çekici gelmesinin bir sebebi de, tehlikeli ve isyankar görüntüsünün ardında, kişisel görünümüne ve tavırlarına gösterdiği üstü kapalı ilgidir; bu ilgi, ortalama erkeğin – işine öyle geldiği için – benimsediği stilden yoksunlukla karşılaştırıldığında, kadın tavrına yakındır. Homoseksüel birçok erkeğin tutumuna da daha yakındır bu ilgi; gay kültürünün *cool*'un gelişimindeki etkileri, bu açıdan daha detaylı bir incelemeyi hak eder. Tarihi açıdan baktığımızda ekranın ilk *cool* ilahlarından James Dean ve Steve McQueen gibi birçoğunun ya gay ya da biseksüel olduğunu görürüz; Paul Newman ve Robert Redford gibi gay olmayanların ise kadınlara olduğu kadar gay erkeklere de çekici geldiği su götürmez. Allen Ginsberg'ün ve William Burroughs'un gay, Jack Keourac'ın ve Neal Cassady'nin ise biseksüel olduğunu göz önünde bulundu-



Richard Brooks'un 1958 tarihli filmi *Kızgın Damdaki Kedi*'de Paul Newman ve Elizabeth Taylor: *Cool* kedi, Newman ateşli Liz Taylar'a rastlar. Newman'ın başarılı çalışmalarının birçoğu, benzer bir duygusal zıtlıkla güçlenmiştir.

rursak, gaylerin *beat* hareketinde birinci derecede etkili olduğu da inkar edilemez.

Daha önceki bir bölümde, yüzyıllar boyu eziyet çeken eşcinsellerin *cool*'a oldukça benzeyen psikolojik bir savunma stratejisi geliştirmiş olabileceğine değinmiştik. Susan Sontag, *camp* duyarlığı üzerine yazdığı 1964 tarihli etkili denemesinde, *camp* olmanın birçok özelliğini belirliyor. Yazarın belirlediği bu özellikler hazcılık, ironi ve abartıya düşkünlük, 'zevksizlik' ve yargılayıcı olmaktan hoşlanmama gibi konularda, bizim *cool* anlayışımızla belli benzerlikler gösteriyor. Ancak *cool*'u ve *camp* olmayı tam anlamıyla aynı duyarlıklar olarak kabul etmek, fazlaca aceleci davranmak olurdu; çünkü geleneksel olarak *camp*'lik, *cool*'a nispeten daha yumuşak ve daha uçarıdır. Tanınmış İngiliz eleştirmen Kenneth Tynan, Noel Coward'ın ölümü üzerine yazdığı yazıda bu farkı yakalamıştır:

> Coward, nasıl cool olunacağını keşfetmişti; bunun için kendince bazı duygusal sebepleri olabilir. Tüm olaylar karşısında tuhaf bir zarafet sergiler, açığa vurmak istemediği duyguları gizlemek için neşeli bir kayıtsızlık maskesi takardı – 'Gülümse, geçsin gitsin' Meslek yaşantısının en başından beri tutkuyu önemsiz saydı ve duygularını gizlemekte ustaydı .[4]

Gay kültürü, geçtiğimiz son otuz yıl zarfında yaşanan gelişmelerle, gay duyarlıkların gölgelenmesine tanık olmuştur: 70'lerin San Francisco'sunda düzenlenen kokain ve seks partileri, New York'un disko ve hamam manzaraları, AIDS salgınının yarattığı sarsıntılar ve ardından günümüzde yaşanan sado-mazoşizm ve fetişizm modasına geçiş. Sontag'ın çoktan fark ettiği gibi, Warhol'un Pop Art estetiğinde de belli bir ölçüde gay duyarlığını iş üstünde görebilirdiniz. Sontag bu estetiği, 'öncekilerden daha pürüzsüz, daha yalın, daha ciddi, daha kayıtsız ve en nihilist'[5] olarak karakterize etmiştir.

Fakat gaylerin *cool*'u çekici buluyor olması, *cool*'un gaylerden hoşlandığı anlamına gelmez her zaman. Birçok tezahüründe *cool*'un en belirgin özelliği hoşgörüdür; yani insanların 'kendi istediği'ni yapmasına, kendi istediği gibi olmasına ve kendini, kendi istediği gibi ifade etmesine izin vermesidir. Anlaşılan, *cool*'un bazı

tavırları altında varlığını sürdüren gizli (belki pek de gizli olmayan) kadın düşmanlığı ve homofobi, bu hoşgörü kuralının iki istisnasıdır. Bu istisnalar, *cool*'un eril ve heteroseksüel bir strateji olarak oluştuğunun bir delilidir. Örneğin, çizgi anti-kahramanlar Beavis ve Butthead'ın, karşılaştıkları her şeyi ya '*cool*' ya da 'it sucks' (emiyor) olarak sınıflandırmaları tesadüf değildir – *suck* kelimesinin, oral seks yapmayı çağrıştıran gizli anlamı o kadar adice kullanılmaktadır ki, bu kelime bir kimseye hakaret etmenin en etkili şekli haline gelmiştir (oysa, emilen tarafta olmak oldukça caziptir.) Mesela ABD'nin başkanı, dünyanın en güçlü adamı bile emmiyor ama emdiriyor. Günümüz siyahi müzik tarzlarının şiddetli homofobileri –özellikle de, 'topları' ve 'yumuşakları' vurmakla övünen *gangsta rap* ve *reggae* müzik– bu müziklerin yeniyetme beyaz delikanlılara çekici gelmesinde oldukça önemli bir rol oynuyor. Bu, yeni bir tavır değildir; çünkü genç erkekler saldırgan maço davranışlar benimserken bile, hissediyor olabilecekleri cinsel kararsızlığa karşı bir güven kazanmak istemişlerdir hep.

Birçok Afrika ülkesinde homoseksüellik, beyaz toplumlardakine oranla daha katı bir tabudur; ve bu tabu, modern *cool*'un da içine işlemiş olabilir. Homofobi ve kadın düşmanlığı öğeleri, *gangsta rap* müziğinde giderek yoğunlaşmaktadır. Bu öğeler, *gangsta rap* müziğin silahlar, şiddet ve para tapınmacılığı etrafında dönen dünyasına elbette büyük bir uyum sağlar; ama örneğin Marvin Gaye'in *Sexual Healing* adlı şarkısının sözleriyle ya da Barry White'ın aşırı duygusal aşk şarkılarında ifade edilen duygularla tam bir tezat teşkil eder. Buradaki asıl motivasyon, siyaseten doğruluğu benimseyen beyaz liberallerin duyarlığını şoka sokma isteği olabilir mi? Eğer amaç buysa, oldukça etkili olduğu kesindir; insan rap liriklerinin, amacı karşıdaki rakibin *cool*'luğunu ölçmek olan *Dirty Dozens* oyununun tarihi bir uzantısı olduğunu düşünmeden edemiyor. Amaç ister bu olsun ister başka bir şey, ortada kesin bir gerçek vardır: Siyahi *cool*, homofobinin sadece bir yönünü oluşturduğu aşırı maço bir yolda ilerlemektedir.

VIII
Cool psişe

> Ayrıca, bir tür psikosomatik çözülmeye dayanan bir kendine hâkim olma görüntüsünü ortaya çıkaran, bildik bir sükûnet türü bulunmaktadır. Zihin, benliğin içinde, kendi arzusu, benliğin duygulanıma açık özü ile arasında –genellikle ironi biçimini alan– bir mesafe yaratır; ve bu sayede diğer insanlarla arasına bir mesafe koymayı başarır. Bazen zorlayıcı ama genelde muğlak olan bir atmosfer, muhtaçlık durumunun göreceli biçimde ortadan kalkmış olduğunu ileterek ötekini vazgeçilir kılar. Bu, kısmen yansıtma aracılığıyla gerçekleştirilir; muhtaçlık, en aşırı noktada, çevredeki diğer insanlarda uyandırılır ve daha sonra ona karşı, sanki iğrenç bir yabancıymışçasına sadistçe bir nefret beslenir. Cehennem, diğer insanlar değil, kişinin diğer insanlara duyduğu ihtiyaçtır.
>
> **Adam Phillips** [1]

50'lerden itibaren, oldukça zengin olan birçok beyaz da *cool* bir tavır benimsemeye başlamıştır. Aklımıza, yaptıkları seçimin sadece estetik bir karar mı olduğu, yoksa derin psikolojik faktörlere mi dayandığı sorusu geliyor; yani *cool*, baskı görmekten kaynaklanan bir tavır ise, bu tavır, konforlu hayatlar süren kişilere neden çekici geliyor? Bu soruyu cevaplamak için, *cool*'un, onu ilk benimseyen Afro-Amerikanlarda nasıl bir psikolojik rol oynadığına bakmakla işe başlamalıyız.

Kölelik döneminde *cool*, 'sağ kalma zihniyeti'nin bir parçasıydı; süregelen sömürüye, ayrımcılığa ve olumsuz şartlara dayanabilmek amacıyla yaratılmış bir savunma mekanizmasıydı. Bu tavır, sahiplerinin emirlerine, kötü muamelelerine ve hakaretlerine da-

yanmayı sağlayan ironik kayıtsızlık ve duygusal sakinlik hali veriyordu kölelere. Bu tavır sayesinde köleler gördükleri kötü muamele karşısında bunalıma düşmeden ya da karşılığında kırbaçla hatta ölümle cezalandırılacakları öfkeye sarılmadan sahiplerine direniyorlardı.

Richard Majors ve Janet Mancini Billson, *Cool Pose* (*Cool* Duruş, 1992) adlı kitaplarında *cool*'un, 90'ların siyah Amerikan gençliği arasındaki psikolojik işlevini inceliyor ve şu sonuca varıyor:

> Bazı siyah erkeklerde *cool* duruş, psişenin temel yapılanmasını temsil eder; *cool*'luk maskesi, yüzeyin altında denetimde tutulan öfkeyi gizler. Bazıları için ise, aidiyete ve bir tutuma işaret eden muhteşem bir yaratıcı stilin benimsenmesidir. Siyahi erkekler duruşu ve tavrı, karşılarındaki insanda güçlü, sert, ilgisiz, ve kendine özgü duygusu uyandırmak için kullanmayı öğrenmişlerdir. Kişilerarası ilişkileri farklı bir keskinlikle gösteren bir 'üçüncü göz' geliştirmişlerdir. Ceza ve acıdan kaçınmak, bir şans olarak gördükleri hayatı güzelleştirmek için neyi, nasıl ve ne zaman söyleyecekleri hakkında incelikli bir mantık geliştirmişlerdir. [2]

Demek ki Majors ve Mancini Billson'a göre, *cool*'un biri olumsuz (öfkeyi bastırmak) diğeri olumlu (grup kimliğini kişisel tarz yoluyla belirtmek) olmak üzere farklı ama birbirine bağlı iki işlevi vardır.

Cool, bir hayatta kalma stratejisi olarak mutlak bir başarı sağlamaz. Siyah bir genç, *cool* tavrını sürdürmekle sokaklarda başına bela gelmesini engelleyebilir; ama aynı tavır, öğretmenler veya işverenler tarafından 'tembellik', 'ciddiyetsizlik' ve 'küstahlık' şeklinde de yorumlanabilir; okuldan atılma veya işini kaybetme nedeni olabilir. Yazarlar – en azından 90'ların başlarındaki – siyahi *cool*'u, tamamen olmasa da öncelikli olarak bir erkek fenomeni olarak tanımlıyorlar ve bu tavrın, eşler arasında gerçek bir mahremiyetin gelişmesini engellediği için duygusal ilişkilerde trajik ölçüde negatif bir etkisi olabileceğine dikkat çekiyorlar. Majors ve Billson, *cool*'un köklerinin Batı Afrika'ya dayandığını söyleyen Robert Farris Thompson'ın fikirlerini kabul ediyor ve tavrın evrim şema-

sını, siyah Amerikan erkeklerinin bir savunma stratejisi olarak kullandığı bir çeşit oyunculuk ve rol yapma olarak değerlendirilecek 'maskeleme' davranışına kadar getiriyorlar. Yazarlar geniş kapsamlı bir *cool* tanımı – ki psikolojik durumları, vücut dilini ve yeniden yaratılan kelimeler, şakalar, ters anlamda kullanımlar (örneğin ironi) gibi sözel ifadeleri de kuşatıyor – 'dışavurumcu tarz' dedikleri – ki sporculardan müzisyenlere, kadın satıcılarına, sokak kadınlarına, gangsterlere kadar uzanan kişiliklerin gösterişli tavırlarını ve giyim şekillerini de içine alıyor – bir estetik anlayışını tartışmaya açıyorlar.

Majors ve Mancini Billson'un gözlemlerinden ikisi, bizim sorumuzla doğrudan ilgilidir. Yazarlar gösteriş ve taşkınlığın, *cool*'un asli yönleri olmadığında ısrar ediyor –böylece *cool*'un köklerini 50'lerdeki 'zarif' tezahürlerinden alan dar tanımlarını hesaba katmıyorlar – ve *dozens* adlı çocuk oyunu ile rap ve hip-hop şarkı sözlerinde görülen şiddet ve kadın düşmanlığı eğilimleri arasında çok önemli bir bağlantı kuruyorlar. Bu çocuk oyununun bir parçası da, rakibinin ailesine hakaret etmekti (günümüzde her yerde duyulan '*motherfucker*' bunun hafif örneklerindendir). *Dozens* oyununu oynamak, *cool* tavrın komando eğitim kursuna benzetilebilir; çünkü bu oyun, çocuklara sözlü saldırılar karşısında yıkılmadan nasıl baş edebileceklerini öğretir.

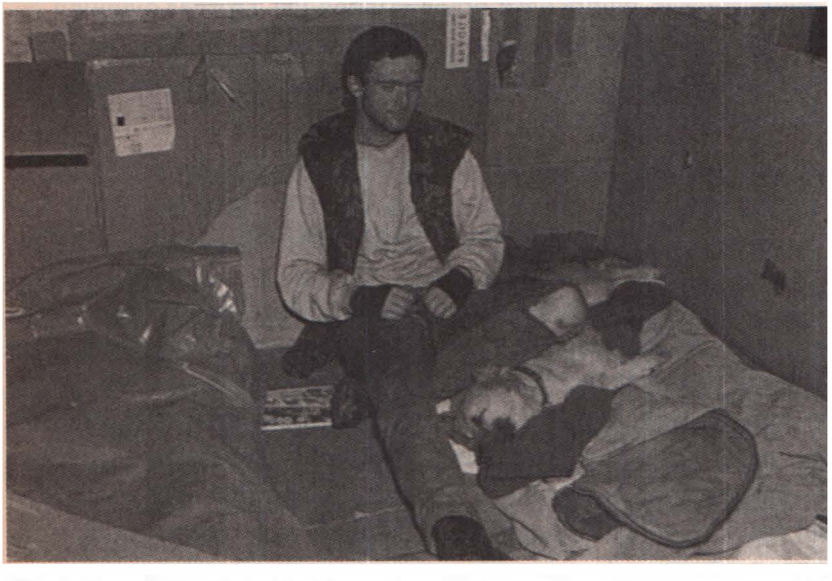
A. GÖRELİ MAHRUMİYET

Peki orta sınıfa mensup varlıklı beyazlar böyle bir savunma mekanizmasını neden benimsiyordu? Bu sorunun yanıtı Batı ülkelerinde zenginleşme sonucunda meydana gelen toplumsallaşma sürecindeki derin değişikliklerde yatar. Yorumcular, yoksulluk kaygısının yerini nasıl başka kaygıların, stres ve üzüntü kaynaklarının aldığına dikkat çekiyor. Bu kaynaklar arasında bireyciliğin artması ve kişisel özerklik sonucu destekleyici ilişkilerin yok olması; iş güvenliğinin azalması; aile yapısında ve çocuk yetiştirme adetlerinde meydana gelen değişmeler; artan rekabet ve 'karşılaştırma saplantısı'

fenomeni vardır ('apaçık kıskançlık'ın toplumsal versiyonu). Bu fenomene göre insanlar kendi refah durumları hakkında karar verirken bağımsız koşullara göre değil de kendilerinden daha iyi durumda olan insanlara bakarak karar veriyorlar.

Savaş sonrasında yaşanan bolluk ve toplumsal farkların azalması, 50'lerden itibaren ana-babalara savaş öncesi kuşakların hayal bile edemeyeceği ölçülerde bireysel özgürlük fırsatı sağladı. Fakat bunun sonucunda ana-babalar, çocuk yetiştirme uğruna kendi yaşamını tamamen ikinci plana atma konusunda daha gönülsüz davranmaya başladılar; oysa daha önceki kuşaklar bunu doğal ve kaçınılmaz olan bir 'kader' olarak kabul ediyordu (aristokratlar ve çok zenginler hariç). Bu yeni zenginlik, eskinin katı disiplinini gevşeterek çocuk yetiştirme adetlerini geri dönülmez bir şekilde değiştirdi. Daha çok maddi olanak, çocuklarla kurulan daha sığ bir duygusal ilişkiyle birlikte hareket etmeye başladı; çünkü ana-babalar artık kendi tatminlerine daha fazla öncelik veriyordu.

Christopher Lasch, *The Culture of Narcissism* (Narsisizm Kültürü, 1979) adlı kitabında, 70'lerde kendisine psikoterapi için baş-



1989 Londra, Güney Yaka. Genç evsizlerin birçoğuna göre zorlu sokak yaşantısı bile, kendini hiçbir şeye hakim hissetmediği bir aile yaşantısından daha iyidir.

vuran kişiler arasından 'özgürleşmiş kişilik' diye adlandırdığı yeni bir kişilik tipi teşhis ettiğini söylüyordu. Lasch bu yeni kişilik tipini manipulatif bir çekicilik, sahte bir farkındalık hali, rastgele cinsel ilişkilere girme, oral seks saplantısı, hastalık hastası olma, kendini koruma amaçlı duygusal sığlık, bağımlı olmaktan kaçınma, ağlayamama, yaşlanma ve ölüm korkusu gibi özelliklerle nitelendiriyordu. Lash'ın çizdiği bu tablodaki özellikler, birçok açıdan bizim *cool* kişilik tanımımıza uyuyor. Lasch'a göre bu kişilik bozuklukları, çocuklukta yaşanan abartılı fiziksel güzellik ve her şeyi yapabilecek kadar güçlü olma hayallerinden kaynaklanır. Bu hayallerse, terk ve ihmal edilme duygularından kaynaklanan biçare bir öfkeyi uzaklaştırabilmek için yaratılır. Lash, terk ve ihmal edilme duygularını, 50 ve 60'ların özgürlükçü ebeveynlerinin ürünü olarak görür. Çocuklarını maddi olarak şımartırken sadece sığ bir duygusal koruma sunan bu *cool* ebeveynler, günümüzün *cool* çocuklarını yetiştirmişlerdir.

