

DOI: 10.7596/taksad.v6i3.901

Citation: Kaya, S. (2017). Guy Debord'un "Gösteri Toplumu" Adlı Çalışması Bağlamında Mekân ve Modanın Tüketim Unsuru Olarak İncelenmesi. Journal of History Culture and Art Research, 6(3), 818-830. doi:<http://dx.doi.org/10.7596/taksad.v6i3.901>

Guy Debord'un "Gösteri Toplumu" Adlı Çalışması Bağlamında Mekân ve Modanın Tüketim Unsuru Olarak İncelenmesi

The Examination of Space and Fashion as a Component of Consumption in the Context of "Society of Spectacles" of Guy Debord

Sevde Kaya¹

Abstract

Since the occurrence of the concept of consumption, it has been discussed by a number of theorists. In these works, the concept of consumption has been analyzed in many different ways. Even though the consumption concept is a very financial issue, the social scientists have done some studies about consumption. In this work, I will examine the consumption perception of Guy Debord who is an influential figure for several future studies and who is a prominent actor among other consumption theorists. Debord states that the consumption is imposed to individuals via virtual reality and it is presented to the daily lives of individuals in a very pragmatic way. Debord calls the communities in which people give priority to consumption upon arranging the social relations as 'society of spectacles'.

Debord relates the concept of spectacle to the consumption. He suggests that spectacle manipulates the daily life and increases the will to consume and passivates individuals. The concept of spectacle has grown with the emergence of the leisure time and has been directed to daily practice after the places were related to consumption. In this work, the relation between spectacle and consumption that Debord set up is examined. In the work, it is deduced that in order to accelerate the consumption, spectacle utilizes some areas such as mass media, place and fashion.

Keywords: Guy Debord, Spectacle, Consumption, Leisure Time, Fashion, Place.

¹ Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kültürel Çalışmalar Yüksek Lisans Öğrencisi. E-mail: sevdekaya11@windowslive.com

Öz

Tüketim kavramı ilk ortaya çıktığı andan beri birçok kuramcı tarafından tartışılmıştır. Bu çalışmalar tüketim kavramını çok farklı yönleriyle ele almıştır. Tüketim kavramı iktisadi bir konu olsa da sosyal bilimciler de tüketim ile ilgili çalışmalar yapmıştır. Bu çalışmada tüketim kuramcıları arasında önemli bir yer tutan ve fikirleri gelecek araştırmalar için esin kaynağı olan Guy Debord'un tüketim anlayışı incelenecektir. Debord, tüketimin sanal bir gerçeklik yoluyla bireylere dayatıldığını ve bu dayatmaların son derece pratik yollarla bireylerin gündelik hayatlarına sunulduğunu ifade etmektedir. Debord bireylerin pasifleştiği ve tüketimin toplumsal ilişkileri düzenlemede temel etken olduğu toplumlara "gösteri toplumu" adını vermiştir.

Debord gösteri kavramı ile tüketim arasında ilişki kurmuştur. Gösterinin gündelik hayatı manipüle ettiğini, tüketim arzusunu arttırdığını ve bireyleri pasifleştirdiğini belirtmiştir. Gösteri kavramı boş zamanın ortaya çıkması ile filizlenmiş, mekânların tüketime eklenmesi ile gündelik pratiğe aktarılmıştır. Bu çalışmada, Debord'un gösteri ile tüketim arasında kurduğu ilişki incelenmiştir. Gösterinin tüketimi hızlandırmak için kitle iletişim araçları, mekân ve moda gibi alanlara başvurduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Guy Debord, Gösteri, Tüketim, Boş Zaman, Moda, Mekân.

Guy Debord ve Gösteri Kavramı

"Fransız anarşist, düşünür ve sinemacı Guy Debord, 1950'li yılların sonlarından 1970'li yılların başlarına dek tüm dünyada etkili olmuş "Sitüasyonist (Durumcu) Hareket"² in kurucularından ve en etkili temsilcilerinden birisidir. Tüm yaşamı boyunca medya uygarlığının ve "gösteri"nin uzağında yaşamayı seçmiş mütevazı kişiliği ve muhalif tavrıyla, yükselmekte olan "servet toplumu" na karşı mücadele etmiş olan Debord, gösteri toplumu kavramıyla günümüz tüketim toplumunu tanımlamıştır"(Köse, 2010: 339). Guy Debord gösteri toplumu üzerine yaptığı çalışmada Lefebvre'in metanın gösterisel değerinin ön plana çıkması ile ilgili olan düşüncelerinden etkilenmiştir. Lefebvre toplumu denetlenen ve manipüle edilen tüketimin egemen olduğu bürokratik toplum olarak açıklarken; Debord ise toplumu gösterinin egemenliği ile denetlenen tüketim toplumu olarak tanımlamıştır. Gösteri toplumunda tüketimin gösteri teması ile birleşmesinden dolayı Debord metaların üretimi kavramını, metaların tüketimi şeklinde dönüştürerek Marksizm anlayışına yeni bir soluk getirerek Post-marksizm yaklaşımını benimsemiştir.

² Sitüasyonist hareket, 20.yy ortalarında kurulan, 1968 yılında Fransa öğrenci ayaklanmalarıyla adını duyurmuştur. Durumcu hareket olarak da adlandırılan bu hareketin ilgi alanı gündelik yaşamdır. Gündelik yaşamı kapitalist güçlerin etkisinden çıkartmayı amaçlayan Marksizm radikal bir perspektifte yorumlayan devrimci bir harekettir.

