



HASAN BÜLENT KAHRAMAN

Yirmi birinci yüzyılın eşiğinde duran Amerika'ya Washington'dan bakıp düşünüyorum. Söylenecek ne çok şey var. Fakat bu kıta sözü tüketiyor. Ortaya atılan her görüş bir an sonra yok oluyor. Çünkü, o sözü gerektiren gerçek kayboluyor.

Onun yerini bir başka şey alıyor. Ayrıca da söylenen her söz 'gerçek' diye bilinen şeyin sadece bir yanını yakalıyor. Üstüne konuştuğunuz şeyin zıttı da aynı boyutlarda hâkim bu topluma. Aslında bir çelişkiler ülkesi burası; bir efsaneler toplumu. Gene de imgeler akıyor yirminci yüzyılın son günlerinde insanın gözünün önünden...

Örneğin artık bir dünya ülkesi Amerika. Buraya gelince insan sokaklarda farklı müziklerin çalındığını duyuyor. Kendi yerel kıyafetleri ve kimlikleriyle dolaşiyor insanlar. Sonsuz bir renklilik hâkim ortalığa. 'Çılgınlık' kavramına yatkın Amerika bu oluşumu hem o nedenle, hem de küreselleşmenin bir kazancı olarak benimsiyor. Yirminci yüzyılın son on yılı, 'küresel köy' unvanını kazandı. Amerika bunu doğruluyor.

Ama gene tam da bu sıralarda dünya bir bütün olarak

'Amerika... Amerika...'

Amerikanlaşmayı yaşıyor. Dilde, yaşama kültüründe, siyasette bu böyle. Maddî kültürü Amerika tayin ediyor. Onu da gerçekleriyle değil, efsaneleriyle, imajlarla belirliyor. Hiçbir şey artık 'kendisi' olarak tüketilmiyor. İnsanlar, tükettikleri şeyi, imajı için sahipleniyor. Amerika'yı hiç görmemiş insanlar onu görmüş gibi konuşuyor ve onunla yaşıyor. Bunu, Amerika değil, televizyon ve reklamcılık dünyası başardı.

Amerika'nın toplumsal tarihini kitle iletişim araçlarından önce ve sonra diye ikiye ayırmak yanlış değil. Bu, çok boyutlu bir oluşum. Özellikle televizyon bu toplumun maddî ve manevî yanı üstünde en etkili organ. Eğer bir 'gerçeğin yitimi' meselesi varsa bugün ortada, bu, televizyondan kaynaklanıyor. O zaman da insanlar 'inanmayı' bir varoluş durumu olarak yaşıyor. Bu, Amerika'nın demokrasiyi ve siyaseti kavrayışını olduğu kadar ekonomiyi kabulünü de etkiliyor. Bu toplum niceliğin nitelikten doğacağına inanıyor. O nedenle de tüketebildiği kadar tüketiyor. Televizyon bunu kamçılıyor. Öte yandan da bu toplumu bir 'ikna toplumu' haline getiriyor. İnandırmak, Amerika'nın püritenizmiyle bütünleşmiş en önemli gerçeği.

Bu, Amerikan demokrasisini doğuruyor demeli mi? Demokrasi bu toplumda göksel değil, yersel bir şey.

Gündelik hayatın ve onu yaşama biçiminin içinden çıkıyor. Eğer Rönesans sonrası Batı kültürü dünyanın ilk laik kültürüyse Amerikan demokrasisi ve kültürü de sıradan insana dayanan ilk kültürüdür. Dünya henüz bunu yeterince benimsemedi ve uygulayamadı. Tekil insanın efsanesi üstüne oturan bu topluma gene de akıl almaz bir 'kollektivite' egemen. Ama, bu kollektivite, bütünüyle rahatlık ve ilginçtir, 'mutluluk' anlayışı üstüne oturuyor. Basitleştirme, kolaylaştırma bu kültürün en önemli açarı.

Bir kez daha tüketim çılgınlığını yaşıyor Amerika. 1950 sonrası ekonominin en iyi dönemlerinden birisinin verdiği rahatlıkla akıl almaz bir tüketim deliliği ve savurganlığı içinde. Bunun bir mutluluk mu mutsuzluk mu doğurduğu çok tartışmalı. Zaten Amerika'nın en önemli başarısı her çözümün bir sorun yaratması gerektiğini öğrenmesinde değil mi? Burası sorun çözmeyi bildiği kadar sorun kurmasını da bilen bir toplum.

Amerika kendisiyle barıştı. O nedenle de benim kuşağım daha yaşarken tarih oldu. Çünkü, o kuşak, Ferlinghetti'nin, Kerouac'ın, Ginsberg'in 'isyan Amerika'sını ya da Amerika'ya isyanını yaşamıştı. Onu unutamam. Ama yirmi birinci yüzyılın eşiğinde bir Amerika duruyor. Onu da görmezden gelemem.