İlgisiz ya da mesafeli ebeveynlere duyulan bastırılmış öfke, *cool*'un aile kavramına neden bu kadar şiddetle karşı çıktığını açıklayabilir. *Cool*'a göre ana-baba, tanım gereği *uncool*'dur; ve kişi ancak aile yaşamının müdahaleleri ve sorumlulukları olmazsa *cool* bir kişilik inşa edebilir. Aile-karşıtlığı duygusunun bir örneği de, 'kendini sadece sokaklardayken her şeye hakim hissettiğini' söyleyen sokak çocukları arasında görülebilir. Evden kaçan gençlerin kafasında şehir sokakları, tüm o korkunç yokluğa rağmen, (birkaç ahbap arasında ve uyuşturucular yardımıyla) her şeye hakim hissettikleri '*cool* bir mekan' haline gelir. Bu çocuklar, yuvadaki bozguncu ve istenmeyen guguk kuşları olarak görüldükleri bir evde yaşam veya çocuk bakımevi ve benzer yaptırımları olan başka kurumlardaki hayatın yerine, sokakları tercih ederler.

Kitle iletişim araçlarının (özellikle çizgi filmler, reklamlar ve stil dergileri) çocukların imgelem dünyası üzerindeki büyük etkisiyle rekabet etmek zorunda kalmak da ebeveynlerin durumunu ayrıca zorlaştırmıştır. Sosyal psikologların uzun zamandır yaptığı incelemelere göre, insanların kendine güven duygusu sağlamasının yolları: toplumsal olarak kendini akranlarıyla karşılaştırmak, arka-

daşlarını toplumsal konumlarına göre sınıflandırmak, kendini bu sınıflandırmada bir yere koyarak bir denge sağlamaktır; fakat bu denge kişinin kendinden kötü olanları göz önünde bulundurup kendinden iyi durumda olanları hesaba katmasıyla sağlanır. Oysa her şeye burnunu sokan kitle iletişim araçları ve bunların desteklediği şöhret kültü, bu hassas mekanizmayı tehdit etmektedir. Her gün gezegenin en zengin, en güzel, en mutlu insanlarının görüntüleriyle burun burunayız; ve kendimizi onlarla karşılaştırdığımızda, hepimiz kendimizi işe yaramaz hissediyoruz.

İngiliz psikolog Oliver James, *Britain On The Couch* (1998) adlı kitabında bu etkiyi 'uyum bozukluğuna yol açan karşılaştırma' olarak adlandırır. James, söz konusu bu etkiyi, sosyolojide Thomas Merton'un fikirlerinden yola çıkarak geliştirilen ve uzun zamandır varlığını sürdüren kuramsal geleneğin üzerine inşa eder. Bu kurama göre, zenginlik söz konusu olduğunda, arzularımız gerçeği bir



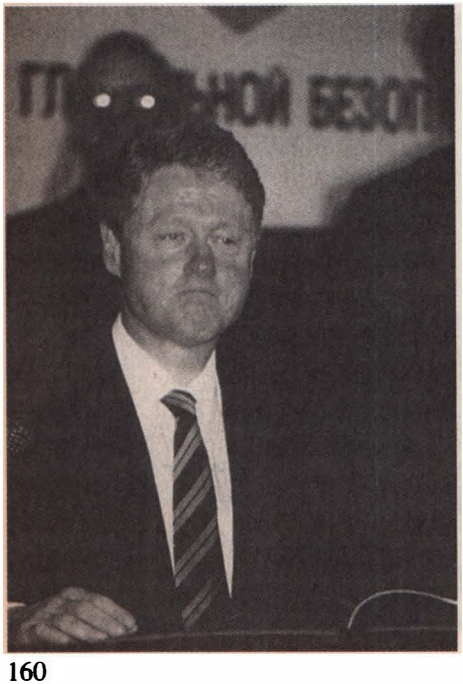
Cool'un psikolojik kökeni, 'kendine özgülük'dür; ve bu, diğer insanlarda görülen 'kendine özgülük'ü fark etmeye yönelik aşırı bir hassaslıkla bir arada yürür. Bu, herhangi bir endişeyi, herhangi bir iç huzursuzluğu gizlemek için yüzünüze bir sakinlik maskesi yapıştırmak anlamına gelir. Amerikalı ressam Alex Katz'ın 1997 tarihli bir yağlı boyası.

şekilde ıskalamayı her zaman başarır. James, Batı toplumlarındaki zihinsel rahatsızlıkların bir numaralı sebebi olma yolundaki klinik depresyonların önüne geçilemez artışından, kısmen de olsa bu karşılaştırma tutumunu sorumlu tutar. James'in bahsettiği ve Amerika'da 18.000 insana uygulanan bir anket, 1945-1955 arasında doğan ve 34 yaşın altında olanların, 1904-1914 arasında doğanlara oranla % 30 daha fazla depresyona girdiğini gösteriyor. James bu insanların, kendilerini marazi bir şekilde şöhretlerin belirlediği aşırı yüksek normlarla karşılaştırdığı için depresyona girdiğini; sağlıklı insanların ise, kendi özelliklerini vurgulayıp şöhretlerin üstünlüklerini göz ardı eden karşılaştırma yolları bulduğunu belirtiyor.

Biz bu hipotezi biraz daha genişleterek (James'in kendisi bu konuya değinmemiş de olsa) *cool*'un, uyumsuz karşılaştırmaları kısa devreye uğratmak ve depresyondan korunmak için kullanılan bir mekanizma olduğunu söyleyeceğiz. 'Zora gelme' teorisi gibi sosyolojik teoriler, sınıfta başarısız olduğunu ya da topluluğa ayak uyduramadığını hisseden okul öğrencilerinin kendini okul faaliyetlerinden uzaklaştırma stratejisi benimsediğini gösterir. Yine bu teoriye göre bu öğrenciler, kendine güven kazanmayı sağlayacak alternatif bir yol sunan öğretim-karşıtı hizipler ya da alt-kültürler oluşturur. *Cool* olmakla, bu büyük yarışın bir parçası olmadığınızı duyursunuz herkese; ve eğer 'düzgün' toplumun değerlerini paylaşmıyorsanız, kendinizi bu toplumun insanlarıyla karşılaştırıp durmaya bir son verirsiniz. *Cool*, toplumsal karşılaştırmaları tamamen ortadan kaldıramaz ama bunların kapsamını, kendi arkadaş grubunuz içine sınırlar. Soulcular, rockerlar, dazlaklar, punklar, hippiler gibi birbirini izleyen onlarca marjinal ve memnuniyetsiz genç kuşağın kurduğu bu alt-kültürler, kendine özgü kurallar, eğlenceler ve yükümlülükler sayesinde bu pis yarışta kaybetmeye mahkum bir yarışçı olmak yerine 'mucizevi' bir alternatif önerir gençlere: Gençlik alt-kültürlerinin dilinde 'ben *cool*'um' demek, 'her şey kontrolüm altında' demektir.

Demek ki *cool*'un tarlada çalışan kölelerden tutun caz müzisyenlerine, hayal kırıklığına uğramış savaş gazilerinden Detroit sokak çetelerine, evden kaçan gençler ve orta sınıfa mensup liseli is-

yankarlar gibi birbirinden tamamen farklı gruplara vaat ettiği ortak şey, baş edemeyecekleri durumlara karşı bir çeşit zihinsel güçlenmedir. Bu açıdan baktığımızda *cool*, eski 'saygınlık' kavramının alt-kültürel bir alternatifidir; çünkü 'saygınlık' –Adorno bunu 'yüksek burjuva değeri' olarak adlandırır– kilise, ülke ve işyeri gibi kurumlar tarafından kontrol edilen bir değerdir. *Cool* ise, kişiliğinizin, görünüşünüzün ve tutumunuzun nasıl olacağını öncelikle içinde bulunduğunuz grubun kararlaştırdığı, bu yoldan onay aldığınız bir öz değerdir. Yine de *cool*, uyuşturucu ve intihar arasındaki üçgen gösteriyor ki bu tavır, aşırı rekabetçi bir toplumda yaşama devam edebilmeye yönelik *gerçek* bir çözüm olarak sadece kısmen etkilidir. Araştırmalar, birçok erkek çocuğun öğrenim yeteneğinin on üç ve on dokuz yaşları arasında hızla gerilediğini gösteriyor. Bu yaşlardaki çocuklar, öğrenme ve okul başarısının kızlara özgü olduğunu ve hiç *cool* olmadığını düşünmeye başlıyorlar. Çocuklar arasındaki bu eğilim, intihardaki ve intihar teşebbüslerindeki artışla kol kola gitmektedir.



Hip tabirinin orijinal anlamı, düzgün toplum bireylerinin mahrum tutulduğu bir sırrı paylaşmaktı –örneğin belli bir müzik tarzını beğenme, yasadışı bir uyuşturucuya bağımlı olma, bir suça iştirak etme ya da yasaklanmış bazı cinsel uygulamalar gibi.

Uç sınırlarda benimsenen *cool* kayıtsızlık, sosyopatiye ve tam bir yalıtılmışlığa yol açar; fakat bu yalıtılmışlık içerisinde, yakın arkadaş gruplarını *cool*'un ne anlama geldiği konusunda ortak bir fikirde birleştiren ve Majors ve Mancini Billson'un 'dışavurumcu stil' olarak adlandırdığı, kendine özgü kıyafetler ya da saç şekilleri, davranışlar, tavırlar ve argo kalıplarıyla ortaya konan güçlü bir karşı koyma eğilimi vardır. Fakat reklam endüstrisinin *cool*'u sömürmesini ve ürünlerini gençlere (ve genç hissedenlere) satmakta kullanmasını mümkün kılan çatlağı açan da işte bu eğilimin ta kendisidir.

Cool'un ayrıksılaştırıcı etkisini dengeleyen bu topluluğa bağlılık mekanizması, saygın ya da ana-akım toplum bireylerinin mahrum tutulduğu bazı sırları paylaşmayı içerir. *Cool*'un eşanlamlısı olan *hip*'in, 'ben buna *hip*'im'deki orijinal anlamı da buydu. Bu ortak sırrın konusu pek çok farklı şey olabilir: Örneğin belli bir müzik tarzını beğenme, yasadışı bir uyuşturucuya bağımlı olma, bir suça iştirak etme ya da yasaklanmış bazı cinsel uygulamalar. Fakat fonda daha büyük ve daha soyut bir sırrın iması vardır her zaman ve bu çok nadir dile getirilir: "hepimiz 'düzgün' toplumdaki ikiyüzlülüğünün farkındayız" *Cool* kişiler, toplum tabularının kendi üzerlerinde ahlâki bir yaptırımı olmadığı inancını paylaşır; ve bu tabuların, toplumun en saygın denilen üyeleri tarafından bile her fırsatta yıkıldığına inanırlar.

Bu büyük sırrın, yaşamın bütün önemli yanlarını kuşatan birçok cephesi vardır. Seks: ABD Başkanı bile, rahipler bile, anne babanız bile bunu yapıyor. Aile: 'İnsanın içine edip bırakırlar, hem de öz anne ve babanız.' Para: Herkesin bir fiyatı vardır; ciğerinizi bile söküp almaya çalışırlar. Siyaset: İyi olanlar asla kazanamaz, tüm siyasetçiler yalancıdır. Suç: Tek gerçek suç yakalanmaktır. Uyuşturucular: Bize uyuşturucunun kötü olduğunu söylüyorlar; ama uyuşturucular insana kendini iyi hissettiriyor, öyleyse bunu söyleyenler ya yalancı ya da ikiyüzlü. Ölüm: Günün birinde hepimiz öleceğiz, o zaman üzülmenin ne faydası var. Dünyanın hallerine dair bu çok-

bilmişlik tavrı, her zaman her şeyi bilmek isteyen; sırdan, örtülülükten ve ikiyüzlülükten nefret eden *cool* kişiliğin merkezindedir. O halde *cool*'un psikolojik kökeni, 'kendine özgülük'dür; ve bu, diğer insanlarda görülen 'kendine özgülük'ü fark etmeye yönelik aşırı bir hassaslıkla bir arada yürür. Bu, ister ırkçı muamele karşısında duyulan öfke, ister rekabet anında yaşanan gerginlik, isterse de cinsel dürtüyle gözü dönmüş hale gelinmiş olsun, herhangi bir endişeyi, iç huzursuzluğu gizlemek için yüzünüze bir sakinlik maskesi yapıştırmak anlamına gelir. Kendine özgülüğün bir yaşam tarzı olduğu Hollywood'da, *cool*'un en etkili tavır haline gelmesi bir tesadüf değildir; ve bu da, *cool*'un yeniden üretimi ve yayılması mekanizması konusunda mantıklı bir açıklama sağlar bize. Ünlüler, ulaşılmaz çekicilikte *cool* bir kişilik yaratırlar; güvensiz yeniyetme hayranlar bu imge karşısında kendilerini öyle yetersiz hisseder ki, sonuçta *cool* tavrı benimseme, yoğun kaygılarıyla baş etmenin tek yolu haline gelir. Sürekli tekrarlanan bir mekanizma.

Cool'un bu 'kendine özgü'lük niteliği, otoriteye karşı duyduğu derin kuşkuyu da açıklar. Bu kuşku, zaman zaman, toplumsal sorumluluktan tek taraflı şekilde bağımsız olduğunu ilan etmeye varabilir. Topluma ait olan tüm temel kurumlar –devlet, mahkemeler, polis, okullar, hastaneler v.b.– işlevlerini sürdürebilmek adına, temsilcilerinin belli bir profesyonel ciddiyete sahip olmasını ister. Bu söylediğimiz şey ise kuşkuyu geçici bir süre ertelemeyi gerektirir. Örneğin bir yüksek mahkeme hakiminin de yemek yiyen, uyuyan, tuvalete giden, cinsel hayatı olan sizin gibi bir insan olduğunu bilirsiniz; ama hakimin karşısına çıktığınızda bu bilgi bir tarafa kaldırılmalıdır. *Cool* kişi, otorite figürlerini de tıpkı otoritenin kendisi gibi maske takmış kimseler olarak görür ve kuşkuyu bir tarafa itmeyi reddeder. Bu tavrın sonucunda otorite figürlerine duyulan saygının yok olması, geçtiğimiz on yıl boyunca çoğu demokratik toplumda dikkat çeken bir hal olmuştur (ve muhafazakarlar için de önemli bir endişe kaynağıdır). İngiltere'de Kraliyet Ailesine ve Lordlar Kamarasına duyulan saygının azalması bu duruma örnek olarak gösterilebilir.

Kuşkuyu ertelememenin yanı sıra, dünyadaki tüm yalanları or-

taya çıkarmaktaki ısrarı, *cool* stratejinin Aşil topuğudur: Toplumla aynı oyunda olmayı reddetmekle belli huzursuzluk ve tedirginlikleri kendinizden uzaklaştırabilirsiniz, ama gerçeğin tüm iğrenç yönlerini su yüzüne çıkarmaktaki ısrar, sadece yeni huzursuzluk kaynaklarının ortaya çıkmasını sağlar; üstelik çok daha acı oldukları ve gündelik yaşamda pek kökleşmedikleri için bu gerçeklerle baş etmek daha da zordur. Bu gerçeklerin sonuçları ise oldukça marazi olabilir. *Cool* ve şiddet arasındaki duygusal ilişkinin (lise katliamlarıyla, satanizmle ve Neo-Nazizmle flörtle ürpertici bir doruk noktasına çıkan) açıklaması da işte burada aranmalıdır. Öte taraftan bakacak olursak, kuşkunun nasıl erteleneceğini, ironiden nasıl kaçınılacağını, ve hazcılığın nasıl reddedilebileceğini yeniden öğrenmenin tek yolunun kaldığını görürüz: Tüm dünyada canlanan dini ve siyasi muhafazakârlık. Bahsettiğimiz dini ve siyasi muhafazakârlık, kayıtsızlık yerine farklı 'inanç' çeşitleri önerir; ve bu inançları, ihtiyaç duyulan ruh kalkanları olarak sunar. İslamcı Taliban örgütünden tutun da Hıristiyan 'yaşama dönüş' hareketi gibi oluşumların hepsi *cool*'un ezeli düşmanıdır.

C. DOKUNMA İNCİNİRİM

Cool psikolojisi hakkında bir şeyler söylerken, ilk bakışta *cool*'un tam zıddı gibi görünen bir günümüz fenomenine değinmeden geçip gidemezdik. Kesin bir isim bulamadığımız; ama 'itirafçı kültür', 'terapi kültürü' gibi tabirlerle ya da daha basitçe 'psikolojik gevezelik', 'dokunma incinirim' tabirleriyle tarif edebileceğimiz aşırı duygusallıktan söz ediyoruz. Bahsettiğimiz şey magazinin, şöhret televizyonculuğunun ve şöhret gazeteciliğinin; Ally McBeal, Oprah ve Jery Springer şovların; Prenses Diana'nın ardından tutulan kitlesel yasların dünyasıdır. Bu fenomenin kayda değer tek özelliği, duyguları özgürce ifade etmenin ruh sağlığı için gerekli olduğuna dair duyduğu inançtır; ve özellikle ABD'de neredeyse teşhirciliğe varan pek çok terapi biçiminin etkisiyle yarım yüzyıldan uzun bir süredir yaygındır. Fenomenin diğer bir karakteristiği ise,



Insanların birbirleriyle daha yoğun duygusal ilişkiler yaşadığı geçmiş dönemlere bir geri dönüş mü? Duygusal geçmişimiz, suları bir dönem sakin olan fakat şimdi azgın dalgalarla boğuşan bir okyanus mu? Bizce öyle değil.

bir kişinin 'benliğinin', geçmişte yaşadığı duygusal travmalar ve bastırmalar sebebiyle büyük zarar görmüş olduğu ve yaşadığı bu olayları itiraf etmek ya da bir şekilde belli etmek istediğine dair genel kanıdır; ve bu da 'mağdur kültürü' gibi başka bir alternatif tanıma ulaştırır bizi.