Yibing'e (2012: 23) göre, Guy Debord'un "*Gösteri Toplumu*" adlı eseri Batı Marksizm'inin kültürel mantığının önemli kırılmalarından birine işaret etmektedir. Debord bu çalışmasında Marx'ın öngördüğü meta anlayışının çağdaş kapitalizm ile değiştiğine dikkat çekmiştir. Ona göre, metaların değişim değeri yerini gösteri değerine bırakmıştır. Metaların maddi değerlerinin yanında gösteri ile oluşturulmuş değerleri ortaya çıkmıştır. Debord gösteri kavramını kullanırken Marksizm ekseninden kopmamış fakat onun alanını genişletmiştir. Debord'un gösteri teması Marksist ve yabancılaşma teorileri üzerine kurulmuştur. Gösteri toplumunu kavramsallaştırırken kapitalist kültürün temelleri üzerinde durmuştur. Kaplan'ın (2012) belirttiğine göre, Debord sosyal dünyayı fantezi, ideolojik körlük, izolasyon ve manipülasyon kavramları üzerinden tanımlamıştır. Ona göre gerçek ile sahte iç içe geçmiş durumdadır. Dolayısıyla sosyal dünya artık gerçeklik temelinden uzaklaşıp fantezilerin egemen olduğu bir alana dönüşmüştür. Birey bu fantezi dünyasının içerisinde ideolojik aygıtlar ile sindirilmiş ve pasifleştirilmiştir. İdeolojik aygıtlar bireyi sürekli bir manipülasyona uğratarak kendi hayatları üzerinde karar alma yetilerini elinden almıştır. Debord'a göre bireyin maruz kaldığı tüm bu durumlar gösteri toplumunun bileşenlerini oluşturur. Gösteri toplumu içerisinde birey meta fetişizminin yanı sıra gösteri fetişizmine de maruz kalarak ürettiği nesnenin görüntüsüne yabancılaşır. Bu durumda tamamen gerçek toplumdan uzaklaşmış bir gösteri toplumu gelişir. Debord'a göre gösteri sayesinde metanın toplumsal hayat üzerindeki hâkimiyeti artar. Böylelikle toplumda hüküm süren tek şey metanın gösterisi olmuştur. Gösterinin bu hükümlerinde ise birey seyirci konumunda yer almaktadır.

"Gösteri, ne bir görüntü dünyasının suiistimal edilmesidir ne de imajların kitlesel yayılma tekniklerinin ürünüdür. Gösteri, daha ziyade somutlaşmış ve maddi olarak ifade edilen bir Weltanschauung'dur [dünya görüntüsü]. Bu, nesnelleşmiş bir dünya görüntüsüdür" (Debord, 2012: 36). Birey bu nesnelleşmiş dünya görüntüsü içerisinde kendisini öylesine gösteriye kaptırır ki gösterinin içerisinde kendini kaybeder ve yabancılaşır. Debord'un yabancılaşma kavramı Marx'ın yabancılaşmasından bu anlamda farklılaşmaktadır. Marx bireyin ürettiği nesneye yabancılaştığını söylerken, Debord nesnenin gösterisine karşı yabancılaşmanın gerçekleştiğini savunur. Böylelikle meta fetişizmi kavramı da gösterinin fetişizmi olarak ileri bir konuma taşınmış olur. Dolayısıyla gösteri modern kapitalizmin en önemli unsuru haline gelmiştir. Gösteri kavramı bir çeşit eğlence alanını oluştururken, gösteriye maruz kalan kitleler de seyircileri oluşturur. Fakat gösteriye maruz kalan seyirciler, gösterinin karşısında pasifleştirilmiş ve etkisiz hale getirilmiştir. Bireylerin gösteri karşısındaki bu pasifliği bize gösterinin kutsallığına dair ipuçları vermektedir.

Gösterinin Kutsallaştırılması

Debord'a göre gösteri kapitalistleşmenin bir sonucudur. Kapitalist düzen, bireyleri kendi sistemi içerisinde etkisiz hale getirerek, sistemin kesintiye uğramaması için onları pasifleştirmiştir. Bu bağlamda bireyleri etkisiz hale getirmek amacıyla yapılan en önemli kapitalist etkinlik ise gösteridir. Gösteri var olan gerçekliğin üstünü örter ve neyi, nasıl aktarmak istiyorsa öyle aktarır. Nesnelere var olan anlamlarının dışında anlamlar yükleyerek kitlelerin büyülenmesini sağlar. Dolayısıyla kapitalist toplumlarda gösteri tanrısal bir nitelik kazanır. Gösteri, kendini tartışılmaz ve erişilmez kılar, böylelikle birey için tehlikeli bir unsur olarak görünmez.

İleri kapitalizm ile birlikte toplumsal hayattaki her şey görüntüler üzerinden değerlendirilir. Görüntünün ön plana çıkması ile nesnelerin nitelikleri değil, nicel değerleri ön plana çıkmıştır. Gösterinin temel prensibi görüntünün olması ve var olan her şeyin bir şekilde görünür olması gerektiği esastır. Bu bağlamda Debord'un bahsettiği gibi gösteri, "Görünen şey iyidir, iyi olan şey görünür" der, başka bir şey demez. İlkesel olarak talep ettiği tutum bu edilgen kabullenıştır; ortaya çıkışına karşılık verenin olmaması ve görünüş üzerindeki tekeli ile aslında zaten bunu elde etmiştir“(2012: 38). Dolayısıyla gösteri, sorgulanmayı asla kabul etmez ve gösterilen her nesnenin faydalı olduğunu bireye inandırmak üzerine kurulmuştur. Gösteri sürekli olarak kitleye sunulur ve iletişim gösteriden kitleye doğru tek taraflı olarak kurulur. Gösteriye müdahale etmek gibi bir ihtimale yer yoktur. Gösteri, toplumu bir akış içerisinde kendi içine alır ve sorgulamayan bireylerin seri üretimini sağlar.

