



# Electronic Cumhuriyet Journal of Communication

| ecider.cumhuriyet.edu.tr |

Founded: 2017

Available online, ISSN: 2667-4246

Publisher: Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

## The Situationist International Origins of Culture Jamming

Yusufcan Karaoğlu<sup>1,a,\*</sup><sup>1</sup> Public Relations and Advertising, Sivas Cumhuriyet University, Sivas, Türkiye

\*Corresponding author

### Research Article

#### History

Received: 29/11/2023

Accepted: 14/12/2023

### ABSTRACT

Capitalist culture is the product of a structure that began to produce itself through images with the widespread use of mass media. This empire of images, which is an important factor in capital accumulation reaching gigantic dimensions, was called spectacle by Guy Debord. The Situationist International, founded in 1957, became an important representative of the new anti-consumerist avant-garde art approach. He declared war on the bourgeois aesthetics of daily life by using the détournement principle of situationism, which we can say led the movements that came after him. By the end of the 20th century, anti-consumptionism was replaced by the Canadian-based culture jamming. The official publication of cultural jamming, which publishes periodicals under the roof of an organization like almost every art and political movement, is the magazine called Adbusters. The culture jamming movement, which reveals the texts and defacement practices of daily life with the knowledge it draws from situationism, aims to jam the media messages of capital. Trying to keep up with the current, Adbusters magazine always wants to make culture jammers a part of the participatory process. The most effective event of this participatory process for the magazine was leading the Occupy Wall Street protests as a social movement. In this study, the influence of the Situationist International on the formation of the intellectual background of the culture jamming movements will be examined and the similarities of the two movements in question will be discussed.

**Key Words:** Situationism, Culture Jamming, Détournement, Adbusters, Spectacle.

## Kültür Bozumunun Sitüasyonist Enternasyonal Kökenleri

#### Süreç

Geliş: 29/11/2023

Kabul: 14/12/2023

### Öz

Kapitalist kültür kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmasıyla imajlar aracılığıyla kendini üretmeye başlamış bir yapının ürünüdür. Sermaye birikiminin devasa boyutlara ulaşmasında önemli bir etken olan bu imajlar imparatorluğu, Guy Debord tarafından gösteri olarak adlandırılmıştır. Sermaye ilk birikimden bu yana neden olduğu yaratıcı yıkıma karşı direnişlerle karşılaşmış değişen sadece direniş yöntemleri olmuştur. 1957'de kurulan Sitüasyonist Enternasyonal de tüketim karşıtı yeni avangart sanat anlayışının önemli bir temsilcisi olmuştur. Kendisinden sonra gelen akımlara da önderlik ettiğini söyleyebileceğimiz sitüasyonizmin saptırma (détournement) ilkesini kullanarak gündelik hayatın burjuva estetiğine bir savaş açmıştır. 20. yüzyılın sonu ile birlikte tüketim karşıtlığı yerini Kanada merkezli kültür bozumu akımına bırakmıştır. Hemen hemen her sanat ve politik akım gibi bir örgüt çatısı altında süreli yayın yapan kültür bozumunun resmi yayını Adbusters adlı dergidir. Sitüasyonizmden aldığı birikimle gündelik hayata dair metinlerini ve tahrifat pratiklerini ortaya koyan kültür bozumu akımı sermayenin medya mesajlarını bozuma uğratmayı amaçlamaktadır. Güncel olanı yakalamaya çalışan Adbusters dergisi, kültür bozucuları her daim katılımcı sürecin bir parçası yapmak istemektedir. Bu katılımcı sürecin dergi için en etkili olduğu olay bir toplumsal hareket olarak Wall Street'i İşgal Et eylemlerine önderlik etmesidir. Bu çalışmada kültür bozumu akımının düşünsel arka planının oluşmasında Sitüasyonist Enternasyonal'in etkisi irdelenecek ve söz konusu iki akımın benzerlikleri ele alınacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Sitüasyonizm, Kültür Bozumu, Saptırma, Adbusters, Gösteri.