Bizim konumuz açısından baktığımızda bu fenomenin ortaya çıkaracağı önemli soru şudur: Bu eğilim, *cool*'un giderek artan etkisi hakkında söylediklerimizle çelişir mi? 'Terapi kültürü'nü ilk bakışta görülen şekliyle kabul etmek; yani bu kültürü, insanların birbirleriyle daha yoğun duygusal ilişkiler yaşadıkları geçmiş dönemlere atılan geri bir adım olarak görmek oldukça ayartıcıdır; sanki duygusal geçmişimiz, suları bir dönem sakin olan fakat şimdi azgın dalgalarla boğuşan bir okyanusmuş gibi. Biz olayın bundan ibaret olmadığını düşünüyor; aksine, terapi kültürü ve *cool*'un aynı köklerden yeşerdiğini iddia ediyoruz. Üstelik bize göre bu kültür, geçmişteki bir duruma dönüşten ziyade *cool*'un gelişim sürecinin bir parçasını oluşturur. Böyle düşünmek için mantıklı birçok sebep

olduğuna inanıyoruz. *Cool*'un, aşırı rekabetçi bir toplumun neden olduğu kaygı, huzursuzluk ve depresyona karşı çalışan bir savunma mekanizması olduğunu yukarıda tartıştık; ve çok da mükemmel bir savunma oluşturmadığını, hatta kendi duygusal gerilimini yarattığını kabul ettik. Christopher Lash'ın, 'narsis kişilik' türünü ilk olarak 'belirsizlik ve hiçbir şekilde hayattan tatmin olamama ve boşluk duygusu şikayetleriyle terapi görmek isteyen hastaları arasından teşhis etmiş olması oldukça anlamlıdır. Ünlülerin renkli basından izlediğimiz yaşamlarında da gördüğümüz üzere *cool* ve terapi, yalnızca bir arada bulunmakla kalmaz, birbirini besler de (maddi olarak terapiyi karşılayabilecek toplum kesiminden bahsediyoruz). Hafta sonlarını terapistiyle geçiren kayıtsız ve pervasız baş belası adam imgesi, artık Hollywood aktörleri, rock yıldızları, *country* şarkıcıları ve hırslı işadamları arasında bir klişe haline gelmiştir.

Ancak günümüzde popüler kültürün belli alanları, *cool*-öncesi bir cennete; yani gerçek tutkuların ve dizginlenmemiş duyguların hüküm sürdüğü bir dünyaya duyulan özlemi destekleyerek, bu birlikteliğin keyfini kaçırır. Gişe hasılatları kıran belli yönetmenlerin, özellikle James Cameron'un ve Steven Spielberg'ün çalışmalarından bahsediyoruz. Cameron'un *Titanik*, Spielberg'ün *Er Ryan'ı Kurtarmak* filmlerinin konusu aynı formüle göre oluşturulmuştur; her iki film de, bir grup zamane *cool* gencin, duygusallığın 'altın çağında' yaşamış biriyle karşılaşmasını ve öğretici bir deneyimden geçişini anlatır (Benzer bir hileyi, 1999 yapımı, düşük bütçeli *Blair Cadısı Projesi* adlı hit filmde de iş üzerinde görüyoruz). Bu formülün tutuyor olması, *cool* olmak peşinden koşarken kaybedilen şeyler konusunda genel bir huzursuzluk hissedildiğini gösterir; ama bu da, gençlerin büyük bir çoğunluğunun, bu filmlerde oldukça ayartıcı şekilde betimlenen romantizme ve fedakarlığa neden olan maddi imkansızlıklar ve cinsel baskılar dönemine geri dönmek istediği (ya da dönmeye dayanabileceği) anlamına gelmez.

Yine de *cool* ve 'terapi kültürü' arasında daha derin bağlantılar vardır; daha doğrusu tüm bu –insanda aslında rekabetçi olduğu kuşkusu uyandıran– acı çekme ve mağduriyet, böyle bir bağ olduğunu sezdirir. Kişi, 'mağdur' olduğunu anlamakla, özel olduğunu düşün-

meye başlar; kendini sıradan mertebesinden ayırır; ki bu düşünce, *cool*'un da en önemli tetikleyicilerindendir. Ian Buruma, *New York Review of Books* dergisinde yayınlanan bir makalesinde, giderek artan sayıda insanın, kendini ezilen azınlıkların bir parçası olarak görmek istediğini 'mağdur olmanın' günümüzde en etkili tavır olduğunu (yani bizim *cool*'a atfettiğimiz özelliği taşıdığını) kaydediyor. Aslında tüm bu insanlar, Yahudi katliamından ve tüm diğer tarih trajedilerinden eşit bir pay talep eder. Acı çekerek duyulan bu ruhsal bütünlüğü sağlamak için kullanılan araç da, Buruma'nın iğneleyici bir şekilde tanımladığı, 'basit Freudculuk' tur. Bu zihniyet ise, Oprah Winfrey ya da Jerry Springer tarzı ucuz duygusallığın üzerine kolayca yığılır kalır. Anı, ister tarihi büyük haksızlıklara, ister kendi çocukluğumuzda gördüğümüz kötü muamelelere ait olsun, tartışılamaz gerçekler mertebesine yükselir.

Buruma'nın sözleriyle ' burada amaç, olayları aydınlığa kavuşturmak değildir belki de. Buradaki amaç otantik olmaktır. Tüm gerçekler öznel olduğunda, sadece duygular otantiktir ve sadece, bu duyguları taşıyanlar bunların doğru mu yanlış mı olduğunu bilir'[3] Bu gözlemle bizim *cool*'a dair görüşümüz birbirine uyar. Bizim gözümüzdeki *cool* da, kendini otantik olmayandan ayırmak için, otantiklik peşinde koşar; çünkü içtenliğin alabileceği özel bir şekil de duygu ya da keder yoğunluğudur ve sonuçta kişi şöyle demeye başlar; 'ben sizden daha yoğun biriyim, ben sizden daha fazla acı çektim. Sizlerse mutlu, keyfi yerinde birer kocaman hiçsiniz'

Bu terapi kültüründeki 'disiplin'lerin çoğunun, 60'ların muhalif kültürü içindeki çeşitli akımlardan kaynaklandığını daha önce gözlemlemiştik. Demek ki bu disiplinler, bizim *cool* nosyonumuz ile aynı tarihi kökenleri de paylaşıyor. Bu noktada insanın aklına, bu duygusal tavrın, sadece daha çok ilgileniyormuş, her şeye çok aldırış ediyormuş gibi yapan farklı bir *cool* maskesi olup olmadığı gelebilir. Fakat iki tavır arasındaki farkı yaratan şey, duyguların yoğunluğu ya da şiddeti değil, bu duygusallık eğiliminin, *cool*'un en gerekli bileşimi olarak gördüğümüz ironiden yoksun olmasıdır.

IX
Cool olmanın kuralları

> Terimin [*Cool*] 90'lı yıllarda, gençler arasında bir popülerlik kazanmış olduğu gerçeği, sadece devam eden kudretini değil, sonuçlarının uzayıp giden açılımlarını da işaret eder.
>
> Peter N. Stearns[1]

> Anlamanız gereken şey, neyin *cool* olup neyin olmadığını belirleyecek olanların her zaman 14 ile 16 yaş arasındakiler olduğudur. Modada, müzikte ve diğer bütün şeylerde neler olacağını biz belirleriz. Dünyayı biz fethediyoruz.
>
> Will Nicholls, 14 yaşında, 'buraların en *cool* çocuğu'[2]

Princeton Üniversitesi Çağdaş Bilimler Enstitüsü'nden Mark Lilla, 1998'de *New York Review of Books* dergisinde yer alan bir makalesinde, savaş-sonrasında Amerika'yı bütünüyle değiştirmiş olan iki devrimi irdelemiş –60'lardaki 'kültürel' devrim ve Reagan'ın 80'lerdeki neo-liberal ekonomik devrimi– ve her iki devrim sonrası dönemin de, Amerikan siyasetinin ne sağ ne de sol kanadında yeterli politik tepkiyi bulmamış olmasını eleştirmiş ve politikacıların bu tavrını tam anlamıyla 'gericilik' olarak nitelendirmişti: Sağcıların tepki gösterme biçimi, 60'lardan miras kalan ahlâki kayıtsızlığa saldırmaktan ibaret kalırken, solcularınki ise Reagan ekonomisinin zaferinden çaresizce yakınıp durmak olmuştur. Durum, Lilla'nın da ortaya koyduğu gibi, şundan ibarettir: 'Altmış-

ları yaşadık, Reagan'ı da yaşadık ve diyebiliriz ki yakın gelecekte siyasi ufkumuzu belirleyecek şeyler bu ikisi olacaktır.' Lilla'ya göre, genç Amerikanlar günlük yaşamlarında her ikisini bağdaştırmayı becermişlerdir bile: Gün boyu serbest global ekonomi düzenine uygun biçimde mesleğini icra edip, hafta sonlarını da 60'ların şekillendirdiği ahlâk ve kültür dünyasına dalarak geçiriyorlar'[3]

Bütün bu düşünceler Lilla'yı, dramatik bir soruyu sormaya itiyor: "Ne Tocqueville ne Marx ne de Weber bizi bu soruya hazırladı" dedikten sonra yöneltiyor sorusunu: "Amerikan ilkeler düzenindeki hangi ilke, görünüşte birbirine zıt olan bu iki devrimin eşzamanlı oluşumunu mümkün kıldı? Eşitlik ve bireycilik nosyonlarımız, nasıl oldu da ahlâken kayıtsız, ama ekonomik alanda başarılı bir kapitalist toplumu destekleyecek hale geldi?"[4] De Tocqueville, Marx ve Weber'in ruhlarına karşı bir parça saygısızlık ediyor gibi gözükme riskini göze alıyor ve Lilla'ya diyoruz ki bu sorunun yanıtı tek kelimedir: *Cool*.

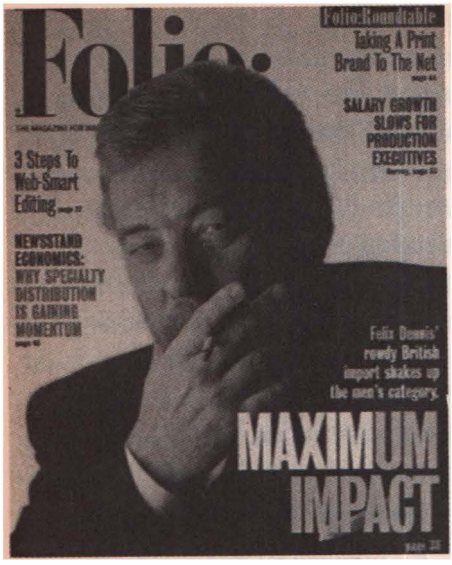
Anlaşılan *cool* moda bir argo tabir olmanın, bir giyim stili ya da geçici bir davranış modası olmanın ötesinde, Batı toplumlarına özgü en eski çelişkiyi –yani çalışmanın gerekliliği ile eğlencenin çekiciliği arasındaki çelişkiyi– çözümleyen psikolojik bir yapı sağlıyor. Kısacası *cool*, gelişmiş tüketici kapitalizmin en baskın kafa yapısı haline gelmek için, öncelikle çalışma anlayışına el koymaya çalışıyor. Peter Stearns'e göre, "Amerikan toplumu, duygusallığın kurallarını değiştirmek üzere dayanak noktası olarak 'iş'i baz alan yeni bir duygusal kriter belirlemek gibi bir çabaya girişmiştir. Her zaman apaçık olmayan, duyguların özgürlüğünü savunuyormuş gibi gözüken, fakat aslında kontrolü arttırmaya yönelik bir çabadır bu"[5]

Hem sendikalaşma düzeyinde ve hem de gerek örgütlü işçi hareketlerinde gerekse de işyerlerindeki sendikal olmayan protestolarda gözlenen düşüş, denetimsiz bir ekonomide çalışmanın gereklerine daha uygun bir duygusal tarzın etkinliğini doğrular. *Cool*, iş anlayışını mutlak denetimi altına alarak bütün sivri çıkıntıları kapsayabilir: Serbest kıyafetleri, espresso makinesi gibi küçük detayları ve patronla senli benli olma durumlarını hesaba katacak olduğu-

muzda – hele bir de iyi kazandıran bir işse – çalışanlar için çalıştıkları işyeri tam anlamıyla *cool* bir mekan olabilir. Evet belki emeklilik güvencesi yoktur; ama finans sektörü sizin adınıza bununla uğraşmak üzere yüzünde kocaman bir gülümsemeyle hazır beklemektedir. İşsizler konusunda ne diyebiliriz ki; *cool* elbette her zaman mazlumların sığınağı olagelmiştir (özellikle de uyuşturucular sayesinde) – ne de olsa, o dünyadan kopup gelmiştir.

'Bu kitap iş üzerine, çalışma hayatı üzerine bir kitap olmakla doğal olarak da şiddet üzerinedir – ruhsal olduğu kadar fiziksel bir şiddet.'[6] Stud Terkel'in modern iş ilişkilerini konu alan eleştirel kitabı bu sözlerle başlar. Terkel'in mesajı, aslında geleneksel Marksist bir mesajdır: Yani açıkçası, senin üzerinden bir kâr sağlamayacaksa hiçbir işveren seni işe almaz; dolayısıyla kapitalizm hem ofiste hem de fabrikada ücretli köleliğe neden olur. Bu sert mesaj şimdilerde, yumuşatıcı *cool* iş nosyonu ile yer değiştirmiştir. Kitapçıların raflarına bir göz attığınızda, çalışma hayatıyla ilgili kitap başlıklarının, siyaset ya da kültür reyonunda yer alan kitap başlıklarına kıyasla kulağa daha *hip* geldiğini; ve radikal sosyal değişikliklerle ilgili oldukça iyimser mesajlar içerdiğini fark edeceksiniz (Örneğin, "*Birinci Kural: Bütün Kuralları Yıkın*" ya da "*İstediğiniz Şeyleri İstediğiniz Zaman Gerçekleştirmenin Mükemmel 1001 Yasal Yolu*"). İşte kapitalizmin bu yeni sevecen yüzü, Lilla'nın söz ettiği '60'ların ahlâki ve kültürel dünyası'nın bir sonucudur.

Muhalif kültür Jann Wenner, Richard Branson, Steve Jobs, Bill Gates, Felix Dennis gibi girişimciler için mükemmel bir üretim zemini olduğunu ispatlamıştır. Muhalif kültür değerlerini yansıtan felsefe ve iç organizasyon anlayışına sahip bu isimlerin hepsi, medya alanında, kültür endüstrilerinde ve bilgi teknolojisinde başarılı işler çıkardı. Ben& Jerry ve Anita Roddick ise gıda ve kozmetik sektörlerinde benzer başarılar kazandı; ve daha bunlar gibi birçok örnek vardır. İşyerinin *cool* olabileceği düşüncesi ilk kez muhalif kültür azınlığınca ortaya atılmış olabilir; ama yeni genç yöneticilerin İkinci Dünya Savaşı kuşağının yerini almasıyla yaygınlaşarak, bir zamanlar 'düzgün' olan birçok firmayı da etkilemiştir. Branson ve Gates gibi *hip* girişimciler, alanlarında devleştikten ve çok yük-



60'ların muhalif kültürü, aralarında Steve Jobs'un, Ben & Jery'nin ve resimde gördüğümüz Felix Dennis'in de bulunduğu birçok girişimci için mükemmel bir üretim zemini olduğunu ispat etti.

sek kâra geçtikten sonra bile, toplumsal yönden aykırı sayılan projelere imza attıklarını ve 'kurumsallaşma karşıtı' oldukları inancını korumaya devam ettiler. Bu yeni iş adamlarının başarıları ana-akım iş kültürünün, tam da Thomas Frank'in söz ettiği biçime dönüşmesine yardım etti: "60'lı yıllarda olan şey: hip'in (ya da *cool*'un), kapitalizmin kendini anlamasının ve topluma anlatmasının esas yolu haline gelmesidir."[7]

Artık '*cool* işyeri' mesajı, iş ilişkilerini konu alan Terkel'inki gibi geleneksel eleştirilerin yerini almaktadır hızla. *Cool* işyerinde, işçilerin belirli bir kuruma beslediği sonsuz sadakat ortadan kalktığı gibi, 'bizler ve onlar', 'yaşamak için iş' gibi kavramlar da ortadan kalkmıştır. Richard Sennet'in *The Corrosion of Character* (Karakter Aşınması, New York, 1998) adlı kitabı, yeni girişimin artık sadakat değil de esneklik talep ettiğini; esneklik olmazsa, çağımız çalışanlarının giderek artan kurumsal karmaşayla baş edemeyeceğini anlatır. İşin ilginç yanı bu gibi fikirler, muhafazakâr sağ tarafından değil de Clinton'un Demokratlar'ı ve Blair'in Yeni İşçi'leri gibi ılımlı sosyal demokrat partiler tarafından ortaya atılır. Tony Blair'in 21. yüzyıl sosyal demokrasisi olarak sunduğu (yöne-

tici ve çalışanların daha büyük yararlar için işbirliği içinde hareket etmesi) 'üçüncü yol'un temelinde, her ne kadar kâr paylaşımında *cool* mantığına uymayan bazı eşitsizlikler yaşansa da, *cool* kafa yapısı olduğunu ileri sürenler çıkabilir.