Debord, gösterinin dinsel yanılsamanın yeniden maddi yapılanması olduğunu düşünür. Gösteri tekniğinin dinsel boyutunu dağıtmadan dinin dünyevi temellere bağlandığını belirtir. Gösteri; insanı kendinden uzak bir yere konumlandırır ve kendini bir dini öğe olarak benimseterek toplumu yönlendirir. "Gösteri tekniği insanların kendilerinden kopmuş olan güçlerini yerleştirdikleri dinsel bulutları dağıtmamıştır: Onları sadece dünyevi bir temele yeniden bağlamıştır. Böylece, en dünyevi yaşam, donuk ve nefes alınamaz hale gelmiştir. Artık yaşam mutlak reddini, sahte cennetini gökyüzüne havale etmeyip, bunları kendi içinde barındırmaktadır“(Debord, 2012: 41). Dolayısıyla gösteri tüm ihtişamıyla yeryüzünü cennete dönüştürmeyi amaçlamıştır. Gösteri, bireylere yeryüzünde cenneti vaat etmiş ve bu cennette kalabilmek için bireylerden sorgusuz sualsiz sunulan şeylere itaat etmeleri beklenmiştir. Burada gösterinin var olan şeyin görünür olması ilkesi, onun kutsallığına bireyleri inandırması açısından her şeyi görüntü üzerinde kurmasıyla ilişkilidir.

Debord'a göre, modern gösterinin amacı bilinçsiz bireyler yetiştirmektir. Bireylerdeki bilinçsizliğin yaratımı ise gösterinin kendini dinsel bir mit olarak sunmasıyla gerçekleşir. Bu durumda gösteri kutsal dinler gibi kendi kurallarını koyar. Debord'a (2012: 43) göre, gösteri

kendini üretir ve kurallarını kendisi belirler. Kendine bir kutsallık yükler, toplumdan bağımsız üst bir gerçeklik olarak varlığını devam ettirir. Fakat onun kutsallığı gerçek değil sahtedir. Bireyler ise bu sahte kutsalın kuralları doğrultusunda yaşamaya başlar. Modern gösteri toplumsal yaşamdaki her şeyi kurgulamıştır, bir nevi toplumun kaderi artık gösterinin elindedir. Toplumun tepkilerini, davranışlarını, ihtiyaçlarını kontrolü altına alır. Dolayısıyla gösteri, toplumun davranışlarını sergilemesine ancak kendi kurgusuna uygunsa izin verir. Toplum bu sahte kutsal olan gösteriye itaat etmek zorundadır.

Debord'a göre gösterinin itaat beklediği en önemli alanlardan biri ise tüketimdir. "Tüketim olgusu, tarihsel bir saptama yapmak gerekirse, artı değer yaratan seri üretim ve montaja dayalı kitlesel üretim eyleminin ayinsel pratiği olarak, özünde İkinci Dünya Savaşı'ndan sonraki yıllarda yaygınlaşan kültürel ve simgesel metalar ekonomisinin paranteze aldığı bir kitlesel davranış biçimini simgeler" (Köse, 2014: 343). Tüketimin bu kitleselliğe ulaşmasındaki en büyük pay ise gösteriye aittir. Metaların gösteri ile bireylere sunulması, bireylerin tüketme eylemini rasyonel temellerden uzaklaştırmıştır. Bireyler artık gereksinimlerini karşılamak için değil, arzularını tatmin etmek için tüketme eğilimine girmiştir. Bireylere tüketimi arzulatan şey ise Debord'a göre gösteridir. Gösterinin sunduğu imgeler bireylerin arzularını hedef almaktadır. Yücel'in de (2013) belirttiği gibi her imge gerçek değildir. İmgeler bireyleri düşler evrenine alabilir. Bu bağlamda gösterinin sunduğu imgeler onları gerçek dünyadan uzaklaştırır. Gösteri nesnelere parıltı katarak, onları arzulanan gerçek dışı imgelere dönüştürür.

Gösterinin Kurgusu: Boş Zaman ve Tüketim

Guy Debord gösteriyi açıklarken, zaman kavramının dönüşümü üzerinde durmuştur. Tüketim olgusunu çalışma ve boş zaman ayrımı üzerinden değerlendirmiştir. İleri kapitalist toplumlarda üretim zamanının dışında bireylere özgürlük olarak sunulan boş zaman alanı oluşturulmuştur. Debord'a göre üretim zamanı yerini tüketme etkinliğinin hâkim olduğu boş zamana bırakmıştır. Üretken olan toplum modern dönemde sahte bir döngüsellik içerisinde tüketen topluma dönüşmüştür. Debord'a göre,

"Sahte-döngüsel zaman, modern iktisadın ayakta kalmasının, giderek şiddetlenen ayakta kalma mücadelesinin tüketim zamanıdır ve bu mücadelede gündelik yaşam hâlâ karar vermekten mahrumdur ve artık doğanın düzenine değil, yabancılaşmış emekle gelişen sahte-doğaya boyun eğer; böylece bu zaman, doğal olarak, sanayi-öncesi toplumların ayakta kalma mücadelesini düzenlemiş olan eski döngüsel ritmine yeniden kavuşur. Sahte-döngüsel zaman döngüsel zamanın doğal kalıntılarına dayanır ve aynı zamanda

yeni türdeş bileşimler oluşturmak için onu kullanır: Gündüz ve gece, çalışma ve hafta sonu tatili, tatil dönemlerinin tekerrürü"(2012: 121, 122).