#### Copyright



This work is licensed under  
Creative Commons Attribution 4.0  
International License

<sup>a</sup> ykaraoglu@cumhuriyet.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0001-9405-4517>

**How to Cite:** Karaoğlu, Y. (2023). Kültür Bozumunun Sitüasyonist Enternasyonal Kökenleri, Electronic Cumhuriyet Journal of Communication, 5(2):91-97

## Giriş

Sanat akımları oluşurken bir gelenekten beslenmesinin yanında çevresinde olup bitenlerden de etkilenmektedir. Gelenekten beslenme bazen geleneğin devamı niteliği taşıırken bazen de ona karşı tavır alarak meydana gelebilmektedir. 20. yüzyılın başından itibaren kendini göstermeye başlayan avangart sanat pratikleri de modern sanata karşı bir tavır alarak, sanatın hem kurumsallaşmasını engellemek istemiş hem de gündelik hayatın estetiğinin yarattığı sorunlara eğilmiştir. Bu dönemde meydana gelen dadaizm ve sürrealizm gibi sanat pratikleri tarihsel avangart olarak adlandırılırken, 20. yüzyılın ikinci yarısından sonra meydana gelen avangart sanat pratikleri de yeni avangart olarak adlandırılmaktadır. Bu pratiklerin başında ise Sitüasyonist Enternasyonal adıyla kurumsallaşan sitüasyonizm gelmektedir.

Guy Debord öncülüğünde 1957’de kurulan Sitüasyonist Enternasyonal dergisiyle politika, sanat, gündelik yaşam gibi konular hakkında yazılar yayınlanmaktadır. Derginin 1968 mayısında Paris’te meydana gelen olaylara düşünsel altyapı oluşturduğu bilinmektedir. Debord gösteriyi imajlarla oluşmuş bir modern dünya eleştirisi olarak betimlerken, onu oluşturan en önemli itici güç olarak sermayeyi göstermektedir. Gösteriyi aşmak için ise katılımcı bir ruhla bireye görev biçen Debord ve diğer Sitüasyonistler bireyin elindeki koz olarak yaratıcılığı göstermektedir. Sitüasyonistler bireye sermayeyle mücadele etmenin öneminden bahsederken sadece teoriyle sınırlı kalmamış aynı zamanda pratiğin tekniği konusunda da düşünmüşlerdir. Bu tekniklerden en bilineni detournement yani saptırmadır.

21. yüzyıla geldiğimizde tüketim karşıtlığı üzerine yeni bir akımın okyanus ötesinde (Kanada ve ABD) oluşup tüm dünyayı etkisi altına almaya çalıştığını görüyoruz. Söz konusu bu akımın ismi kültür bozumudur. Bu çalışmada bir ülkeye yurttaş bağıyla bağlı bireyin çokuluslu şirketlerin oluşturduğu markalar karşısında nasıl tüketiciye dönüştüğünü ortaya koyan ve buna karşı taktikler geliştiren kültür bozumunun Sitüasyonist gelenek ile olan ilişkisi irdelenecektir. Bu iki akım da pratiğe verdikleri önemlerle bilinirken, pratiği belirli bir praksis ile yani ideolojik eylem ile gerçekleştirmektedirler. Burada, bu iki akım arasındaki ilişki ve uyguladıkları praksis teorik çerçeve ile sunulacaktır.

## Sitüasyonist Enternasyonal

Sitüasyonist Enternasyonal (SE) 1957 yılında kurulmuş, üye sayısı zaman içinde artan azalan ama 20’den fazla olmayan bir örgüttür. Örgüt içerisinde birçok politik kuramcı ve sanatçı barındırmaktaydı. Bu kişilerin başında yayımladığı Gösteri Toplumu çalışmasıyla Guy Debord ve Gündelik Hayatta Devrim çalışmasıyla Raoul Vaneigem yer almaktadır.

Örgütün ismi koyulurken gündelik hayatta durumlar yaratılmak hedeflendiği için sitüasyonizm ismi tercih edilmiştir. Yani SE üyesi olsun olmasın herkes gündelik hayatta yaratıcılığı kullanarak durumlar yaratabilirler.

Bireyin Debord’un modern toplumun eleştirisi olarak kavramsallaştırdığı gösteriyi aşabilmesi için yaratıcılığı kullanması gerekmektedir. Birey böylece gerçeklikle temas etmiş olur. Yaratıcılık aracılığıyla ortaya çıkan şey ise hayatın ele geçirilmiş tutumunu benimseyen avangart sanattır. Dadaistler ve sürrealistlerin oluşturduğu avangart birikim kendinden sonra gelen Sitüasyonist Enternasyonal kuramın oluşmasında etkili olurken sitüasyonistler “gündelik hayatı, imgelemin ve yaratıcılığın hüküm sürdüğü bir oyuna, kenti de bir oyun parkına dönüştürecek bir devrim peşinde” koşmuştur (Artun, 2019, s.10). Söz konusu bu devrim düşüncesi Fransa’nın başkenti Paris’te meydana gelen 1968 olaylarının şekillenmesinde önemli bir etken olmuştur.