Pek çok kişi Yeni İşçi Partisi programının entelektüel alt yapısının, sosyolog Anthony Giddens'ın çalışmasına dayandığını düşünür. Giddens *cool*'a hiç değinmemiş olsa da, bu nosyona benzerliği su götürmeyen 'esnek modernizasyon' nosyonunu kullanır. Giddens bununla insanın gün geçtikçe kendi hayatına kendi yön verir hale gelmesini, dış kurumlara bağımlılıklarının kırılmasını kasteder. Giddens kendini şu sözlerle ifade eder: "Modern toplumla olan ilişkim – yani toplumsal kimliğim – artık bir zamanlar kim olduğumu ve nasıl yaşadığımı belirleyen (ve elbette sizinkini de belirleyen) çevresel şartlardan, kurumlardan ve beklentilerden tamamen bağımsızdır. Bugün ben tamamen kendi kimliğimden sorumluyum."[*] Bu sözler, kulağımıza *cool* kayıtsızlığın olumlu cephesinin bir tarifi gibi geliyor. Giddens, bu demokratik ve esnek yeni kapitalizm şeklinin bir belirsizlik ortamı yarattığını, yaygınlaşan güvensizliğin ortadan kaldırılması için de sosyal hizmet kurumlarının tampon görevi görmek üzere yeniden düzenlenmesi gerektiğini vurgular. Ancak esneklikten memnuniyet duyan işverenlerin, denklemin bu tarafından da memnun kalacağı pek kesin değildir. Çünkü çalışanların çıkarlarını gözeten sendikaların ve toplu sözleşmelerin ortadan kalkmasıyla, esneklik, güvensizliğin artması ve kalifikasyonun düşmesi anlamına gelebilir pekâlâ. *Cool* işyeri anlayışı, işçi

Doonesbury Flashbacks / GARRY TRUDEAU



militanlığına ve sendikal örgütlenmeye duyulan ilginin artmasını engellemektedir muhtemelen. Bu söylediğimiz şey, sosyalist devlet çözümlerinin siyasi arenadan kaybolma nedenine de ışık tutar aynı zamanda. İşçilerin, işçi pay düzenleri için güçlü kampanyalar oluşturarak *cool* işyeri nosyonunu mantıklı sonuçlara yöneltmesi daha verimli olurdu; böylece, şu anda sadece göz boyayıcı olan değişim, ekonomik tabanlı çıkarların gerçek ortaklığı yönünde gelişebilirdi.

A. REKABETÇİ TÜKETİM

> Hafif pejmürde üniversiteli gençler. Raflar arasında dikilirken çene çalıyor, şöyle bir göz atıyorlar raflarda sergilenenlere; ürün reyonlarına doğru yürüyünce aralarına başkaları da katılıyor; biraz daha yaşını başını almış, titizlikle ütülenmiş plili rahat pantalonları içinde iş güç sahibi kadınlar ve erkekler; hepsi de hayat tarzı denen aynı tavır ve değer yargılarını paylaşıyor olmanın huzuru içinde.[9]

Cool'u inanç, umut ve merhamet gibi Hıristiyan değerlerinin neredeyse antitezi şeklinde tarif etmiş olmamız tesadüf değildir. Üstelik *cool*'un ne çalışkanlık, tutumluluk ve iradeli olmak gibi daha spesifik Protestan erdemleriyle, ne de eski moda "emekçi"liğin insaf, alçakgönüllülük ve özdisiplin gibi seküler erdemleriyle pek bir ortak noktası vardır. Modern kapitalizmin, işgücünü disiplin altına almak için böyle ciddi ve püriten erdemlere ihtiyacı yoktur. *Cool*, serbest global ekonomideki çalışma değişim ve dönüşüm temposuyla baş edebilecek esnekliğe sahip yeni bir bireycilik tarzıdır. *Cool*, hizmet ve tüketim üzerine kurulu bir hayata, emek ve fedakârlık üzerine kurulu bir hayata sağlayacağından daha iyi uyum sağlamıştır. İşte bu, Mark Lilla'nın sorusunda ima edilen çelişkiyi giderecek eksik 'çimento'yu, yani bağlantı malzemesini sağlar bize. Başka bir deyişle *cool*, insanları anlık zevkler üzerine yoğunlaştırır ve bu yolla, belirsizlikle ve düşük beklentilerle yaşamasını mümkün kılar. Kısacası işler zorlaşınca, *cool* alışverişe çıkar.

Bir etik olarak *cool*, üretim dünyasına değil daha ziyade tüketim hayatına uyar; çünkü *cool*'un sergilediği yüzeysel kayıtsızlığın al-

tında saklandığını bildiğimiz rekabetçi ruh; yeni, maceracı ve daha seçici tüketim tarzları yaratabilir; eşzamanlı olarak da, reklamcıların tüketicileri istediği tarafa yönlendirmekte kullanabileceği bir tutamak sunar. Bu yeni tüketici '*cool* bireysellik'in işleyiş yolunu karakterize etmek için yeni bir tabir yaratmamıza izin verin: 'Deneyimin rekabetçi tüketimi' Günümüzde herkes asi; sıradan olan bir tek kimse bile yok; hiç kimse kalabalık içindeki herhangi bir yüz olmak istemiyor ve herkes daha yoğun deneyimler peşinde: Aslında herkes arkadaşından ya da komşusundan *daha* yoğun deneyimler yaşamak istiyor. İnsanların zihninde bir 'yoğun deneyimler' listesi var; ve bu listenin maddeleri aşağı yukarı şöyle toplanabilir: Bir dağa tırman, bir volkan patlaması izle, yunus balıklarıyla yüz, farklı orgazm çeşitleri yaşa . v.s. v.s. Elbette medya da üstün olmaya duyulan bu hırsı çok güzel anlıyor ve boş zamanı değerlendirmeye yönelik her yeni moda aktiviteyi bir aşırılık fonuyla vermekle, işleri pornografi boyutuna taşıyor: Tıpkı yiyecek pornosu, seyahat pornosu, bahçecilik pornosu, araba pornosu, dekorasyon pornosu örneklerinde gördüğümüz gibi.

Marcuse'den Debord'a kadar uzanan ve tüketimciliği hiddetle eleştiren pek çok düşünce insanı, kapitalizmin sahte gereksinimler ürettiği ve bunları pazarlama yoluyla edilgen topluma soktuğu gözleminden yola çıkar. Yine bu tüketim muhaliflerine göre, tüketim, üretim çarkının dönmesini, dolayısıyla artıdeğerin ortaya çıkmasını sağlamak amacıyla gündelik bir ihtiyaç şeklinde yansıtılmaya çalışılır. Örneğin Debord, *Gösteri Toplumu* adlı kitabında, 'sahte ihtiyaçlar' kavramını şu şekilde formüle eder:

> Modern tüketimcilik sultasının empoze ettiği 'sahte-ihtiyaçlar'la, sahici bir ihtiyaç ya da isteği karşılaştırmak şüphesiz olanaksızdır. Ne var ki satın alınacak bunca ticaret malı, toplumsal ihtiyaçların organik gelişiminde mutlak bir kırılma yaratır.[10]

Ne yazık ki bu görüşleri siyasi pratiğe uygulamaya çalışan herkes, eninde sonunda 'bu imkansız karşılaştırma'da takılır kalır ve bazı sosyal ihtiyaçların diğerlerinden daha sahici olduğunu iddia etmeye başlar; ve ortaya bu sahiciliğe kimin karar vereceği gibi marazi

bir soru çıkar. Popüler kültürü sıkıca kucaklayıp, işyerlerini iyice esnek ortamlar haline getiren *cool* firmalar, tüketicilerin ne istediğini daha da büyük bir hızla saptar ve müşterisini 'tatmin etmek' üzere yenilenerek kendini bu isteklere uydururken; *cool* tüketicilere düşen tüketim yükümlülüğü giderek artar ve böylece hiçbir yaptırıma da gerek kalmaz (elbette birisi faturaları ödemeye itiraz etmedikçe).

Cool, küçük bir azınlık duruşu olmaktan çıkmıştır artık; ve hızla, genç insanlar arasında bir çoğunluk tavrı haline gelmiştir. Geçici bir moda olmaktan öte, iş dünyasında hatta siyasi hayatımızda bile önemli bir etkiye sahiptir. *Cool*, kültür endüstrileri ve uluslararası medya holdinglerince 'ekonomik gücün uygulanmasına yönelik bir estetik' olarak kullanılsa da; bu, *cool*'un bir baskı aracı olarak onlar tarafından icat edildiği anlamına gelmez: Aksine *cool* olanı tüketiciler arasından bulup çıkarırlar ve pek de kolay olmaz bu. *Cool*'u yakalamanın karşılığında ödenmesi gereken bedel, sürekli tetikte olmaktır ve genç kesime hitap eden reklamcılar gerçekten de zor bir oyun oynamaktadır. Bu reklamcılar kampanyalarını sürekli güncelleştirmeye; yeni kişiler, yeni kıyafetler ve yeni müzikler konusunda devamlı fikir belirtmeye zorlanmaktadır. Bu sebeple, o ay neyin *cool* olduğunu bulmak için tüm ülkedeki gece kulüplerini ve sokakları tek tek dolaşarak teftiş eden yeni bir uzmanlık alanı: 'gençlik danışmanlığı' ortaya çıkmıştır. 'Televizyonlar, *cool* olan şeyler yaratmak bir tarafa, çoktan şekillenmiş *cool*'luk modellerine işaret eden programlar ve imajlar üretir yeniyetmeler için'.[11]

Reklamcılık, Eric Hobsbawm'a göre, maddiyatçı bir dünyada yaşıyor olduğumuzun en tipik semptomu ve sembolüdür: Üstelik giderek ironikleşen, giderek daha *cool* olan bir dünyadır bu. Günümüzün gençlik merkezli reklamlarındaki ironi ve ben-merkezcilik ölçüsü, önüne geçilemez ve yadsınamaz bir döngüye zorlar bu reklamları: Eğer bu reklamları sevmiyorsanız, bunun nedeni bunları 'anlamıyor' olmanızdır ve anlamıyor olmanızın nedeni de yeterince *cool* olmayışınızdır. Reklamcılar *cool*'a o derece vakıftırlar ki, artık bununla oyunlar oynayabilecek duruma gelmişlerdir.

Cool, kişisel zevki bütün bir yaşam felsefesi mertebesine yük-

seltir; bu yaşam felsefesi içinde siz, nasıl olmak istiyorsanız öylesinizdir ve öyle olduğunuz için o ürünü almak istiyorsunuzdur. Üstelik bu yaşam felsefesi, şu marka spor ayakkabıyı almaya yetecek parası olan (yetmiyorsa da çalabilecek) her gence açıktır; uzun yıllar sürecek yorucu eğitimler ve pratikler gerektirmez kesinlikle. Arabalardan, bilgisayarlardan, cep telefonlarına kadar uzanan sonsuz sayıdaki reklam ürünü, genç insanlara dış görünüşünü, dolayısıyla ruhsal durumunu değiştirmeyi vaat eder. *Cool*, sonu tüketmeye çıkan liberal yoldur ve reklamcılığın amacına dair eleştirel bir farkındalığı ima eder: 'Bana satmaya çalıştıkları şeylerin çoğu sadece çöp, ama ben *cool*'um, aradaki farkı anlarım' düşüncesini vurgular. 90'lar boyunca bu *cool* değerler, reklamcıların kullandığı özel dil yoluyla topluma yayıldı; ve bu dil, yüz yıl önce kilise kürsülerinden işçilere verilen çalışma etiği üzerine vaazlar kadar etkiliydi.

Bazı radikal reklam karşıtlarının ileri sürdüğünün aksine, aslın-



Günümüzün gençlik merkezli reklamlarındaki ironi ve ben-merkezcilik ölçüsü, önüne geçilemez ve yadsınamaz bir döngü bahşeder bu reklamlara: Eğer bu reklamları sevmiyorsanız, bunun nedeni bunları 'anlamıyor' olmanızdır ve anlamıyor olmanızın nedeni de yeterince *cool* olmayışınızdır. 1994 tarihli bir poster.

da reklamcılar tüketicinin öznelliğinin kurucusu değildir; fakat bu öznelliği *keşfetmek* ve *yansıtmak* için çok büyük gayret gösterirler. Film, müzik, alkolsüz içecek, hafif yiyecek ve spor giyim – gençlerin hayati ürünleri – 'sattıranlar', *cool* olmayı ve *cool*'u kullanmayı öğrenmişlerdir. Reklamcılık, insanların kendisi ve içinde yaşadığı toplum hakkında ne düşündüğünü ve nasıl hissettiğini hem yansıtacak hem de etkileyecek şekilde dizayn edilen ve sürekli yenilenen kişisel tarzlar, tavırlar ve eğlenceler yap-bozudur. Üstelik bu yap-boz, aslında başka amaçları olan yabancılar tarafından yapılan alaycı manevralardan ibaret değildir. Günümüzde medya, pazarlama ve reklamcılık endüstrilerindeki önemli yöneticilik pozisyonlarında, çoğu 60'ların sonlarına doğru reşit olan kişiler bulunuyor. Bu 'medyakrasi', *cool*'u bir satış aracı olarak nasıl kullanacağını ve bu nosyonun ikonalarını nasıl manipule edeceğini iyi bilir; çünkü *cool*, bu yöneticiler için de bir anlam taşır, bu insanların kendi değerlerini yansıtır. Ekonomide işler Marx'ın öngördüğü gibi gitmedi diye, onun "bir çağda egemen olan düşünce, o çağın egemen sınıfının düşüncesidir" aksiyomu yanlış değildir. *Cool*, medya çalışanları arasında en baskın ideolojidir artık; film yönetmenleri, senaryo yazarları, televizyon yapımcıları, plak şirketi sahipleri, dergi editörleri, bilgisayar oyunu programcıları ve reklamcıların hepsi de alaycılık, şehvet düşkünlüğü, ben-merkezcilik, topluma karşı kayıtsızlık ve ironik zalimlik üzerine kurulu zevklerini paylaşmaktadır potansiyel müşterileriyle.

İşin tuhaf yanı, bu yeni 'medyakrasi'nin *cool*'a karşı böyle vefalı oluşunun, onu, sırtından para kazandığı orta yaş ve üstü izleyiciler kesimine yani '*cool*'a hiç de hayran olmayan, hatta *cool*'un ne olduğunu bile anlamayan ve eski kültürün duygusallığını, kolay duygularını tercih eden kesimine de hitap etmek zorunda kalmaktan kurtaramamasıdır. *Cool* bir yapımcı da duygusal işler yapar; ama muhtemelen sivri dilli bir alaycılıkla. *Cool* ironi stilleri, giderek en popülist eğlencelere bile giriyor: bir travesti sunucu burada, bir gay programcı orada. Peter Weir'in 1998 tarihli filmi *Truman Şov*'da Ed Harris'in canlandırdığı bereli yapımcı-tanrı Christof, sadece kendini önemseyen *cool* hayal tüccarı türünün mükemmel bir

parodisidir. Güneşe 'Doğ!' işareti vermekten daha *cool* bir şey olabilir mi? Asıl önemli olan nokta şudur; filmde Christof bir sahtekar ya da bir alaycı olarak değil, insanların sıradan yaşamına biraz duygu katmak gibi bir çeşit İsa misyonunun olduğuna inanmış bir bağnaz olarak resmedilir. Filmin alt-metni ise yönetmenin, dağıtmaya çalıştığı duygulara asıl kendinin sahip olmamasıdır; Christof, *cool* bir patrondur aslında. Tıpkı resmi komünizm ideolojisinin diğer muhtemel sosyalizm şekillerini sindirmek istemesi gibi, modern *cool*'un da kalbi boştur ve neredeyse totaliter bir nitelik taşır.

C. *COOL* VE SİYASET

Popüler kültürü fetheden *cool* için son hamle, politikayı da istila etmek olmalıydı elbette. Sovyet komünizmi ve Troçkizmden tutun da yeni sol Marksizm'e ve demokratik sosyalizme kadar uzanan bütün sol ideolojilerin çökmesinin ardından, İngiltere'deki genç kuşağın siyasetle ilgilenmeye pek yanaşmadığını görürüz; çünkü günümüz siyasetinde onları ilgilendirecek hiçbir şey yoktur. Siyaset derslerini, inançları, 70'li yılların başında işçi mücadelesinin yeniden canlandığı (örneğin madencilerin 'haftada üç gün' grevi) dönemde şekillenen ama aynı zamanda işsizlik ve maaş kesintisi tehditleri yüzünden canından bezmiş olan üniversite hocalarından siyaset seminerleri alan bu gençlerin huzursuz kafa yapıları, acı gerçeklerle karşılaşıp gözü açılan Amerikan askerlerinin ya da gerçekleri, hep farkında olan (ve *cool*'u ilk keşfeden) Afro-Amerikanların kafa yapılarından çok farklıdır.

Bu belki de, müzik tutkunu gençler arasında kendiliğinden ortaya çıkmış olan, ama günümüzde günlük gazeteler ve televizyon dahil bütün stil basının hayranlık duyduğu 60'ların muhalif kültürüyle ilgili şeylere duyulan merakın neden yeniden canlandığının bir açıklamasıdır. Oysa basının bu denli bir saplantıyla tekrar tekrar işlediği 60'lı yılların tavrı, tuhaf bir biçimde apolitiktir; ve bu muhalif kültürün özünde tüketimciliğin temel görüşlerine yönelik içgüdüsel bir nefret olduğu nedense unutulmaktadır: 'Paranın her şeyin

ölçüsü olmasına izin verilemez'; 'ürünler (uyuşturucular bile) asla tek başına mutluluk kaynağı olamaz'; 'kültür, iş yaşamının ihtiyaçlarına indirgenip ona tabi kılınamaz; 'mal mülk sahibi olmak ancak bir sersemin işidir' gibi düşünceler ve daha birçokları bu nefreti yansıtır. 60'larda radikal öğrencileri, *underground* gazete gruplarını ve kültürel çılgınları birbirine bağlayan şey tuhaf, karma bir materyaldi: Anti-kapitalist siyasetle *cool*'un birleşmesinden meydana gelmiş bir materyal. Bu çelişki, zamanında da tamamen gözden kaçmamıştı, ama hüküm süren coşku, bazı şeyleri belli bir süre bir arada tutmaya yetti. Medya, *cool*'un 90'lar gösteriminde, bu ham materyali yeniden ele almış; dış görünüş, moda ve ironi saplantısı gibi belli başlı unsurları ön plana çıkartarak, arta kalan radikalliği bir kenara atmıştır.