Bu durumda tüketim pratikleri sahte döngüsel zamanda kendine alan bulmuştur. Günlük yaşam çalışma ve boş zaman arasında düzenlenmiş ve tatil çalışmanın bireye kazandırdığı bir özgürlük alanı olarak değerlendirilmiştir. Yibing'e (2012: 50) göre, gösteri bireylerin iş dışındaki boş zamanlarını hedef alır. İş saatleri içerisinde zaten denetleme altında olan bireyler, boş zamanlarında da gösterinin denetimi altında tutulur. Gösterinin zamanı boş zamandır ve kendini orada sunar. Debord, çalışma ve boş zaman ilişkisini işçiler üzerinde değerlendirirken işçinin ürettiği üründen ayrıldığını belirtir. Ürettiği ürüne yabancılaşan birey boş zamanda tüketim faaliyetlerine katılarak zamana da yabancılaşmış olur. Debord'a göre, işçinin ürettiği üründen kopması, onu toplum ve üreticiler arasındaki iletişimden de uzaklaştırmıştır.

Bu kopma birtakım olumsuz sonuçlar ortaya çıkarmıştır. İşçinin ürettiği üründen kopması faaliyetsizliğin artmasına ve çalışmama sürecinin başlamasına neden olmuştur. Bir anlamda faaliyetsizlik üretimin ürettiği ürün haline gelmiştir. İşçiye gerçekleştirdiği tüm çalışma eylemlerinden uzaklaşması ve özgürleşmesi için boş zaman büyümlü bir şekilde sunulmuştur. Bireye çalışmanın sıkıcılığı ve baskısı altında olmayacağı özgür bir zaman diliminde özgür faaliyetler vaat edilmiştir. Guy Debord bu özgürlük vaadinin gerçek olmadığını söyler. "Çalışmanın özgürleşmesi" ve boş zamanların artması hiçbir şekilde çalışma içinde özgürleşme veya bu emeğin şekillendirdiği bir dünyanın özgürleşmesi değildir. Çalışmada yitirilen hiçbir etkinlik, çalışmanın sonucuna boyun eğerek yeniden kazanılamaz" (Debord, 2012: 44).

İşçiye bu özgürleşme alanı olarak sunulan boş zaman ekonomi politığın ilkel aşamasından çıkıp artık işçinin sadece üretimde değil, artan malların tüketimde de değerlendirilmesini fark eden yönetici sınıf; işçiyi üretimden kısmen alıkoyarak daha çok ürettikleri malları tüketmeleri yönünde teşvik etmiştir. İşçiye bir ödül niteliğinde verilen boş zamanı doldurmak için işçi artık tüketme eylemini gerçekleştirmeye başlamaktadır. İşçinin tüketime katılmasını işçi açısından değerlendirecek olursak son derece onore edici bir şeydir. Çünkü yüzyıllarca ezilmiş, kullanılmış ve ağır şartlarda çalışan işçi üst sınıflar gibi tüketebilecek, her ne isterse parası sayesinde gerçekleştirebilecekti. Debord'a göre bu işçi, üretimin bütün örgütlenme ve denetim kipliklerinin açıkça ifade ettiği topyekûn aşağılamadan ansızın temize çıkarak, kendisini her gün üretimin dışında bulur ve tüketici kisvesi altında son derece kibar davranılan bir yetişkin muamelesi görür. Bu durumda, meta hümanizmi işçinin "boş vakitlerinin ve insani yönünün" sorumluluğunu üzerine alır, bunun nedeni gayet açıktır; çünkü ekonomi politik bu alanları ekonomi politik olarak artık yönetebilir ve yönetmek

zorundadır. Böylece "insanın bu tamamlanmış yadsınması" bütün insan varoluşunun sorumluluğunu üstlenir" (2012: 52).

Boş zamanı, işçinin kendi ürettiği malları, kendi üretmiyormuş gibi, üretim aşamalarındaki sorumluluklarından uzak bir şekilde yönetici sınıfın tüketime katılma pratiklerini göz önüne alarak tüketim nesnelerinin gösteriler şeklinde sunulduğu alan olarak nitelendirebiliriz. Çünkü işçi kendisine sunulan gösteriler ile kendi ürettiği; fabrikada ellerinden geçen ürüne yabancılaşmıştır. İşçi tüketim etkinliklerine katıldıkça ürettiği üründen ayrılmıştır. Debord'a (2012) göre, birey ürettiği nesneden ayrıldığında aslında kendi dünyasından da ayrılır. Gösterinin yarattığı ayrıntıların içerisinde birey gerçek amacından uzaklaşır.