Sitüasyonist Enternasyonal’ın adından da anlaşılacağı üzere burjuva toplumunun salık verdiği edilgen tüketim mesajları üzerinden hareketle birtakım yargılarda bulunduğunu söyleyebiliriz. Durum kavramının kendisi düzen içindeki bir olay eleştirisi olabilirken, aynı zamanda sitüasyonistlerin yaratmaya çalıştığı şeye de gönderme de bulunabilmektedir.

Durumların inşa edilmesi süreci tamamen bireylere bırakılmıştır. Sitüasyonistler sinema ve tiyatro gibi seyircinin izleyici durumunda ve dolayısıyla pasif konumda olan sanat dallarına mesafeli bir duruş sergilemişlerdir. Çünkü, birey kendi durumunu yaratabilmesi ve içindeki yaratıcıyı ortaya çıkarabilmesi için eylemi bizzat kendi icra etmelidir (Kanngieser, 2015, s. 112-3). Vaneigem (1996) yaratıcılık ile ilgili şu uyarılarda bulunmuştur:

“Herkesin en büyük silahı yaratıcılıktır; ama bir tılsım gibi bu silah da bilerek kullanılmalıdır. Yaratıcılık, kendi doğasına zıt bir biçimde, yalanların ve baskının hizmetinde seferber edildiğinde, hastalıklı bir farsa dönüşür: Sanatın kutsanması. Üstelik, iktidarı yıkmak üzere tasarlanan eylemler ile özgür bireysel iradeyi yaratmak üzere tasarlanan eylemler aynı olsa da erimleri farklıdır; iyi bir stratejistin de bildiği gibi savunma ve saldırı hazırlıkları farklı tarzlarda yapılır”

Debord sitüasyonizmde bireyin etkin bir rol olarak ürettiği yeni işlerin, özellikle devrimci sanatçılar ve entelektüeller tarafından, eleştirileceğini öngörmüş ve onlara şu çağrıda bulunmuştur:

“Sizin rolünüz... özgürlüğün düşmanlarıyla beraber yürümeyi reddettiğimizde özgürlüğün küçük düşürüldüğünden şikâyet etmek değildir. Sizin rolünüz insanları daha önce yapılmış olanı yapmaya zorlayan burjuva estetiğini taklit etmek değildir, çünkü daha önce yapılmış olan bizi rahatsız etmez...” (2006, s. 43)

Eleştirel sanat anlayışı SE’nin kendisini anlamlandırdığı önemli bir bakış açısidir. “Sanat ve Politikada Yeni Eylem Biçimleri” (1963) adlı çalışmasında Debord (2006, s. 406), yeni bir kültür yaratım sürecinde başvuru alan eleştirel sanatın -her ne kadar sitüasyonistler bunları imha etmek istese desinmeden resme kadar halihazırda var olan kültürel ifade araçlarını kullanabildiğini belirtmiştir. SE yarattıkları bu yeni eleştirel sanat anlayışına détournement adını vermektedirler. Bu öyle bir sanat ki sadece yarattığı içeriğe karşı eleştirel olması yetmez aynı zamanda yarattığı biçime karşı da eleştirel olmakla yükümlüdür.

Détournement yani “saptırma” kavramı SE’in International Situationist adıyla çıkan dergisinin 1958’de yayımlanan ilk sayısında şöyle tanımlanmıştır

“Daha önce kullanılan estetik öğelerin çalınıp değiştirilmesinin kısaltılmış biçimi. Geçmişteki ve bugünkü sanat üretiminin, daha üstün bir ortam yaratmak üzere iç içe geçirilmesi’ Bu anlamda sitüasyonist resim ya da müzikten değil, yalnızca bunların sitüasyonist kullanımlarından söz edilebilir. Daha basit anlamıyla, eski kültürün çalınıp değiştirilmesi, bu alanların yıpranıp önemini kaybetmesini kanıtlayan bir propaganda biçimidir.” (Sitüasyonist Enternasyonal, 2008, s. 45):