Cool hiçbir zaman doğrudan bir siyaset olmamıştır; siyasete gelince: siyaset neredeyse tanımı gereği, asla *cool* olamaz. Siyasette –ister belli bir davaya yönelik olsun ister kişisel iktidar arayışı uğruna olsun– bir yerlere varabilmek için bir şeyi tutkuyla savunmanız gerekir; üstelik kampanya ve parti organizasyonunun uzun ve yorucu süreci nedeniyle, mevcut zevkleri gözden çıkarmanız gerekir. Zaten henüz hiçbir siyasi parti (marjinal ve gayri resmi toplulukları saymazsak), parti programı olarak *cool* takipçiliğini seçmemiştir; böyle bir programın muhtemelen, her çeşit uyuşturucuyu meşru kılmayı, bütün vergileri kaldırmayı ve işsizlik yardımı olarak oldukça cömert meblağlar ödemeyi içermesi gerekirdi –bu da, ilk *cool* partinin eğitim ve maliye sorumlularının hayatını oldukça zor bir duruma sokardı.

Yine de *cool,* politikaya ve politikacılara büyük ölçüde bulaşmıştır. Mark Lilla'nın ABD'de, sağcı ekonomi ile solcu sosyal tavırlar arasında gözlemlediği ikileme değinmiş ve bu ikileme çözüm olarak *cool*'u önermiştik. *Cool*, apolitik olmakla kalmaz; Fransız Devrimi'nden bu yana aşağı yukarı aynı biçimde süren ekonomik ve toplumsal tavırları sağ ve sol olarak ayıran kategorileri de ortadan kaldırmayı hedefler. Sol bugüne kadar hep özgürlükçü toplumsal politikaları ve ekonomide devlet müdahalesini savunan bir görüşü desteklerken; sağ, muhafazakar toplumsal politikaları ve

serbest piyasa ekonomisini desteklemiştir. *Cool* ekonomik toplumsal alanlarda serbestiyi savunmakla beraber; radikal sağ kesimin ahlâk anlayışını veya 'aile değerlerini' reddetmekle ama diğer yandan sağın devletin her işe burnunu sokmasına karşı oluşunu paylaşmakla her iki görüşü de aşar. *Cool*, apolitik olmayı seçmiştir, ama seçim yapmaya zorlansaydı bazı tarihi dönemlerde sağda, bazılarında ise solda egemen olabilen liberal düşüncenin yanında saf tutardı. *Cool*, tam zıt kombinasyonu benimseyen, yani baskı derecesinde muhafazakar toplumsal politikaları ve korparatist ekonomiyi savunan faşizmin tam tersidir bir açıdan. Hıristiyan sağ, "gençleri baştan çıkaran vahşi müzik"e sövüp sayarak televizyonlarda rock-'n'roll albümleri parçaladığı 50'lerin başından itibaren, *cool*'u ezeli ve ebedi düşmanı (ya da Hıristiyan-karşıtı) olarak görmüştür.

Sağın bu tutumunun ABD siyasetinde hayati bir önemi vardır; çünkü beyaz işçi sınıfın iktidardan düşüşünden ya da çekilişinden itibaren, Demokratları iktidarda tutmaya muktedir olan çok önemli bir kesim haline getirir *cool* kuşakları. Amerikan siyasi sahnesinin gerçekten *cool* olan iki başkana ev sahipliği yapmış olması da tesadüf değildir: Kennedy ve Clinton –her ikisi de Demokrattı ve her ikisi de gençlerin oylarını işe yarar güç haline getirmeyi başarmıştı. Eğer Kennedy'nin *cool* olduğundan şüpheleriniz varsa, uyguladığı politikalara bakmayı bırakıp (Yurttaş Hakları konusundaki hariç), saç kesimine, gülüşüne ve gizli aşk kaçamaklarına bir göz atın.

Kennedy'nin iktidarda olduğu dönem belki de, ABD gençliğinin gayri resmi ve marjinal siyasi yapılanmalar içinde olmak yerine resmi parti politikalarıyla faal olarak ilgilendiği son dönemdi; ama Kennedy'nin uğradığı suikast ve ardından gelen Watergate skandalıyla sona eren rüya yüzünden, *cool* kültürü hâlâ kendinitoparlayamamıştır. *Cool* gençlik şimdi Demokratlara oy veriyorsa, bu partiyi gerçekten desteklediği için değil, ahlâk hocalığı yapan Hıristiyan sağ kanattan nefret ettiği içindir. Eğer bu iddiamız için bir kanıt gerekliyse, sanırız Amerikalıların Monica Lewinsky olayına gösterdiği reaksiyon yeterli kanıtı sağlayacaktır: Kamuoyu araştırmalarına göre halk Clinton'a fazla saygı duymuyordu (ama bunun Başkanın küçük kabahatiyle ilgili olmadığını da belirtiyor-

lardı), ancak Savcı Kenneth Starr'dan *korkuyor* ve onun danışmanı Linda Tripp'ten nefret ediyordu.

Aynı mantık İngiltere'de ve muhtemelen çoğu Avrupa ülkesinde de geçerlidir: *Cool* gençlik, geleneksel sosyalizm mücadelesinin içinde olmayı, hatta sosyalizmin en demokratik varyasyonları içinde yer almayı bile reddeder; öte yandan ahlâk ıslahı ve aile değerleriyle ilgili herhangi bir şeyi destekleyenlere de şiddetle karşı çıkar; ve bu da bütün sağ kesim muhafazakar partilere karşı koymak anlamına gelir. İngiltere'de 1997 senesinde İşçi Partisi'nin 18 yıl aradan sonra, tam da 60'ların modasının, müzik ve uyuşturucu kültürünün yeniden canlandığı bir zamanda iktidara gelmesi belki bir tesadüften ibaretti; ama belki de değildi. Bir Fender Stratocaster'ı olan ve pop starlarını çaya davet eden bir başbakan olması (1960'larda da, İşçi Partili Başbakan Harold Wilson, Beatles'ı kahvaltıya çağırmıştı), İngiltere basınının, Tony Blair'in Yeni İşçi Partisi hükümetini '*Cool* Britanya' diye nitelemesine yol açtı. Blair, kendisine doğrudan sorulduğunda bu unvanı reddetmiştir; ancak genel düşünceye göre *cool*'u sahiplenmek –en azından bir ölçüde – Blair'in amaçlarına uygun düşer.

Blair Hükümeti, yerleşik İngiliz kurumsallığına karşı çoğu kişinin beklediğinden daha radikal bir reform programı yürürlüğe soktu, ama bu program, ölü dalı hem sağından hem de solundan budamayı amaçlayan bir programdır: Aristokratik züppelik kadar, sosyal devletin sömürülmesini de; sınıf ayrımcılığı kadar artık neredeyse kemikleşmiş iş-karşıtı tavırları da yok etmeyi amaçlar. Yeni İşçi Partisi projesi, İkinci Dünya Savaşı mirasını ve savaş-sonrası konsensüsünü yıkma meselesiyle uğraştığı sürece, *cool*, parti için uygun bir 'marka' gibi gözükebilir. Anlaşılan, muhafazakarlar da böyle düşünüyorlar; Muhafazakar stratejistlere göre öncelikli olan şey, yeni oy-kazanma politikaları yaratmak değil, kendilerini yeniden 'doğası itibariyle *cool* parti' olarak benimsetmektir. Bu arada, muhafazakârların 'doğal *cool* parti' olması, kulağa geldiği *kadar* saçma değildir aslında, çünkü oldukça yumuşatılmış politikalar güden bir muhafazakâr parti, Yeni İşçi Partisine liberallik silahıyla saldırabilir; hatta uyuşturucu kullanımını meşrulaştırma vaatlerinde

bile bulunabilir – biz yine de Parti Kongresine katılan muhafazakar bayanların önünde bu fikri açıklamaya çalışacak ilk kişiye bol şans diliyoruz.

Fakat İngiliz gençlik kültürünün enerjisini *cool* sloganı altında kullanmaya yeltenen siyasetçileri daha ciddi bir sorun beklemektedir. Yeni İşçi Partisi'nin ana ilkeleri, parçalanan komün ruhunun yeniden onarılması (geleneksel aile kavramını desteklemek ve uyuşturucu kullanımını ortadan kaldırmak yoluyla), suç artışının önüne geçilmesi ve eğitim sisteminin geliştirilmesidir. Ama *cool*, bunların neredeyse tam zıttı olan değerler üzerine kurulmuştur: Yaratılışı gereği aile karşıtıdır, uyuşturucu yanlısıdır, otoriteye karşı çıkar ve suçu takdir eder (suçluların, birinin kendilerinden olduğunu belirtmek için "*Cool* adamdır" demesi tesadüf değildir). Dahası ironik kayıtsızlık, herhangi bir kolektif amaç için kullanılamayacağı gibi, herhangi bir toplum için de oldukça etkisiz bir birleştiricidir. Açıkça ortadadır ki *cool* tavır, Yeni İşçi Partisi programının önemli birçok hedefi önünde bir engeldir. Bu hedefleri iş, okul ve ailenin geliştirilmesi; suç oranı ve uyuşturucu kullanımının azaltılması olarak toparlayabiliriz.

Cool, esrar ve sihirli mantarlardan tutun, speed, ecstacy ve kokaine ve hâlâ revaçta olan *junkie chic*'e kadar uzanan uyuşturuculara karşı eskiden beri var olan sevgisini korumaktadır. Günümüzde uyuşturucu kullanımında, çok küçük yaş grupları arasında bile, aşırı bir artış gözlenmektedir. 1999 yılının en üzücü haberleri, Glasgow'da 12 yaşında bir uyuşturucu bağımlısının aşırı dozdan ölümü ve İngiltere ortalamasında en yüksek ölçüde uyuşturucu bağımlılığı gösteren yerleşim alanının –inanılması güç ama– Fraserburgh (İskoçya'nın güneyinde küçük bir balıkçı köyü) olarak açıklanmasıydı. Ekonomik ve toplumsal konumun uyuşturucu kullanımının sonuçları üzerinde oldukça önemli bir etkisi vardır; bu nedenle, uyuşturucu alışkanlığı, Londra sosyetesine mensup bir zatı bazen zora soksa da, Leeds veya Chicago'daki sosyal konutlarda yaşayan ve sonu muhtemelen hapishane ya da morg olan çocuklar için genelde ölümcüldür. Hem hükümetlerin beyhude 'uyuşturucu savaşı'nda uyguladığı cezai politikaların, hem de uyuşturucu bağımlılı-

ğının olumsuz etkileriyle durmadan mücadele ederek yaşıyor olmak, *cool*'un zaferi anlamına gelir. ABD'de de her altı siyah gençten biri hapishane sistemiyle tanışmıştır ve bu grup için silahla vurularak ölmek en yaygın ölüm nedeni haline gelmiştir.

Peki İşçi Partisi, programının kilit maddelerinden büyük ölçüde tâviz vermeksizin, gençlerin kalplerini ve beyinlerini tekrar ele geçirebilir mi? Partinin, bu gençlerin sevgisini satın alabilmek için yok denecek kadar azalan işsizlik yardımlarını işe yarar bir seviyeye çıkarmak istemesi (ya da bunu karşılayabilmesi); ve yine aynı şekilde, uyuşturucuları yasallaştırma konusunda uzlaşma yolunu seçmesi pek mümkün değildir. Geriye kalan tek ihtimal, *cool*'u da destekleyecek 'dahiyane bir fikir' bulmaktır, ama bu da olmayacak duaya amin demekten başka bir şey değildir. Blair'ın projesinin ihtiyacı olan şey, gençlerin aklını *cool*'un nihilist ve yıkıcı yönlerinden çekip uzaklaştırmaktır; ama partinin bu şiddette bir çekim gücünü nereden sağlayabileceğini kestirmek zor. *Cool*'u Hıristiyan değerlerine bağlı sosyalist bir çatı altına sokmak, yeteneklerinden şüphe duymadığımız 'kıvırma ustası' Blair için bile imkansızdır. *Cool*, İşçi Partisi aktivistlerinin değil, Hollywood'un 'yeni aristokrasisi'nin felsefesidir. *Cool*, sosyal demokrasiyle dost olmak yerine onun mezar kazıcısıdır.

D. *COOL* VE KÜRESELLİK

Cool'un aslında Batılı bir fenomen olduğunu ve dünyanın diğer yerlerinde *cool*'un ilerlemesini sekteye uğratacak örneğin militan İslam gibi bir o kadar güçlü başka kuvvetler olduğu ileri sürülebilir. Başka bir ihtimal de *cool* tavrın Hıristiyan olmayan kültürlere, Batılı toplumlara geldiği kadar çekici gelmemesidir –örneğin Çin dilinde *cool*'a eşdeğer bir ifade yoktur. *Cool*'un ilk ortaya çıktığı yer olan Afrika kıtasının halkları ardı ardına savaşlara sürüklenmektedir; Rusya ise, *cool* olmanın tadını çıkarmak için fazlaca mı züğürttür (ya da fazlaca mı soğuk) acaba?

Aslında biz bu karşı argümanlardan hiçbirine inanmıyoruz. İn-

sanların yaşam standardının televizyonu, pop müziği ve Hollywood filmlerini kullanabilecek bir noktaya yükseldiği her yerde (artık dünyada bu yaşam standardına ulaşmayan çok az bölge kalmıştır), genç insanlar *cool*'u hem fark edecek hem de benimseyip geliştirecektir. Günümüzde *cool*'un temsil ettiği şey, serbest piyasanın kişisel ilişkiler ve cinsellik üzerindeki etkisidir; ve politikacılar bundan ister hoşlansın ister hoşlanmasın, dünya gençliği bu 'serbestliğe' göz dikmiş görünüyor. Dahası bu gençler, yalnızca ahlâk vaazları ile yolundan döndürüleceğe pek benzemiyor; onları ancak bir tür diktatörlük rejimi ya da kökten dinciliğin askeri zaferi yolundan döndürebilir.

Cool, Batılı popüler kültürün yasaklandığı ve sadece illegal yoldan takip edilebildiği Sovyet komünizminde bile bir muhalif güç olarak filizlenmişti (Doğu Avrupa ülkelerinde *cool*, komünizme pasif bir karşı koyuş olarak algılanmıştı). Hatta komünizmin çökmesinde *cool*'un da bir katkısı olduğunu tartışmak bile mümkün; *cool*, ne de olsa tam da rejimin kapı dışarı etmek istediği o 'ahlâksız Batılı değerler'i temsil ediyordu; ve savaş sonrası kuşağın hem kalbini hem zihnini ele geçiren şey, karaborsadan temin edilen Beatles albümleri ve Levi's blucinlerdi. 1989'da Berlin Duvarı yıkılırken, Doğu Almanya gençliği duvarın üzerine MTV bayrağını çekmişti.

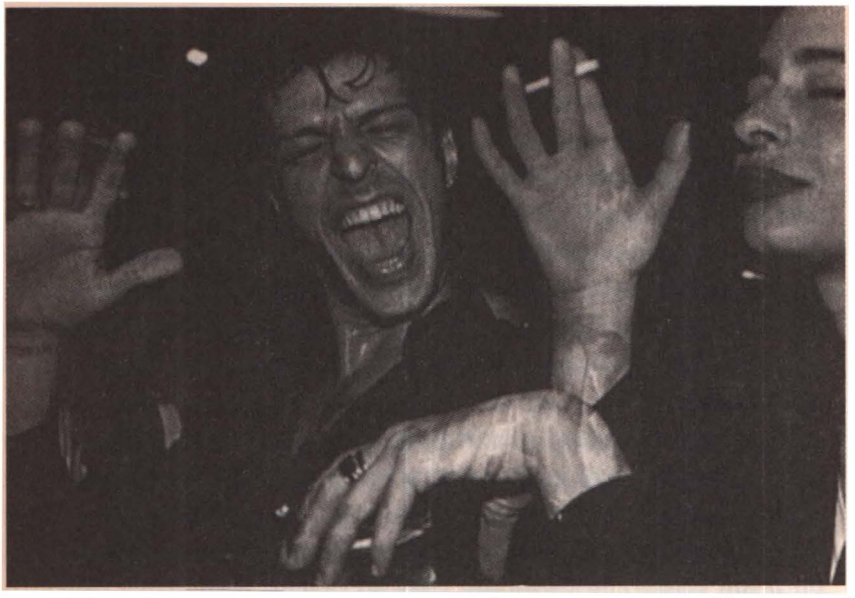
Yani dünyayı yönetmek *cool*'un kaderi mi? Aslında bu soruyu sormak, yoksa parlamenter demokrasi ve tüketimci kapitalizmin kaderi mi diye sormakla aynıdır; çünkü eğer dünyayı bu ikisi yönetiyorsa *cool* da elbette onların halefi olacaktır. Francis Fukuyama yapıtına *End of History* (Tarihin Sonu) adını yakıştırsa da bu henüz hiçbir kesinlik kazanmamıştır. Uzakdoğu'daki 1998 ekonomik krizi, kapitalizmin hâlâ değişken ve güvenilmez bir sistem olduğunu ve en beklenmedik bir anda çuvallayıp, çökebileceğini gösterdi. Komünizmin çöküşünden beri, kapitalizme alternatif önerecek önemli herhangi bir siyasi hareket çıkmamış olabilir; ama meşru küresel kapitalizme ciddi ciddi kafa tutan şey, aynı ölçüde küresel olan organize suç dünyasıdır. Yasa dışı uyuşturucu üretimi ve satışı, günümüzde, dünyanın en çok ciro yapan ilk beş endüstri-

si arasındadır; üstelik uyuşturucu şebekeleri, Kolombiya, Tayland ve Jamaika gibi birçok ülkede resmi yönetimler tarafından bir tehdit olarak algılanacak kadar güçlüdür –uyuşturucu baronları ve yöresel diktatörler tarafından yönetilmek, çağdışı olsa da inanılmaz değildir kesinlikle. *Cool*, gangsterliğe hep hayran olagelmiş, aslında gangsterlerin onaylanmış tavrı olmuştur; gangsta rap'in ve *Goodfellas* gibi filmlerin piyasadaki popülerliği de bu bakımdan hiçbir şeyin değişmediğini gösterir. Kısacası *cool*'un, hukukun egemenliğine yönelik tehlike arz eden ikircikli tavırları vardır ve kriminal yeni-feodalizme de, tüketici kapitalizme sağladığı kadar iyi bir uyum sağlayabilir. Ortada maalesef şöyle bir gerçek vardır: Refah içinde ve düzenin gerektiği gibi işlediği bir toplum, uyuşturucu ve silah kültürünün heyecanlarıyla karşılaştırıldığında sıkıcı kalır. Fukuyama, bu gibi konulara Panglosçu bir yaklaşım getirir; *Cool* söz konusu olduğunda ise tarih, sadece bitmiş değil; en negatif halini almış, hapı yutmuş, 'Güm! Sen artık tarih oldun'daki gibi işi bitmiştir.