Bu bağlamda yabancılaşma gösteri ile yaygınlaşır ve kök salar böylece gösteri her yerde varlığını sürdürür. "Üreticinin dünyasına ait bütün zaman ve mekân, yabancılaşmış ürünlerinin birikimiyle birlikte ona yabancı hale gelir. Gösteri bu yenedünyanın haritasıdır, yani bu dünyanın alanını tamı tamına kaplayan bir haritadır" (Debord, 2012: 46). Debord tüketilebilir sahte döngüsel zamanı gösteri zamanı olarak nitelendirir. Bu zamanda imajların tüketimi hem de zamanın tüketim imajı gerçekleşir. Tüketim zamanı imajların tüketilmesi bakımından tüm gösteri araçlarının çalıştığı ve her çeşit tüketim aracının mevcut olduğu alandır. Yibing'in (2012: 59) belirttiği gibi, "gösteri koşullarındaki tüketim aslında yanılsamanın tüketimidir. Fakat bu, kişinin satın aldığı bir malı kullanırken yanılsama içerisinde olduğu anlamına gelmez. Kişi kendisinin neden aldığını, neden ihtiyacı olduğunu ve neden tüketmek istediğini düşünürken, güdüselleştiren yanılsama içerisindedir". Gösterinin amacı; bireye ihtiyacı olmayan nesnelere sahip olma dürtüsünü aşılmasıdır. Özellikle medya araçlarıyla bireyler sahte ihtiyaçların gösterisine maruz bırakılmakta ve onları satın almaya zorlanmaktadır.

Fakat bireyler burada kendilerini zorunlu bir his içerisinde hissetmezler, bunun sebebi ise gösteri dünyasının yanılsamalı büyüsidir. Dolayısıyla bu meta gösterileri karşısında birey hipnotize olur ve savunma mekanizması ortadan kalkar. Debord burada zaman tasarrufundan bahseder. Birey bu zaman içerisinde tüm eylemleri hızlı gerçekleştirip artı zaman oluşturmaya çalışmaktadır. Arta kalan zamanı da birey tüketim, eğlence ve tatil alanlarında değerlendirir. "Güneşli yaz günlerinde tatile çıkabilir, dışarıda egzersiz yapabilir veya dükkânlarda, restoranlarda ve diğer eğlence yerlerinde zaman geçirebilir. Ancak neredeyse tüm bu faaliyetler gösteri tarafından görünmez bir şekilde kışkırtılır ve tasarlanır. Faal olmak ve yaratıcılığın büyüleyici örtüsü altında yatan şey aslında, hiçbir bireysellik anlamı taşımayan bir faaliyetsizliktir, bir sahte-faaliyettir" (Yibing, 2012: 50). Dolayısıyla, "zaman tüketiminin toplumsal imajı tamamen eğlence ve tatil anlarının hâkimiyeti altındadır ve bu anlar her

gösteri malı gibi uzaktan tanıtılırlar ve tanımları gereği caziptirler. Bu meta burada açıkça gerçek yaşam anı olarak sunulmuştur ve mesele onun döngüsel geri dönüşünü beklemektir. Fakat yaşama adanmış olan bu anlarda bile daha da yoğun bir hale gelerek görülen ve yeniden üretilen şey yine gösteridir" (Debord, 2012: 123).

Debord, kapitalizmin bireyin özgürlüğünü kısıtlamasını, gösteriler ile bu özgürlüğün aslında varmış gibi gösterilmesini ve topluma zorla kabul ettirilmeye çalışılmasını eleştirir. Gösteri toplumunda yaşayan birey kapitalizmin yönlendirdiği metalar arasında sıkışmış ve bireyin toplumdaki yegâne yeri müşteri olarak belirlenmiştir.

Bireyin Ayakta Kalması Mücadelesi Olarak Tüketim

Guy Debord bireyin gündelik yaşamda verdiği ayakta kalma mücadelesine de eleştirel yaklaşır. Kapitalizmin ürettiği ve gösteriye dönüşen uzmanlık alanları bireyin seçim özgürlüğünü kendi elinden almıştır. Birey artık kendi adına seçim yapılmış bir gösterinin içinde üzerine düşen rolü oynamaktadır. Birey kurulu sistemin içinde ayakta kalabilmek için uzmanlıklara ihtiyaç duymaya başlar. Gündelik hayat içerisinde çeşitli alanlarda sistemin öngördüğü şekilde davranışlarını belirleyen bireyler kendi hayatlarını düzenlemek için yaşam koçlarından yardım alırlar. Bu uzmanlık alanları; diyet ve moda uzmanları, evlilik danışmanları, psikiyatrilere gibi gösteri toplumunun ideolojik aygıtlarıdır ve bireyin ayakta kalma mücadelesini güvence altına alırlar. Ayakta kalma mücadelesi veren birey bunu gerçekleştirmek için önüne konulan her şeyi tüketme eğilimi içerisinde. Gündelik yaşamdaki zaman, mekân ve tüm ilişkiler maddileşerek satılığa çıkartılmıştır. Birey ayakta kalma mücadelesi içinde kendini sahte ihtiyaçların içinde bulmaktadır. Dolayısıyla sahte ihtiyaçları karşılamak için daha fazla uzmanlaşma ve emek gerekmektedir. Bireyin sahte ihtiyaçlarını karşılamak için artık eskisinden çok daha yoğun bir şekilde çalışması gerekmektedir. Debord'a (2012: 53) göre emek zamanının azaltılmaması için yeni işler yaratmak bir zorunluluktur. Ona göre yaratılan yeni işler ise hizmet sektörünün içerisinde yer almaktadır. Hizmet sektörü, metaları sürekli olarak överek onların ihtiyaçlar listesinde yerlerini almasını sağlar. Bu ihtiyaçlar birey için zorunluluk gibi gösterilen sahte ihtiyaçlardır.