Détournement’un sitüasyonist metinlerde iki ana kuralı olduğu belirtilmektedir. Bunlardan birincisi, saptırılmış (detourned) her bir özerk unsurun -orijinal hissini kaybedene kadar- önemini kaybetmesiyken, ikincisi, bütün içindeki anlamlı her parçaya yeni bir alan ve etki aktarmaktır (Knabb, 2006, s. 67). Debord & Wolman (Knabb, 2006, s. 18) kavrama sadece yeteneğin yeni bir yönünün/halinin keşfi olarak bakmamaktadırlar aynı zamanda onun toplumsal ve yasal düzene kafa tutan bir olgu olduğundan ve gerçek bir sınıf mücadelesi içinde kullanıldığında güçlü bir kültürel silaha dönüşmemesi için hiçbir neden olamayacağını iddia etmektedirler. Diğer bir SE üyesi yazar Roul Vaneigem (1996, s. 206) détournement’un bir karşı şartlandırmaya yol açacağını ve bunun şeylerin perspektifinin tersine çevrilmesiyle mümkün olacağını belirtmiş sonuç olarak bireyin artık şeyleri topluluğun, ideolojinin, ailenin ve diğer insanların gözleriyle görmesine son vereceğini belirtmiştir. SE için détournement’ten (saptırma) sonra gelen en önemli kavram derive’dir. Bu kavram bireyin bulunduğu kentte dolaşması sonucu kentten elde ettiği psikolojik etkileri ortaya koyan psikocoğrafya kavramıyla ilişkili olup bu deneyimin bizatihi kendisine derive adı verilmektedir.

Yabancılaşmanın ezici vasatlığını yenmek için, gündelik hayatı sanat kadar zengin ve heyecan verici hale getirmek adına, sanattan vazgeçilmelidir. Bu nihilist romantizm sitüasyonistlerin sanata bakış açılarını ortaya koyan paradoksal bir ifadedir. Debord’a göre sitüasyonist sanat yapıtı diye bir şey olamaz, sadece sanat yapıtlarının sitüasyonist kullanımları olabilir. Bunu 1963 tarihli bir metinde, bir Fransız resim sergisinde bir grup öğrencinin beş tablo kaçırp bu tabloları siyasi tutukluların salıverilmesi karşılığında geri verilmesi şekliyle açıklar. Sanat yapıtlarının devrimci bir şekilde kullanılması ancak bu ve buna benzer yöntemlerle mümkün olmaktadır (Bishop, 2018, s. 93-4).

Can sıkıntısı, Sitüasyonist Enternasyonal’in üzerinde durduğu en önemli durumlardan biridir. Feodal toplumlarda ve Sanayi Devrimi’nin ilk yüzyılında yoğun çalışma hayatından dolayı bireyin gündelik hayatında boş zaman diye bir durum meydana gelmemişti. Modern toplumla beraber, çalışma koşullarının hafiflemesi bireyin gündelik hayatında boş zaman olarak kabul edilen zaman aralığını meydana getirdi. Bireyin gündelik hayatında boş zamanın (“bugün ne yapsam acaba”) yerini eğlenceye (“bugün ne izlesem acaba”) bırakmıştı. SE meydana gelen bu boş zamanın bireyde can sıkıntısı olarak karşılık

bulduğunu ve bunu bir kültür olarak pazarlayan sermayenin ise gösteri üzerinden sömürüyü gerçekleştirdiğini belirtiyordu. Can sıkıntısını modern toplumun bir patolojisi olarak yorumlayan SE can sıkıntısını hedefe koymuş şöyle diyordu: “çünkü biz sıkılmak istemiyoruz...” (Marcus, 2013, s. 63-5).

Gilman ve Opalsky’nin (2013, s. 13) belirttiği gibi detournement teorisinin yazarı Guy Debord için kültür bozumu teorisi ve pratiğinin yeni devrimci projelerin hizmeti için geliştirileceği konusunda herhangi bir soru işareti yoktur.