Peki eğer dünyayı *cool* yönetseydi, bu ne kadar kötü olabilirdi? Uygulanacak serbest ve düzensiz kapitalizm yüzünden, geleneksel sol mutlak bir mağlubiyet tadardı. *Cool* tüketici kapitalizm, Thomas Frank'in ortaya koyduğu üzere yabancılaşmayı ve ümitsizliği bir kabullenişe dönüştürecek kültür mekanizmalarını nasıl inşa edeceğini keşfetmiştir. Ama *cool*'un zaferi, geleneksel sağda yer alanları rahatlatacak türden de değildir; çünkü bu zafer, onların en köklü değerlerinin çöküşünü temsil eder. Mark Lilla'nın sorusunun da ortaya koyduğu gibi, bir toplum parti siyasetine karşı ilgisini yitirir ve hem çalışma hayatında, hem de boş vakit ve eğlence alanında serbest piyasayı benimserse neler olacağı konusunda ABD bize örnek olmalıdır: Çoğunluk için emsalsiz refah; birkaç kişi için sefalet; sürekli tepede olan Wall-Street; dolup taşan hapishaneler ve fevri tepkiler dışında herhangi bir gerçek muhalif siyasetin olmaması. Sağlıklı bir demokrasinin gerektirdiği şey, sağ ve sol partiler arasında hissedilebilir bir fark ve gerçek sorunlarla gerçek yüzleşmelerdir. Olaylara bu ışık altından baktığımızda, apolitik bir *cool* kuşağın ortaya çıkıyor olması oldukça endişe vericidir.

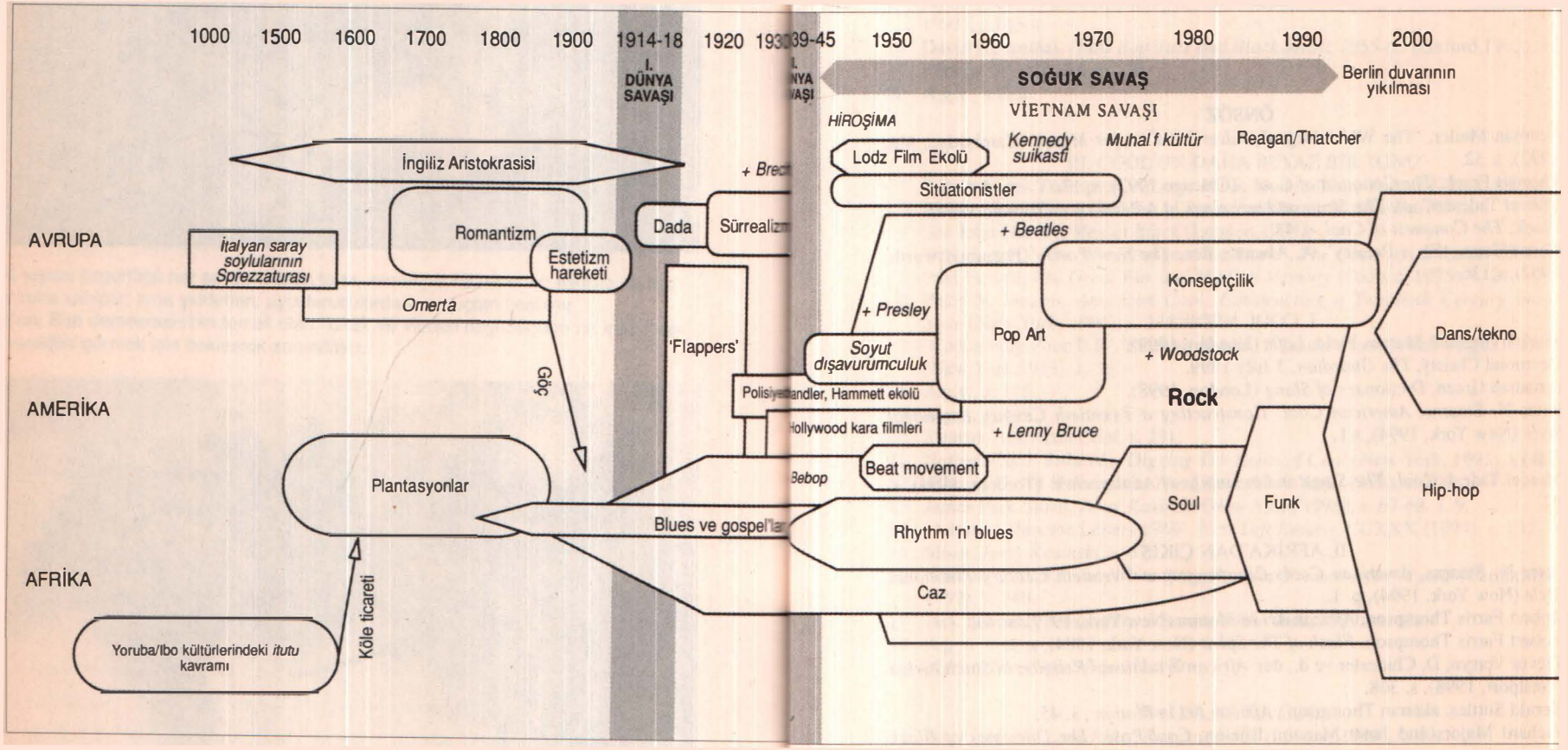
Cool, gerçek siyasetin sert ve sıkıcı temposu yerine büyüleyici teröristlerin, gangsterlerin ve harcanmış rock müzisyenlerinin vaat ettiği asilik imajını tercih eder. Adolf Hitler'in de, artistik tavırları, aykırı seç kesimi, bol pantolonları ve eksantrik postallarıyla kültürel bir asi olduğunu hiçbirimiz unutmamalıyız. 1999 Şubat'ında James Brown'ın (*cool* 'delikanlı kültürü'nün kutsal kitabı sayılan *Loaded* dergisinin kurucusu), Nazileri, özellikle de Rommel'i, 'yüzyılın en zeki adamları' arasında gösteren bir makalesinin ardından, *GQ* dergisindeki editörlük görevinden istifasının istendiğini de unutmayalım. Kötü bir insan değildi; yaptığı sadece düşüncesizce bir aptallıktı.

Cool, bir zamanlar isyanın ifade ediliş şekli olmuş olabilir, ama artık öyle olmadığı kesin. Asıl soru *cool*'un, Batı demokrasisini şimdiye kadar ortaya çıkmış yönetim biçimlerinden en iyisi kılan temel unsurları, yani hukukun egemenliğini ve vicdan özgürlüğünü sürdürüp sürdüremeyeceğidir. Ortadaki resim kasvetli ve çelişkilidir: *Cool* bir yandan kişisel özgürlüğü her şeyden üstün tutar; ırkçılıktan nefret eder; eşitlikçi ve hazcı bir ruha sahiptir; diğer yandan şiddetten, uyuşturuculardan ve suçtan hoşlanır; çıplak güç görüntüsü karşısında büyülenir. Ancak bu kitap, geleceği tahmin etmeye yönelik değil, geçmişi açıklamaya yönelik bir çabadır. Kitabın amacı, *cool*'un modern hayattaki karmaşık etkisini gözler önüne sermektir, insanlar ancak bu yolla bu gibi konuları tartışmaya başlayabilir ve sıkıntıya karşı heyecanın, düzene karşı karmaşanın, hoşgörüye karşı fevriliğin lehte ve aleyhte noktalarını daha ciddi bir şekilde tartabilir. Marksizm'in tarihsel kaçınılmazlık ilkesinden yoksun olduğumuz için geleceğin neler getireceğini bilemiyoruz ve bu yüzden, her zaman olduğu gibi, bekleyip, neler olacağını görmek zorundayız '*que sera, sera*' (Doris Day'in değil, Sly Stone'un versiyonu elbette).



Cool, kişisel özgürlüğü her şeyden üstün tutar, ırkçılıktan nefret eder; eşitlikçi ve hazcı bir ruha sahiptir; ama şiddetten, uyuşturuculardan ve suçtan hoşlanır *Cool*'un, Batı demokrasisinin temeli olan hukuk ve vicdan özgürlüğüne ne kadar değer verdiğini görmek için beklemek zorundayız.




1000
1500
1600
1700
1800
1900
1914-18
I. DÜNYA SAVAŞI
1920
1939-45
1950
1960
1970
1980
1990
2000
SOĞUK SAVAŞ
Berlin duvarının yıkılması
VİETNAM SAVAŞI
HİROŞİMA
Kennedy suikasti
Muhal f kültür
Reagan/Thatcher
AVRUPA
AMERİKA
AFRİKA
İngiliz Aristokrasisi
İtalyan saray soylularının Sprezzaturası
Romantizm
Estetizm hareketi
Omerta
Göç
Dada
Sürrealizm
'Flappers'
Lodz Film Ekolü
Sitüationistler
+ Beatles
+ Presley
Soyut dışavurumculuk
Pop Art
Konseptçilik
+ Woodstock
Rock
Dans/tekno
Polisiyeciler, Hammett ekolü
Hollywood kara filmleri
+ Lenny Bruce
Beat movement
Bebop
Plantasyonlar
Blues ve gospel'ler
Rhythm 'n' blues
Soul
Funk
Hip-hop
Caz
Yoruba/Ibo kültürlerindeki itutu kavramı
Köle ticareti

Kaynakça

ÖNSÖZ

1 Norman Mailer, 'The White Negro', *Advertisements for Myself* (Cambridge, Ma, 1992), s. 52.
2 Thomas Frank, *The Conquest of Cool* , (Chicago,1997), s. 17.
3 Marcel Tadesi, *Cool: The Sings and meanings of Adolescence* (Toronto,1994), s. 1
4 Frank, *The Conquest of Cool*, s. 43.
5 Thom Gunn, 'Elvis Presley', A. Alvarez, der., *The New Poetry* (Harmondsworth, 1962), s.136

I. COOL NEDİR?

1 Mark Irving and Marcus Field, *Lofts* (London, 1999).
2 Desmond Christy, *The Guardian*, 3 July 1999.
3 Jonathan Green, *Dictionary of Slang* (London, 1998).
4 Peter N. Stearns, *American Cool: Constructing a Twentieth Century Emotional Style* (New York, 1994), s.1.
5 A.g.y
6 Marcel Tadesi, *Cool: The Sings and meanings of Adolescence* (Toronto, 1994), s. 37.

II. AFRİKA'DAN ÇIKIŞ

1 Peter N. Stearns, *American Cool: Constructing a Twentieth Century Emotional Style* (New York, 1994), p. 1.
2 Robert Farris Thompson, *African Art in Motion* (New York, 1979), s. 43.
3 Robert Farris Thompson, *Flash of The Spirit* (New York, 1984), s. 11
4 Trevor Verryn, D. Chidester ve d., der. *African Traditional Religion in South Africa* (Westport, 1998), s. 368.
5 Gerald Suttles, aktaran Thompson , *African Art in Motion* , s. 45.
6 Richard Majors and Janet Mancini Billson, *Cool Pose: The Dilemmas of Black Manhood in America* (New York, 1992), s. 57
7 Edmund S. Morgan, 'The Big American Crime', *New York Reviews of Books*, XLV/19. 3 Aralık 1998, s. 14-18
8 Orlando Patterson, *Rituals of Blood: Consequences of Slavery in Two American Centuries* (New York, 1999), s. 213.

9 Richard Wright, *Black Power* (New York, 1954).
10 Langston Hughes, aktaran Majors ve Mancini Billson, *Cool Pose* s.1.
11 Thompson, *African Art in Motion*, s. 45
12 Richard Wright, Paul Oliver'ın kitabında, *Blues Fell This Morning* (Cambridge 1960). s. 14
13 A.g.y
14 Greil Marcus, *Mystery Train* (New York, 1974), s. 22
15 Richard Wright, Paul Oliver'ın kitabında, *Blues Fell This Morning*, s.15.
16 Richard Cook ve Brian Morton, *The Penguin Guide to Jazz on CD* (London,1998), s.381.
17 James Lincoln Collier, *Jazz: The American Theme Song* (New York and Oxford, 1993), s.143-4
18 David Rosenthal, *Hard Bop:Jazz and Black Music 1955-65* (Oxford,1992), s.23.
19 Marcus, *Mystery Train*, s.6
20 A.g.y., s.122.

III. COOL'UN DAHA BEYAZ BİR TONU

1 Robert Farris Thompson, *African Art in Motion* (New York, 1979), s. 43.
2 Richard Lanham, *A Handlist of Rhetorical Terms* (California,1991).
3 See John Harvey, *Men in Black* (London,1995).
4 Will Hutton, ' The War Changed The World', *The Observer*, 8 Kasım 1998, s. 14.
5 Paul Fussell, *The Great War and Modern Memory* (Oxford, 1975), s. 24.
6 Peter N. Stearns, *American Cool: Constructing a Twentieth Century Emotional Style* (New York, 1994), s. 231.
7 'Concerning Poor B.B', *Bertholt Brecht: Selected Poems* , der. ve çev. H.R. Hays, (New York,1959), s. 15.
8 A.g.y., s. 165.
9 A.g.y., s. 147.
10 Stearns, *American Cool*, s. 231.
11 Herbert Gold, *Bohemia: Digging The Roots of Cool* (New York, 1993), s. 43.
12 Aktaran David Halberstam, *The Fifties* (New York, 1993), s. 299.
13 James Park Sloan, *Jerzy Kosinski* (New York, 1996), s. 67-68, s. 9.
14 'Adorno/ Marcuse Letters 1969', *New Left Review*, CCXXX (1999), s. 132.
15 Sloan, *Jerzy Kosinski*, s. 67.
16 Norman Mailer, 'The White Negro', *Advertisements for Myself* (Cambridge, Ma, 1992), s. 340.
17 Jack Kerouac, *Some of the Dharma* (New York, 1999), s. 63.
18 A.g.y.
19 Mailer, *The White Negro*, s. 139

IV. ONLAR DA COOL...

1 Peter Biskind, *Easy Rider, Ragging Bulls* (London,1998), s. 49.
2 A.g.y., s. 84.
3 A.g.y., s. 83.
4 Guy Debord, *Panegyric* (Paris, 1989), s. 7.
5 Ross McKibbin, *Classes and Cultures: England 1918-53* (Oxford, 1998), s. 408.

V. COOL PARÇALANIYOR

1 Norman Mailer, 'The White Negro', *Advertisements for Myself* (Cambridge, Ma. 1992), s. 342.
2 Gordon Burns, *Happy Like Murderers* (London, 1998), s. 187.
3 Richard Benson, *Arena* (Mart 1998), s. 78.

VI. COOL GÖRÜNMEK

1 Margaret Olin, 'Gaze', *Critical Terms for Art History*, R. Nelson ve R. Schiff, der. (Chicago, 1996), s. 209.
2 Bice Curiger, *Birth of the Cool: American Painting from Georgia O'Keff to Christopher Wool*, exh.cat., Kunsthaus Zurich (Zurich, 1997), s. 9.
3 David Slyvester, *About Modern Art* (London, 1997), s. 389.
4 A.g.y., s. 388.
5 A.g.y.

VII. COOL İLİŞKİLER

1 Peter Biskind, *Easy Rider, Ragging Bulls* (London,1998), s. 174.
2 Anna ve Robert Francoeur, *Hot & Cool Sex: Cultures in Conflict* (Los Angles, 1974), s. 39.
3 A.v.g., s. 37.
4 Kenneth Tynan, 'In Memory of Mr. Coward', *Sounds of Two Hands Clapping* (London, 1975), s. 58.
5 Susan Sontag, 'Notes On Camp'ın 56 notu, *A Susan Sontag Reader* da derlenmiş (New York, 1983), s. 119.

VIII. COOL PSİŞE

1 Adam Phillips, *On Kissing, Tickling and Being Bored* (London, 1994), s. 43-4. (Türkçesi: *Öpüşme, Gıdıklanma ve Sıkılma Üzerine*, çev.: Fatma Taşkent, Ayrıntı Yay., 1996)
2 Richard Majors and Janet Mancini Billson, *Cool Pose: The Dilemmas of Black Manhood in America* (New York, 1992), s. 8.
3 Ian Buruma, 'Joys and Perils of Victimhood', *New York Reviw of Books*, 8 Nisan 1999.

IX. COOL OLMANIN KURALLARI

1 Richard Majors and Janet Mancini Billson, *Cool Pose: The Dilemmas of Black Manhood in America* (New York, 1992), s. 231.
2 *The London Evening Standart*, 15 Şubat 1999, s. 25.
3 Mark Lilla, 'A Tale of Two Reactions', *New York Reviw of Books*, 14 Mayıs 1998.
4 A.g.y.
5 Stearns, *American Cool*, s. 156.
6 Studs Terkel, *Working* (Chicago, 1972), s. 1.
7 Thomas Frank, *The Conquest of Cool* (Chicago, 1997), s. 26.
8 *Conversations with Anthony Giddens* (London,1998), s. 31.
9 Don DeLillo, *Underworld* (London,1998), s. 109.
10 Guy Debord, *The Society of the Spectacle*, çev. Donald Nicholson Smith (New York, 1994), s. 44. (Türkçesi: *Gösteri Toplumu ve Yorumlar*, çev.: Ayşen Ekmekçi-Okşan Taşkent, Ayrıntı Yay., 1996)
11 Marcel Tadesi, *Cool: The Sings and meanings of Adolescence* (Toronto, 1994), s. 128

FOTOĞRAFLAR

Yazarlar ve yayıncılar, kitaptaki resimleri sağlayan / kullanılmasına izin veren kaynaklara teşekkür borçludur.