Debord'a göre kapitalist ekonomi kullanım değerinin düşmesini bireyin ayakta kalma mücadelesini sürekli olarak sekteye uğratmaktadır. Kullanım değerinin yerine geçen mübadele değeri bireyin daha fazla çalışmasına ve emek vermesini gerektirir. Bu durumda da birey bu düzene mecburen boyun eğmek zorunda kalır. Kapitalizmin meta bolluğu aslında bir kıtlığa işaret eder. Dolayısıyla kapitalist ekonomide birey refah toplumuna eriştiğini düşünürken sürekli yanılsamalı tüketim nesneleri ile mücadele içindedir. "Gerçek tüketici,

yanılsamaların tüketicisi haline gelir. Meta fiilen gerçek bu yanılsamadır, gösteri ise onun genel tezahürüdür''(Debord, 2012: 53-54).

Debord, tüketimi gösteri toplumu kavramıyla açıklayarak, gerçek ve sahte olanın ayrımını yapmıştır. Ona göre gösteri toplumu pasif bireylerin yer aldığı bir toplumdur. Gösteri toplumunda birey artık gerçek ile sahte olanı ayırt edemez hale gelmiştir. Dolayısıyla bireyin hayatı kökten bir değişime uğramıştır. Bireyin toplum içerisinde var olma şekli üretimden tüketime yönlendirilmiş ve bu doğrultuda bireyin yaşam pratikleri de dönüşüme uğramıştır. Gösteri toplumunda birey sahte ihtiyaçlarını giderebilmek için durmaksızın çalışmak zorunda bırakılmıştır. Bu çalışmanın sonucunda ona boş zaman ve tüketebilme özgürlüğü verilmiştir. Fakat bu boş zaman da sahtedir çünkü birey bu zamanı da yine kapitalist sistemin verdiği bir görev bilincinde gerçekleştirir. Birey ayakta kalabilmek için yaratılan sahte ihtiyaçları karşılamak zorundadır. Sonuç olarak Debord gösterinin yanılsamalı ihtiyaçları ve zamanı yaratarak bireyleri tüketime teşvik etmesine eleştirel yaklaşmıştır.

Gösteri Toplumunda Yeninin Yüceltilmesi

Gösterinin nesnelere kattığı unsurlardan biri yeniliktir. Gösteri olgusu güncel olanın peşindedir. Bu nedenle gösteri, eskiye ait olanı değil, yeniye içinde barındıranı sunmayı amaçlamıştır. Dolayısıyla gösterinin etkisi altına giren nesneler yeniliği temsil eder. Gösteri, metaları yenilik büyüğü ile kaplayarak kitlelere sunar. Metalar gösteri nesnesi olarak sunulmadan önce yeni olarak tescillenmek durumundadır.

Gösterinin kusursuz olması yenilik unsuru ile kurduğu ilişkiden kaynaklanmaktadır. Metaların üzerindeki parlaltı ona yeni misyonunu yüklemektedir. Yeni olarak kitlelere sunulan bu metalar moda değeri kazanırlar. Gösteri, nesnelere sürekli olarak yeni anlamlar katarak modanın kitleler üzerindeki etkinliğini artırır. Modanın gösterinin bir parçası olarak kullanılmasının amacı ise bireylerin tüketim etkinliklerini arttırmaktır. Gösterinin yarattığı dünyada metalar ışıkların altında parlayarak eşsiz görünürler. Birey eşsiz görünen bu metalara sahip olmak için kıyasıya bir mücadele verir. Debord, yeni nesnelerin adeta bir taç giyme töreni gösterisi gibi sunulduğuna dikkat çeker. Yapılan bu gösteriler metanın tüketilme hızını artırır. Böylelikle metaların tüketimi kitlesel hale gelir. Bunun sonucunda ise kitlesel olarak üretilen ve tüketilen nesneler toplumun her kesiminde rağbet görür. Bu ürünlerin her yaşantıya nüfus etmesi sonucu nesne banalleşir ve yerini yeni olanlara bırakır. Dolayısıyla, "gösteri, günümüzde üretilen nesnelerin kaçınılmaz süsü, sistemin rasyonelliğinin genel açıklaması olarak sayılan ve giderek artan imaj-nesneleri doğrudan doğruya biçimlendiren ileri bir iktisadi sektör olarak güncel toplumun esas üretimidir'' (Debord, 2012: 39).

Moda, geçmişte unutulmuş müzik, giysi vb. alanların şimdiki zamanda yeniden üreten ve sürekli tekrar eden bir olgudur. Moda olan her şey gösterinin bir parçası olarak kitlelere sunulur. Bu anlamda gösteri kitle iletişim araçlarından, özellikle de reklamlardan faydalanır. Debord'a göre, yeniliği yücelten ve modaların sürekli olarak değişimi sağlayan reklamlardır. Reklamlar ile kitlelere ulaşan moda bireylerin satın alma güdülerini etkiler. Gösterinin sunduğu moda nesneleri sadece basit bir ürün tüketimini içermez, birey bu nesneleri tükettiği takdirde kendisini gösterisinin bir parçası gibi hisseder. Gösteri, nesneleri büyülü hale getirmiştir. Bunun sonucunda da bu nesnelere sahip olan bireyler de prestij ve saygınlık kazanacaklarını düşünürler. Bu durumda birey bu nesneleri tüketme eğiliminde olur. Gösteri ve moda unsurlarının temalarının günceli içermesi, onların sürekli olarak yenilenmesi anlamına gelmektedir. Bu nedenle bireylerin tasarlanmış bir gösterinin içerisinde satın aldıkları moda nesneleri gösterinin içerisindeki değerini çok hızlı bir şekilde yitirir. Bir tüketicinin saygınlık ve prestij maksadıyla satın aldığı nesne, satın alma işlemini gerçekleştirdiği o andan itibaren gösterisel değerini kaybeder. Lefebvre'in (2010) de belirttiği gibi yenilik büyüyle oluşan moda ölümünü kendi yaratır ve sadece onu elde edene kadar yeniliğini muhafaza eder. Kitle iletişim araçlarıyla süslenen, büyülü bir şekilde sunulan nesneler kitlenin tüketim ağına girdiği andan itibaren değerini kaybeder. Dolayısıyla gösterinin nesnelere kattığı parlaltı ve cazibe yok olmaya mahkûmdur.

Gösterinin yenilik bilincini diri tutması bireyde sahte ihtiyaçların oluşmasına neden olmuştur. Birey, gösterinin cazibesi altındaki nesnelerin tüketimine mecbur bırakılmıştır. "Gösteri toplumunda insanın tüm gerçek ihtiyaçları ve arzuları yok olurken, bunların yerini gösteri tarafından üretilen parlaltılı mallar almaktadır ve insanın varoluşu ise sahteleşmiş bir yaşama dönüşür. İlk bakışta, bu toplumda yabancılaştırılmış tüketimin kucağına düşmüş fanatik alışveriş tutkunlarından başka bir şey görülmez" (Yibing, 2012: 65).

Gösterisel Mekânın Oluşumu

Debord, gösteri kavramını zamansal formlar üzerinden açıklamakla birlikte onu uzamsal formlar üzerinden de tanımlamıştır. Debord gösteri kavramını kapitalizm ile ilişkilendirerek, bu ilişkinin mekânlarda nasıl tezahür ettiğini bir tartışma konusu haline getirmiştir. Kapitalizmin ileri seviyelere ulaşması kentin yapısında değişimlerin meydana gelmesine neden olmuştur. Kapitalizm kenti düz, sade formatından çıkartarak ona karmaşıklık ve dekoratiflik özelliği katmıştır. Debord'a göre kentçilik, kapitalizmin doğal ve insani çevreye el koyma tarzıdır ve bu onun mutlak egemenlik arayan mantığına sadık olan bir tarzıdır. Kapitalizm, bu doğrultuda uzamın tamamını kendisinin sapkın ve tuhaf dekoruna dönüştürebilir. Günümüzün modern metropol kentleri kapitalizmin oluşturduğu gösteri

mekânlarıdır. Kent gösterinin, eğlencenin ve tüketimin merkezi haline gelmiştir. Kent içinde bulunan her bir ayrı uzam kendi içerisinde gösteriyi barındırmaktadır. Caddelerin ışıklandırılması, mağaza vitrinlerinin tasarımları, bir kafenin egzotik bir şekilde düzenlenmesi kent mekânının gösteri ile girdiği ilişkiyi göstermektedir.

Kapitalizm, üretimi kitleselleştirdiği gibi mekânları da tek tipleştirmiştir. Modern kentlerin çoğu kendilerine has otantik yapılarını kaybetmiş ve homojen bir alana dönüşmüştür. Debord'a göre kentlerin birbirine benzemesi turizm etkinliğinin boşa yapılmış bir etkinlik olmasına neden olmuştur. Metropol kentlerde aynı mağazaların, eğlence yerlerinin, restoranların bulunması kentlerin bayağılaşmasına sebep olmuştur. Kapitalizmin kenti estetikleştirip yeni dekorlar ortaya çıkarması kentte yaşayan bireyin sahte uzamını oluşturur.

Debord kentin yapısının değişimini Fransız Devrimi'ndeki deneyimler üzerinden inceler. Sokağın yapısındaki değişimin denetimsel olduğunu belirterek, iktidarların sokaktaki düzeni sağlamak adı altında sokağı yok ettiklerine dikkat çeker. Debord, sokağın yok oluşu ile boşluğa düşen bireyin yeniden kitle olabilmesi için gösterinin devreye sokulduğunu belirtir. Kentin bir denetim alanı olarak yeniden tasarlanması halkın tecrit altında tutulmasına neden olmuştur. Bireyin bu tutsaklığı hissetmemesi için gösteri devreye girmektedir. Birey denetimli bir şekilde üretim ve tüketim etkinliklerine katılmaktadır. "Fabrikalar ve kültür evleri, tatil köyleri ve "topluluklar" tecrit edilmiş bireyi aile yuvasına kadar izleyen bu sahte kolektivitaya hizmet etmek amacıyla özellikle düzenlenmiştir. Gösteri mesajı alıcılarının yaygın olarak kullanımı bireyin tecridinin egemen imajlarla, bütün güçlerini sadece bu tecritten alan imajlarla dolu olmasını mümkün kılar" (Debord, 2012: 132).