The Advertising Archives: s. 17, 168: Associated Press/James Fasuekoi:s. 37; Glenn A. Baker Archives: s. 50: Barnaby's Picture Library s. 18, 20, 63, 64,73, 82, 83, 86, 98, 116, 117, 119, 130 (üst), 133, 143, 150, 154, 157; Bettmann/Corbis: s. 27, 106; K. J. Eddy: s. 154; *Folio* dergisi, 1999: s. 163; Brian Gibbs: s. 157; Lynn Goldsmith/Corbis: s. 110; William Gottlieb: s. 47; Ronald Grant Archives: s. 66, 135; Lesley Howling: s. 130, 150; Hulton-Deutsch Collection/Corbis: s. 124; *Internationale Situationniste*: s. 89; Graham Keen: s. 67; Lisa Law: s. 14; The Malborough Gallery, Inc., New York (Alex Katz: *Round Hill*, 1997): s. 152; Musee d'Orsay, Paris: s. 115; Musee du Louvre, Paris: s. 54: The National Portrait Gallery, Smithsonian Institution, Washington, DC (W. Tjark Weiss, babası Winold Weiss anısına hediye etmiştir): s. 41; Michael Ochs Archives: s. 137; Collection of Dick Pountain: s. 88,89; Eldad Rafaeli/Corbis: s. 179 (üst) ; Mikki Rain: s. 100; Redferns: s. 44, 47, 50, 137; Konrad Ressler/Münchner Stadtmuseum –Fotomuseum: s. 57; RMN, s. 54, 115; Ted Streshinsky/Corbis: s. 95; Garry Stuart: s. 130 (alt); Dominuque Tarle: s. 96; Robert Farris Thompson'un izni ile: s. 35; Garry Trudeau/Inter-Continental Features, 1998: s. 164; George Wilkes: s. 73; WTO Andy Clark/Popperfoto/Reuters: s. 178 (alt)

Dizin

A
abartı 151
ABD 14, 35, 43, 99, 105, 128, 131, 163, 178, 179, 182, 184
ABD'nin kültür emperyalizmi 27, 40
Absürd Yetişme (Goodman, 1854) 75
acid 107
action painting 129
Adidas 82
Adorno, Theodore 69, 160
African Art in Motion 41
Afrika Bambaataa 116
Afrika kültürü 44, 46, 47, 57, 182
Afro-Amerikan 14, 32, 45, 57, 153, 177
ağlayamama 157
ahlâk 180, 183
ahlâk dışı 60
ahlâksız Batılı değerler 183
AIDS 151
aile 157, 161, 180, 181
aile-karşıtlığı 157
AK-47 101, 108, 117
alaycılık 176
Ali, Muhammed 113
alkol 15, 74, 77, 80, 112
alkolsüz içecek 176
Alman romantizmi 39
alt-kültür 19, 159
Amerika 39, 61, 71, 80, 83
Amerikan Blues 84
Amerikan *cool* 66, 99
Amerikan popüler kültürü 66
Amerikan siyaseti 167
Amerikan uygarlığı 74
amfetamin 102
amfetamin sülfat 106
Anadolu gülüşü 58
analık içgüdüsü 148
anarşist 105
anarşizm 67
Angier, Natal, *Woman: An Intimate Geography* 147
anı yaşamak 61
anlık zevkler 172
apolitik 91, 179, 184
aristokratik *cool* 66
aristokratlar 60, 139, 156
Armstrong, Lois, *Harika Dünya* 52
Ashby, Hal 141
asi gençlik 27, 65, 173, 185
Asi Gençlik 76
asker tıraşı 79
Asperger Sendromu 133
Asyalı yıldızlar 109
aşırı rekabetçi 165
Aşk Mevsimi (1967) 87
Attlee, Clement 67
avangart 62, 130
Avcının Gecesi 124
Avrupa 14, 27, 61, 66, 180

B
Baba (1972) 87
Bacall, Lauren 26, 123, 125, 140, 145
bağımlı olmaktan kaçınma 157
Bailey, David 19, 120

Baker, Chet 53
ballin 'the jack' 98
Balzac 32
Barış Birliği 92
Barok 138
Bartok 53
Basie, Count 52
basit Freudculuk 166
Batı Afrika 14, 40, 43, 113, 154
Batı Yakası Hikayesi (1957) 68, 37
Baudrillard, Jean, *Cool Memories* 12
Bauhaus 137
BBC Light Programme 98
beat 68, 69, 72, 73, 74, 77, 78, 82, 112, 151
Beatlemania 99
Beatles 183
Beatty, Warren, 89
Beavis ve Butthead 152
bebop 53, 112, 118, 135
Beethoven 69
Bell, Daniel, *Coming of Post-Industrial Society*, (1973) 82
Ben&Jerry 169
Benin 40
ben-merkezcilik 174, 176
Benson, Richard 119
Berkeley 78
Berlin 62
Berlin Duvarı 183
Berlin, Ira 45
Berne, Eric, *Games People Play* 85
Berry, Chucky 54
beysbol 113
Biba 83
Billson, Majors ve Mancini 161, 155
bireycilik 61, 67, 92, 172
Birinci Dünya Savaşı 61, 62
Birinci Kural: Bütün Kuralları Yıkın 169
Birleşmiş Milletler 68
Biskind, Peter 90, 141
bıyıklar 104
Black and White Minstrel Show 98
Black Grape 118
Blackladder 99
Blair, Tony 170, 180, 182
Blair Cadısı Projesi 165
Bloods 115
blucin 22, 41, 79, 84, 104, 135
Blue Box 115
blues 41, 46, 47, 48, 50, 51, 54, 84
Bogart, Humphrey 23, 123, 125, 140, 145
bombacı anarşizm 81
Bonnie ve Clyde (1967) 87, 90, 109, 140
bop 47
Bowie, David 12
Boyle, Danny 21
Brando, Marlon 26, 70, 76, 84, 87, 123
Branson, Richard 169
Brecht, Bertholt, 62, 64, *Üç Kuruşluk Opera* 63
Brit Art 133
briyantinli saç 112
Brodway 84
Brown, James 116, 185
Brubeck, Dave 54
Bruce, Lenny 31, 32
Budizm 81
Burn, Gordon 104
Burrel, Gretchen 102
Burroughs, William 19, 73, 150
Buruma, Ian 166
Byron 32

C, Ç

Caine, Michael 125
cakewalk 98
Calder, Agnus 66
Calley, John 90
Calsberg harmanı 106
Cameron, James, *Titanik* 165
camp 151
Camus, Albert, *Yabancı* 74
Carpenter, John 109
Carson, Rachel, *Silent Spring*, (1962) 83
Carter'ın Peşinde 125
Cassady, Neal 150
Castiglione, Baldessare, 59, 60, *Book of the Courtier* 58
Castro, Fidel 93
caz 14, 25, 36, 37, 46, 47, 51, 52, 53, 69, 78, 79
Caz Bölüğü 72
caz kulübü 67
Cehennem Melekleri 19
Cennetin Doğusu 76
Chandler, Raymond 47

Chapman 134
Chaucer 35
chlodny 70
Christy, Desmond 29
CIA 128
cinsel devrim 141
cinsel özgürlük 80
cinsellik 74, 139, 141, 183
City Lights Kitap Evi 69
Clair, Rene 90
Clan, Wu Tanf 9
Clarke, Ossie 83, 97
Clarkson, Jeremy 24
Cleaver, Eldridge 101
Clift, Montgomery 26, 76
Clinton, Bill 92, 124, 170, 179
Clinton, Hillary Rodham 145
clubber 20, 120
Coast, West 53
Coca-Cola 82
cool 9-15, 18- 22, 24, 27, 28, 29, 30, 34, 35, 37, 155, 174
cool aziz 76
cool bakış 122
cool Britanya 29, 30, 37, 180
cool caz 54
cool çocuklar 157
cool delikanlı kültürü 185
cool duruş 154
cool ebeveynler 157
cool erkek 145, 150
cool estetik 137, 138
cool görünmek 120, 123, 143
cool hazcılığı 126
cool ifrat 103
cool iş 169
cool işyeri 170, 171, 172
cool kadın 26, 144, 145, 146
cool olmak 12
cool parti 180
cool psikolojisi 163
cool seks 140, 142, 143, 144
cool şiddet 108
cool tüketiciler 174
cool-argo 36
Corso, Gregory 75, 78
country 54, 165
Coward, Noel 151
crack 116
Cravan, Arthur 62
Cream 105
Crumb, Robert 85
Cube, İce 117
Cybulski, Zbigniev 72
çalışan entelijensiya 65
çapkınlık 144
Çin 182
çizgi filmler 85
çocuk yetiştirme adetleri 156
Çöp Üreticileri (1960) 75

D

Dada 39, 129, 130, 131, 132, 134
Dadaistler 62
Daddy, Puff 19
dans müziği 118
danse macabre 25
Davis, Miles, 52, 53, 74, 126, *Birt of the Cool* 127, *Kind of Blue* 53
Day, Doris 185
dazlak 159
de Montesquiou, Robert 121
de Niro, Robert 50, 103
Dean, James 26, 71, 76, 84, 123, 150
Debord, Guy, 95, 173, *Gösteri Toplumu,* (1968) 94, 96, 173; *Panegyric* 96
demi-monde 28
demokratik sosyalizm 177
Demokratlar 179
Dennis, Felix 169, 170
depresyon 159
Desmond, Paul, *Take Five* 54
Detroit 95
Devlerin Aşkı 76
devrimci sosyalizm 81, 92
devrimcilik 62, 96
Diana, Prenses 163
Dickens 128, *Pickwick Papers* 34
Dietrich, Marlene 26, 122, 123
diktatörlük 183
din 61, 66, 142
Dirty Dozens 152
disko 20
Disney, Walt 85
dışavurumcu stil 127, 113, 155, 161
Dix, Otto 62, 127
Dog, Snoop 117
Dogme 95 91

doğal yapı 147, 148
doğal yiyecek 83
Doğu dinleri 73, 74
dokunma incinirim 163
doo-wop 116
Douglas, Michael 111
dozens 155
Dravidians, Branch 28
Duchamp, Marcel 31, 62, 129, 130
Dury, Ian, *Sex and Drugs and Rock and Roll* 51
duygusal sığlık 157
duygusal zeka 148
duygusallık 64, 68, 86
dünya savaşı 61
düzgün Amerika 102
düzgün toplum 81, 83, 85, 86, 159, 161
Dylan, Bob, 17, 93, '*Sıska Adamın Baladı*', (1965) 78

E

Eastwood, Clint 104
Easy Rider (1967) 87, 94
Easy Riders, Raging Bulls (1998) 87
Eckstine, Billy 135
ecstacy 181
elektronik rock 93
elektronik şehir müziği 84
Elliot 128
Ellison, Ralph, *Invisible Man* 47
Elveda Tatlım 124
Elvis 14, 114, 121
enrichissez-vous 110
eroin 16, 20, 79, 102
esnek modernizasyon 171
esrar 20, 94, 106, 181
eşkıyalık 58
evlilik 147
evsizler 156
Ezekiel 50

F

Family Stone 84
Fast Show 99
favoriler 104
Fellini 90
feministler 106, 141, 144, 146
Ferlinghetti 78
Ferrara, Abel 109
fetişizm 143, 151
Fila 82
Fillmore West 84
film 176
Fiorentino, Linda 145
Fitzgerald, Scott, *The Great Gatsby* 65
flapper 62
Flash of the Spirit 41
Flat Eric 119
folk 84
Francouer, Anna ve Robert, *Hot&Cool Sex: Cultures in Conflict* 141
Frank, Robert H. ve Cook, Philiph J., *Winner Gets all Society* 114
Frank, Thomas, 13, 82, 170, 184, *The Conquest of Cool* 13; *The Cultural Contradictions of Capitalism*, (1976); *The Conquest of Cool*, (1998) 82
Frankfurt Okulu 69
Fransa 66, 67, 71
Freedom, Mr 83
Freud 32, 121
Froncouer 142
Fukuyama, Francis, *End of History* 183, 184
Fuller, Sam, *Çelik Miğfer* (1951) 76
funk 84
Fussell, Paul 61

G

gangsta rap 26, 117, 152, 184
gangster 65, 184, 185
garage 105
Garbo 26
Gates, Bill 115, 169
Gauche, Rive 75
gay 150, 151, 176
Gay, Peter 11
Gaye, Marvin 152
gazeteciler 29
GBH 19
gençlik 15
gençlik danışmanlığı 174
Genet, Jean 75
geniş paçalar 104
gerçeküstü kara mizah 99
gerçeküstücülük 132
Get off of my cloud 25
Giddens, Anthony 171

Ginsberg, Allen 19, 68, 73, 74, 78, 150
Ginsberg, Louis 68
giyim 83
Gizli Akıl Hocaları (Packard, 1957) 75, 82
Glasgow 98
Gold, Herbert, *Bohemia: Digging The Roots of Cool* 13
Goodfellas 184
Goon Show 99
Gospel 48
Goya, *Savaşın Dehşeti* 134
gösteriş 155
göz dikme 121
GQ 185
Grandmaster Flash 116
Grant, Cary ve Kell, Grace 88
Green, Jonathan, *Dictionary of Slang* 34
Greenwich Village 69
Greer, Germaine 145
Grosz, George 62, 127
grunge 107
grup kimliği 154
Guevara, Che 91
Guguk Kuşu 111
Guizot 110
Gunn, Thom 15, 75
Guy, Buddy 93
Güney ABD 44
Güney Afrika 43

H

hafif yiyecek 176
hak edilen ceza 48
Hakim, Catherine 149
Haley, Alex, *Kökler* 43
Hammet, Dashiel 47
hapishaneler 184
Happys Days 126
Harlem Rönesansı 47
Harley Davidson 137
hastalık hastası 157
haşhaş 79
Havel, Vaclav 72
Hayes Kuralları 139
Hayvan Özgürlükleri Cephesi 107
haz 27
hazcılık 30, 32, 48, 60, 79, 146, 151, 163
head games 85
heavy metal 50, 100, 105
Hello 134
Hendrix, Jimi 105, 118
Herskowits 44
Hilfiger, Tommy 22
Hindu 74, 81
hip 11, 12, 13, 55, 68, 73, 74, 75, 78, 79, 81, 84, 87, 90, 107, 111, 119, 160, 161, 169
hip imajı 29
hip-hop 19, 37, 50, 47, 84, 100, 104, 107, 116, 117, 118, 135, 155
hippiler 25, 78, 79, 83, 85, 86, 87, 90, 91, 92, 94, 97, 101, 104, 106, 107, 143, 159
hipster 11, 12, 73, 75, 77, 78, 79, 101, 111
Hıristiyan 182
Hıristiyan sağ 179
Hiroşima faciası 64
Hirst, Damien 133
Historisizm 11
Hitler, Adolf 62, 64, 185
Hobsbawm, Eric 174
Hoffman, Dustin 91
Holiday, Billie 26, 32, 144, 146
Hollywood 14, 27, 76, 87, 90, 91, 103, 108, 109, 123, 124, 125, 131, 139, 140, 141, 162, 165, 182, 183
Hollywood *cool* 126
homofobi 152
Hooper, Tobe, 109, *Texas Chainsaw Massacre* 109
Hopper, Dennis 123, 124
Horkheimer, Max 69
hoşgörü 151
house 84
Hughes, Langston, *Motto* 46
Hughes, Long Stan 45
hukuk 185
Hynde, Chrissie 106

I-İ

I Ching 74
IBM 115
Ibo 40
Ife-Ife 40
Il Cortegiano (Saraylının Elkitabı) 59
ırkçılığa karşı olmak 68

Irving, Mark ve Field, Marcus 19
Isherwood, *Goodbye to Berlin* 65
Issız Kalabalık 75
Ittatu 40, 41
içgüdüsel 147, 148
içki 144
ideoloji 66
ifade özgürlüğü 77
İkinci Dünya Savaşı 61, 66, 98, 127, 169
ikiyüzlülük 162
İngiliz dazlakları 135
İngiltere 35, 71, 80, 83, 97, 98, 106, 180
İnternet 92
intihar 160
ironi 32, 61, 64, 151, 163, 166
ironik kayıtsızlık 30, 31, 181
ironik zalimlik 176
İskandinav 137
İspanik kültür 58
İstediğiniz Şeyleri İstediğiniz Zaman Gerçekleştirmenin Mükemmel 1001 Yasal Yolu 169
isyan 81, 185
İsyankar (1953) 76, 87
işadamları 119
işçi sınıfı 65, 93, 94, 98
itaatsizlik 61
İtalya 66, 67
itirafçı kültür 163

J

Jagger, Mick 12, 119, 143
Jamaika 184
James, Oliver, *Britain On The Cocuh* 158, 159
Jameson, Fredric 10
Jaxx, Basement 9
Jobs, Steve 169
John The Conqueroo 44
Johns, Jasper 130, 131
Johnson, Robert 49, 50
Joplin, Janis 144, 146
Jordan, Michael 112, 113 114, 118
Joyce 128
junkie chic 181

K

kabare 65
kadın düşmanlığı 152, 155
kafe 68
Kandinsky 129
kapitalizm 170, 171, 173
kapitalizm ve sosyalizm 94 ,95
Kara Panterler 108
Kara Patlama 96
kara polisiye 14
karanlık 105
Karatahtalar Yığını (1955) 68
Karayipler 43
karma 81
Katz, Alex 127, 158
kaygısızlık 34
kayıtsızlık 60, 176
Kazan, Elia 58
kendine özgülük 158, 162
Kennedy 179
Kennedy suikastı 92
Keourac, Jack 19, 73, *Yolda* 74, 111, 150
Kerkorian, Kirk 111
Kessey, Ken, *Guguk Kuşu* (1962) 87
Khoresh, David 28
King, B.B., 84, *Sweet Little Angel* 51
Kirli Harry 105
kitle iletişim araçları 157, 158
kitsch 134
kıyafetler ve saç 25, 161
Klee 128
Klein, Calvin 22
kokain 102, 115, 116, 119, 151, 181
Kolombiya 184
komünizm 64, 177
kool 37
Kool (Sigara) 40
Kool Herc 116
Koons, Jeff 133
Korku Burnu 124
korku filmleri 108
Kosinski, Jerzy 68, 72
Kosova krizi 19
Kosova Kurtuluş Ordusu 20
köleler 27, 43, 44, 45, 47, 48, 153
kötü-çocuk 104
Kray Kardeşler 120
Krips 115
Krishna, Hare 74
Kung Fu 109
Kurosowa 90
kuşkuculuk 61