Benjamin'in (2014) de belirttiği gibi, kent merkezi bireyi denetlemek amacıyla yeniden düzenlenmiştir. Haussmann'ın Paris'te uyguladığı ızgara kent planı sosyal hayatın değişmesine neden olmuştur. Harvey'in de (2013) belirttiği gibi, Haussmann kentteki yoksul işçi kesimini kentin çeperlerine itecek kent planlamasını medenileşme, kalkınma hareketi adı altında yapıyordu. Onun kentteki yarattığı bu hareket yaratıcı yıkım olarak adlandırılmıştır. Kent merkezilerinin geniş meydanlara dönüştürülerek, anıtsal bir şekilde gösterilerle açılıyordu. Kent merkezlerinde geniş bulvarların yapılması bireyin sahneye çıkmasını sağlamıştır. Debord'un da belirttiği gibi metanın bollaşması, özellikle de otomobil sanayisindeki gelişmeler kent merkezindeki caddelerin genişlemesine neden olmuştur. Bireyin sokaklarda yaptığı her türlü eylem geniş caddeler ile denetim altına alınmıştır. Kent merkezinin kontrol altına alınması bireyin yalnızlaşmasına neden olmuştur. Fakat kent merkezlerinin bu olumsuz tarafı gösterilerle gizlenmektedir. Sokakların, caddelerin eğlence alanlarına dönüşmesi, yapıların dış yüzlerinin estetik bir şekilde tasarlanması ve kentin ışıklandırılmalarıyla süslenmesi denetimi gizler. Gösteri ile ihtişamlı hale gelen kent merkezi

artık üretim alanını değil tüketim alanına dönüştürülmüştür. Dolayısıyla yoksul sınıf kentin çeperlerine yapılan toplu konut alanlarına zorunlu bir şekilde gönderilirken, üst sınıf ise kentin merkezine yerleşmeye başlamıştır. Featherstone'a (2005) göre kent mekânı fabrikalardan arındırılarak, alışveriş merkezleriyle donatılmıştır. Kentin endüstriyel yapılardan arındırıldıktan sonra, kent merkezine sergiler ve şov alanları kurulmuştur. Böylelikle kent merkezinde gösteri olgusu ön plana çıkmıştır. Mağaza, alışveriş merkezi, fuar alanlarında oluşturulan gösteri; bireyi tüketime yönlendirmiştir. Kent merkezlerine kurulan tüketim tapınaklarındaki gösteri unsuru kitleleri bu mekânların içine çekmektedir.

Kentin mekânının yeniden yapılanmasının amacı; kent merkezinde gerçekleşen üretim pratiklerini, tüketim pratikleriyle yer değiştirmektir. Kent, metaların gösteri olgusuyla kaplandığı, tüketim alanlarının ön plana çıktığı bir mekâna dönüşmüştür.

Sonuç

Gösteri kavramı, nesnelerin var olan anlamlarının dışında onlara farklı anlamlar katmaktadır. Gösteri vasıtasıyla nesnelere yüklenen sahte anlamlar tüketimi arttırıcı bir nitelik taşımaktadır. Gerçek olmayanı gerçekmiş gibi sunan gösteri kavramı toplumsal hayatta öznenin ölümüyle birlikte sosyal dünyanın dönüşümünü gerçekleştirmeyi amaçlamaktadır. Bir yanılsama biçimi olarak gösteri kavramı bireyleri gündelik hayatın gerçeklerinden uzaklaştırarak, sunulan nesneleri tükettikleri takdirde onlara farklı bir dünyaya ait olabilecekleri vaadini vermiştir. Gösteri toplumunda boş zaman ve çalışma zamanı arasındaki ayırım genişlemiştir. Gösteri kendini boş zaman içerisinde göstermektedir. Bireylere bir özgürlük alanı olarak sunulan boş zamanda gösteri sürekli akış halindedir. Bu zaman diliminde birey gerçeklikten uzaklaşarak, üretimin değil tüketimin ritüellerini gerçekleştirme eğiliminde olur. Boş zamanın değerlendirilmesi açısından yeni gösterilerle dolu mekânlar ortaya çıkmıştır. Özellikle süpermarketler, alışveriş merkezleri gösteri temasının belirginleştiği tüketim alanlarıdır. Bu alanlarda gösteri yoğun bir şekilde bireyin görüş açısındadır. Nesnelerin etrafını kuşatan gösteri bireylerin tüketme davranışlarını hızlandırmaktadır. Debord'a göre gösteri, bireyin üretici kimliğinden soyutlanarak tüketici kimliğine bürünmesi, bireyin kendi hayatının öznesi olma yetişini yok etmiştir. Bu noktada gösteri kavramı, bireye tükettikçe yeni sanal dünyalar sunmuş ve bireyin sahte gerçeklik içerisinde döngüye kapılmasına sebep olmuştur.

Kaynakça / References

- Benjamin, W. (2014). *Pasajlar*. Ahmet Cemal (Çev.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Debord, G. (2012). *Gösteri Toplumu*. Ayşen Emekçi & Okşan Taşkent (Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Featherstone, M. (2005). *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*. Mehmet Küçük (Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Harvey, D. (2013). *Asi Şehirler: Şehir Hakkından Kentsel Devrime Doğru*. Ayşe Deniz Temiz (Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Kaplan, L. R. (2012). Between Mass Society and Revolutionary Praxis: The Contradictions of Guy Debord's of Society of Spetacle, *European Journal of Cultural Studies*, sagepub.co.uk/journalsPermissions.nav
- Köse, H. (2010). *Medya ve Tüketim Sosyolojisi*. Ankara: Ayraç Yayınları.
- Köse, H. (2014). *Şovenist İnşa*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Lefebvre, H. (2013). *Modern Dünyada Gündelik Hayat*. Işın Gürbüz (Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Yibing, Z. (2012). *Derrida'nın Marx Hayaletleri Baudrillard ve Debord'un Yeni Toplumu*. Aylin Muhaddisoğlu (Çev.). İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Yücel, H. (2013). *İmgeden Yoruma*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.