Küba 91
kültür 65
kültürel devrim 167

L

Lacan 121
laissezfaire 110
Lambeth Walk 98
Lanham, Richard 60
Lasch, Christopher, 165, *The Culture of Narcissism*, 85, 156, 157
Last Seduction 145
Latin 80
Latin Amerika 43
Lawrence, Steven 118
Lean, David, *Kısa Temas* 97
Lee Cooper 84
Lee, Bruce, *Öfke Yumruğu* 109
Lennon, John 81
Lenya, Lotte 62
Leonard, Sugar Ray 113
Leone, Sergio 104
Levi Strauss şirketi 18
Levi's 18, 183
Levis, John 54
Lewinsky, Monica 179
liberallik 91, 179
Lichtenstein, Roy 130
Lilla, Mark 167, 168, 172, 178, 184
Lincoln, James 53
lise katliamları 163
Liverpool 104
Lucky Strike 66
Loaded 185
Lodz 68, 69, 72
Londra 69, 98
LSD 79, 86, 90, 102, 106

M

Mac Fleetwood 103
maçoluk 58, 152
Madonna 114
mağdur kültürü 164, 165, 166
mahkumlar 27
Mailer, Norman, 74, 101, 127, *The Naked and the Dead* 76; *The White Negro* 11, 73
Majors, Richard ve Billson, Janet Mancini, *Cool Pose* 44, 154; *Cool Pose: The Dilemmas of Black Manhood in America* 13
makrobiyotik gıda 83
Manhattan Müzik Okulu 54
Manichean 50
manipulatif bir çekicilik 157
Manson, Charles 28, 81, 101
Maradona 113
marazi-mizah 32
Marciano, Rocky 112
Marcus, Greil 55, 56, *Mystery Train* 50
Marcuse, Herbert 69, 173
marihuana 73, 79, 86, 90, 102
Marilyn 114
Marksizm 185
Marlowe, Philip 65
Marx 96, 168, 176
MASH (1970) 87
maskeleme 155
Matisse, Henri 126, 127
Matza, David, *Deliquency and Drift* 86
McBeal, Ally 163
McCartizm 67, 75
McKibbin, Ross 98
McLoren, Malcom 105
McQueen, Steve 150
McShann, Jay 52
medya 119, 173, 174, 176
medya patronları 139
medyakrasi 176
Memphis 54
Merton, Thomas 158
meyhaneler 68
Milhaud, Darius 54
militan İslam 182
Milliken, Michael 111
milliyetçilik 76
Mingus, Charles 53
mini etek 104
minimalizm 137
Mitchum, Robert 74, 123, 124, 125
moda 26, 174
modern caz 52, 53, 55
modern *cool* 57, 58, 177
Modern Jazz Quartet 54
modern kapitalizm 172
modernizm 61, 62, 65, 128
mojo-tooth 44
Monterey 80

Monty Python 99
Moreau, Jeanne 142
motherfucker 155
motosiklet 137
MTV 183
muhafazakarlar 180
muhalif kültür 77, 78, 79, 80, 81, 82, 85, 87, 91, 92, 97, 98, 99, 104, 109, 169
Mullingan, Gerry 53
Mulvey, Laura 121
Murdoch, Rupert, *News International* 114
müzik 36, 39, 83, 176
müzik zevkleri 9

N

narsis kişilik 165
narsisizm 30, 31, 34, 60, 79, 134
naylon kadın çorapları 66
neo-liberal ekonomik devrim 167
neo-Nazizm 109, 163
New Age 107
New Orleans 47
new wave 105
New York 69, 151
New York soyut ifadeciliği 39
Newman, Paul 76, 123, 150
Nicholls, Will 167
Nicholson, Jack 87, 111, 124, 140, 145
Nico 144
Nico ve Hynde, Chrissie 26
Nietzsche 32, 96
nihilistler 48, 79, 94, 95, 97, 104
Nike 82, 114
No Sex Please, We're British 97
Norvus, Nervous 105
Not The Nine o'clock News 99
nükleer silahlar 77

O-Ö

okul katliamları 110
Olajuwan, Akeem 112
Oliver, Paul 48
Olivier, Laurence 91
Ono, Yoko 81
Oprah 163
oral seks 157
Orczy, Barones 60
organik entelektüeller 65
orta sınıf 155
Orwell, George 98
otantiklik 166
otorite 162, 181
öfkeyi bastırmak 154
ölüm 161
öncü bireycilik 92
özgürleşmiş kişilik 157

P

Packard, Vance, *The Hidden Persuaders; The Waste Makers* 83
Pallenberg, Anita 102
para 117, 152, 161
Paris 69
Parker, Charlie 32, 52, 53
parlamenter demokrasi 183
Parsons, Gram 102
paternalist seçkin 66
Patterson, Floyd 112
Patterson, Orlando 45
Peckinpah, Sam, *Vahşi Belde* 87, 109
Pepsi 82
Picasso 75, 126, 128, 129
pilot gözlükleri 104
Pinker, Steven, *How the Mind Works* 146
Piramide Tırmananlar (1962) 75
plaklar 80
Playboy 75, 94
poker 33
Polanski, Roman 72
Pollock, Jackson 74, 75, 126, 129
Polonya 68, 69, 71
Polonya *cool* 71
pop 27, 134, 183
Pop Art 129
pop devrimi 137
Pop, Iggy 103
popüler kültür 39
pornografi 173
pornografi endüstrisi 104
post-bop caz 128
postmodern 10
postmodernist 133
Pot Noodle 119
Pound, *Kantolar; Pierrot Lunaire; Les Demoisselles d'Avingon* 128
Prag 72, 104
Presley, Elvis 54, 55, 56, 133

protest 93
Protestan 138, 139, 172
protest kıyafetler 15
proto-*cool* 60
psikoloji 11
psikolojik gerçeklik 90
psikolojik gevezelik 163
psychedelic rock 84
punk 25, 96, 100, 105, 106, 107, 133, 143159
püriten ahlâk 78, 82
Püriten Avrupa 121

Q-R

Quant, Mary 97
R&B 66, 78, 84, 97, 118
radikal sağ 179
Rajneesh, Bagwhan Shri 28
rap 19, 47, 116, 152, 155
rastgele cinsel ilişkiler 157
rave 118
Ray, Man 62
Reagan, Ronald 110, 167, 168
Reagancılık 92
Redford, Robert 150
Reebok 82, 114
refah 184
Refah Devleti 67, 68, 111
reggae 152
Reiss, Winold 46
rekabetçi tüketim 172, 173
reklamcılar 37, 100, 119, 161, 173, 174, 175, 176
re-mix 117
Richard, Little 54
Richards, Keith 102, 103
Rıhtımlar Üzerinde (1954) 68
rock 20, 27, 79, 99, 103, 105, 107, 165, 185
rock'n'roll 14, 50, 54, 55, 66, 77, 179
rocker 159
Roddick, Anita 169
rol yapmak 86
Rommel 185
Ross, Daniel, *Pleasentville*, 1999 82
Rothko, Mark 126, 129
Rotten, Johnny 106
Royal Variety Show 98
Rönesans İtalya'sı 58
röntgencilik 134
Rusya 182

S-Ş

saç modelleri 15, 78, 83, 106, 107, 120, 121, 134, 137, 161
sado-mazoşizm 143, 151
sağ kalma zihniyeti 153
sağ ve sol 178, 180, 184
sağcı iktidarlar 110
Sahl, Mort 32
sahte bir farkındalık hali 157
sahte ihtiyaçlar 173
sakal ve bıyık 78
samuray 58
San Francisco 69, 78, 84, 87, 151
sanat 129, 131, 132, 133
Sartre, Jean-Paul 67
satanizm 163
savaşçılık 58
Savaşma Seviş 107
saygınlık 160
Schadenfreude 108
Schoenberg 128
Schwarzenegger, Arnold 114
Scorsese, Martin, *Taksi Şoförü* 50
Seeger, Peter 93
sefalet 184
seks 33, 36, 77, 110, 117, 151, 161
sekülerlik 61
sendikal anarşizm 93
Sennet, Richard, *The Corrosion of Character* 170
serbest piyasa 184
Serre, Henri 142
servet 130
Sexual Healing 152
Shakespeare 32
Shakur, Tupac 19, 117
sigara 15
silah 184
Simon, Paul, *Mrs. Robinson* 112
Sinatra, Frank 26
sinema 39, 80
Sioxsie 106
Sırp militanlar 20
Sistem Adamı (Whyte, 1956) 75
Situationist International (SI) 94, 95, 129
Sitüasyonistler 94-97

siyah akım 118
siyah bereliler 108
siyahi *cool* 152, 154
siyahlar 73, 80
siyasal radikalizm 127
siyaset 161, 177, 178, 184, 185
siyaseten doğruluk 149, 152
siyasi muhalifler 27
Slyvester, David 133
Smalls, Biggie 19, 117
Smith, Patti 106
Snoopy 40
soğuk savaş 64, 75, 127
soğukkanlılık 60
Soho 69
sokak çeteleri 115, 116
sokak çocukları 157
sokak gazetecisi 107
sokak-*cool* 68
Sokratçı 31
sol ideolojiler 177
Sol Yaka 69
solcular 69
Sontag, Susan 151
sosyalizm 64, 177, 180
sosyetikler 65
soul 50, 78, 84, 159
Sovyet komünizmi 66, 177, 183
Sovyetler Birliği 64, 128
soyut dışavurumculuk 126, 128, 129
Spade, Sam 65
speed 181
Spielberg, Steven, *Er Ryan'ı Kurtarmak* 165
spor 111, 112, 113
spor giyim 114, 176
sporda *cool* 112
sprezzare 59
sprezzatura 14, 58, 59, 60, 129
Springer, Jerry 163, 166
Stalin 64, 94
Stalinizm 67
Stanislavsky Metodu 90
Stanislavsky, Konstantin 90
Stanwyck, Barbara 26, 145
starlık 130
Starr, Kenneth 180
Starship, Jefferson 103
Stearns, Peter, 35, 36, 62, 65, 167, 168, *American Cool: Constructing a Twentieth-Century Emotional Style* 13, 40
Steves ve Apple 115
Steward, Rod 103
Stone, Oliver, *Borsa* 111
Stone, Sharon 123
Stone, Sly 84, 116, 185
Stones, Rolling, 103, *Sympathy for the Devil* 50
Stratocaster, Fender 180
Strauss, Levi 22, 38, 84
Stravinsky 53
suck 152
suç 74, 75, 96, 161, 181, 183, 185
Sugarhill Gang 116
Suttles, Gerald 44
sürrealizm 39
swing 52, 66
Synder, Gary 74, 78
şapka 120
şehvet düşkünlüğü 176
şeytan 109
şiddet 15, 100, 105, 109, 117, 152, 155, 163, 169, 185
şöhret 95, 114, 117, 130, 133, 158, 159, 163

T

tabloidleşme 114
Tadesi, Marcel, *Cool: The Signs and Meanings of Adolescence* 13
Taliban 163
Tamla/Motown 84
Tao The Ching 74
Taocu 74
Tarantino, Quantin 32, 101, 134, *Ucuz Roman* 50, 109
taşkınlık 155
Tayland 184
Taylor, Elizabeth 150
tekno 107
televizyon 80, 183
televizyon, müzik ve sinema sektörü 133
terapi hareketi 149, 163, 164, 165, 166
terk ve ihmal edilme 157
Terkel, Stud 169, 170
terörist 185
teşhircilik 134

Thatcher, Margaret 110
Thatchercılık 92
The Beastie Boys 118
The Beatles 84, 99, 114, 118
The Clash 105
The Crash 99
The Guardian 29, 30
The Independent 29
The Independent On Sunday 30
The Kinks 84, 97
The London Evening Standart 34
The New York Dolls 105
The Observer 29
The Oxford English Dictionary 34
The Pop Group 105
The Rolling Stones 84, 97
The Sex Pistols 105, 107
The Standells 105
The Stones 114, 118
The Stooges 105
The Telegraph 29
The Times 29
The Velvet Underground 105, 133
The Who 84, 97
The Wu Tang Clan 118
The Yardbirds 84
Thompson, Rober Farris, 41, 47, 44, 58, 154, *African Art in Motion, Flash of the Spirit* 40
Thomson, Hunter S. 32
Thurman 125
to chill (yatışmak) 37
To Have and Have Not 125
Tocqueville 32, 168
Top Gear 24
Top-On 28
totaliter 177
Trainspotting 21
trance 107
travesti 176
Travolta, John 123, 125
Trier, Lars von 91
Tripp, Linda 180
Trivial Pursuit 133
Troçkist 93, 105, 177
Truffaut, François 90, 142
Turner, Kathleen 145
tüketici demokrasisi 131
tüketici kapitalizm 183, 184
tüketici toplum 132, 172
Tynan, Kenneth 151
Tyson, Mike 118

U-Ü

Ucuz Roman 125
uncool 157
underground 85, 178
uydu porno 134
uyum bozukluğuna yol açan karşılaştırma 158
uyuşturucu 15, 19, 25, 37, 53, 74, 80, 100, 102, 106, 112, 115, 119, 124, 144, 157, 160, 161, 169, 178, 181, 182, 183, 184, 185
uzun saçlar 79, 104
üst insan 96

V

Vahşi Belde (1967) 87
Varlıklı Toplum (Galbraith, 1952) 75
varoluşçuluk 67
vejetaryen 83
vicdan özgürlüğü 185
Vietnam savaşı 77, 81, 85, 90, 91, 108
Viktoryen ahlâkı 62, 113, 142
Village, Greenwich 75
Vinyl, Polly 106
voodoo 43, 110
vücut deldirme 143
vücut dili 120

W

Waco 28
Wajda, Andrzej 72
Wall Street 115, 184
Warhol, Andy 105, 130, 131, 133, 134, 137, 151
Watergate skandalı 92, 179
Waters, Muddy 93, *Got my mojo working* 44; *Mannish Boy* 117
Watts 95
Waugh, Evelyn, *Brideshead Revisited* 65
Wayne, John 76
Weathermen 102
Weber, Max 15, 168
Wedekind, Frank 62
Weill, Kurt 62
Weir, Peter, *Truman Şov* 176

Wenner, Jann 169
West, Fred 104
western 108
White, Barry 152
Williams, Larry 54
Wilson, Jackie 54
Wilson, S. Clay 85
Winfrey, Oprah 166
Winkler, Henry 86, 126
Woodstock 80
Wozniak ve Jobs 115
Wright, Richard, 45, 51, *The Blues Fell This Morning* 48

Y

Yahudi katliamı 64
Yalnızlık Arayışı (Slater, 1967) 75
yasak müzik 69
yaş 80
yaşam felsefesi 174, 175
yaşama dönüş 163
yaşlanma ve ölüm 157
Yeni İşçi Partisi 180, 181
Yeni Marksizm 81
yeni romantizm 85
Yeni Sol 69, 177
Yeni-Darwinciler 148
yetiştiriliş 147
yippiler 94
yoğun deneyimler 173
Yoof TV 134
Yoruba 40, 41, 43, 44
Young, Lester 53
yuppi 111
yurttaş hakları 68, 77
Yurttaş Hakları Hareketi 92
yürüyüş 120

Z

Zen Budizm 74
zenci 72
Zeppelin, Led 103
zevksizlik 151
Zidane 113
zihin oyunu 85
Zola 128
zora gelme 159

Cool sözcüğü bir onay terimi olarak tüm dünyada gençlerin ağzında. Günümüze kadar var olan bütün gençlik altkültürlerinin önemli bir öğesi olmayı başaran; ama ailelerin kafasını karıştırmak için sürekli ad ve kostüm değiştiren bu tavır, değişip duran bir modadan mı ibaret? Yoksa popüler kültürü fethetmekle yetinmeyip aşırı milliyetçi, dini ve solcu akımların "sıkıcı"lığını alkol, sigara, uyuşturucu, seks, müzik ve şiddetin cazibesiyle sarsan bu apolitik isyan tavrı başka bir "yaşama tarzı"nın habercisi mi?
Pountain ve Robins, kitaplarının "geniş kapsamlı sosyal bilimsel bir araştırma iddiası" olmadığını söyleyip "son 50 yıldaki popüler kültür evrimlerini açıklama konusunda cool'dan nasıl yararlanırız diye yola çıktık" diyorlar. Ama cool'un izlerini Afrika kültürlerindeki antik köklerinden, Amerika'daki siyahi kölelerin isyan müziğine; Rönesans İtalya'sından, "Anadolu gülüşü"ne; siyahi cazcılardan, iki savaş arası dönemin resim, sinema, edebiyat ve müziğinin avangart sanatçılarına; ve günümüzde spordan, psikolojiden, Wall Street'e; reklam ve medya dünyasına kadar sürerek yukarıda sorulan sorulara sağlam argümanlara dayanan yanıtlar veriyorlar. Savaşçı toplumlarda genç erkeklerin saldırganlığını kontrol altına almasını sağlayan dini bir etik olan cool'un, köleliğin onur kırıcılığına karşı bir savunma mekanizması haline nasıl geldiği; daha sonra endüstriyel kapitalizmin konformizmine karşı bir çeşit isyan tavrına, günümüzde ise tüketici kapitalizmdeki rekabet baskısıyla baş etmeye yarayan bir mekanizmaya nasıl dönüştüğü, bu dönüşümün Charlie Parker, Elvis ve Mick Jagger; Brecht ve Guy Debord; Greta Garbo ve Hilary Clinton; James Dean ve Marlon Brando; Muhammed Ali ve Michael Jordan; Hitler ve Kennedy gibi cool kişilikler üzerinde nasıl tezahür ettiği akıcı bir üslupla anlatılıyor.

Her öğrenciyi, suç işlemiş her genci, tüm sanatçıları ve on altı yaşın altındaki şöhret ve suç heveslilerinin hepsini bu kitabı okumaya mecbur etmeli. Kültürel bir organize suçun nabzı kitabın sayfalarında atıyor.
Malcolm McLaren

Ulusal ve kültürel bariyerleri geçersiz kılan bir fenomene 'cool' ve zekice bir bakış. Hem gençler hem de orta yaşını devirmiş olanlar bu kitabı okumalı...
Donald Sassoon



AYRINTI•LACİVERT
ISBN 975-539-348-X
9 789755 393483