### Guy Debord ve Gösteri

Gösteri günlük hayatımızın her alanını kuşatıp güçlü olandan güçsüz olana doğru tek yönlü bir iletişim kurarak bugünkü konumuna erişmiştir. Bu tek yönlü iletişimi sermaye reklamlar, her türlü tv programları (eğlence, tartışma, reality show vs.), haberler, sanat etkinlikleri, spor müsabakaları, savaşlar vs. aracılığıyla meydana getirmektedir. Debord bununla ilgili olarak “gösteri, öyle bir birikim aşamasındaki sermayedir ki imaj haline gelir” der (2017, s.23). Bir kar topunun yuvarlanması misali çığ halini alan gösteri de bizler ancak seyirci kalabiliriz. Ona müdahale edemeyiz. Bu büyük gösteride bizim konumumuz tamamıyla edilgendir. Böylelikle gösteri aktör değil seyirci üretir; yani modern insanı (Marcus, 2013, s. 117). Teknik gelişim ve gösteri arasındaki ilişki o kadar güçlü bir iş birliğine dayalıdır ki biz sanki bunun zorunlu doğal bir sonuç olduğuna ikna oluruz. Özellikle kitle iletişim araçları olarak beliren bu teknik gelişmeler tarafgir ve bütünüyle tek yanlı bir yaklaşım içindedir. Bunu bize gösteren ise çağa ait toplumsal ihtiyaçların bu araçlar aracılığıyla giderilmesi algısıdır. Bununla birlikte bilmemiz gereken kitle iletişim araçlarıyla bize dayatılan gösteri özellikle bu araçların doğasına ait değildir (Debord, 2017, s. 40-1).

Debord’un gösteri kavramıyla ilgili literatürde birçok saptama yapılmıştır. Bunların kayda değer olanlarından biri Jacques Rancière tarafından gösterinin özü ile ilgili olarak yapılmış saptamadır. Rancière’e göre Debord’un insanın hastalığı ile ilgili “seyre daldıkça, daha az var olur” ifadesi onun (insanın) hakikatinden ayrılmış bir görüntünün seyrine dalmış olduğu eleştirisine dayanır. Zira, “İnsanın gösteride seyrettiği şey, kendisinden saklanan eylemdir; yabancı hale gelmiş, insanın aleyhine dönmüş kendi özüdür. Bu öz gerçekliğini işte bu yoksunluğun meydana getirdiği bir kolektif dünyanın düzenleyici ilkesidir.” (Rancière, 2015, s. 14).

“Sitüasyonistler Marx’ın kapitalizmin koşulları içerisinde emeklerini satarak metalaşan insanların konumu olarak tanımladığı “meta fetişizmi” teorisinden yola çıkmış ancak vurguyu üretimin yarattığı etkiden kitlesel tüketimin etkilerine yönlendirmiştir. Sitüasyonistler kitle kültürü tüketiciliğinin “gösterileri”, zorla kabul ettirdiği uysal eğlence biçimleri ve içi boş zevk bağımlılıkları ile geleneksel toplumsal ilişkilerin samimiyetini erozyona uğrattığını savunmuşlardır.” (Clark, 2017, s. 175).

Debord, gösteriyi “bir imajlar toplamı değil, kişiler arasında var olan ve imajların dolayımından geçen bir toplumsal ilişki” (2017, s. 34) olarak tanımlamıştır. Toplumsal ilişkiler gösteri veya meta formunda ortaya çıkmaktadır. Bu formlar toplumsal ilişkiler boyutunda bireyleri büyüyle etkisi altına alırlar. Bununla birlikte aralarındaki fark gösterinin, imgeler aracılığıyla, yarattığı düşün herhangi bir şeyin meta formunda gösterisel olarak da sunabildiği için gösteri formunun yaratabildiği yanılı - gösteri yabancılaşmayı bile imgeye çevirip tüketebilmektedir- daha büyük basmaktadır. Bu yüzden Debord, gösteriyi kapitalist şeyleşmenin en aşağı noktası olarak tanımlamaktadır. Ayrıca, gösteri imgeler aracılığıyla gerçek olduğuna o kadar inandırır ki, hem onun gerçeği ortadan yok edişini hem de fetiş imgeler aracılığıyla gerçeğin yok oluşunu yadsımamıza neden olur (Foster, 1985, s. 83).

Sanatın dinsel bir gelenekten geldiğini biliyoruz. Bu dini gelenekten kopuş modern sanat olarak adlandırılan dönemde, bireysel sanat üretimlerinin ortaya çıkması yani sanatın bağımsız oluşu ve bunun ilanı onun çözülmesinin başlangıcı olmuştur. (Debord, 2017, s. 138). Ayrıca, Debord (2017, s. 140) bir sitüasyonist olarak, sanatın bütün dönemlerinin eşit derecede kabul gördüğü sanat tarihi anlayışıyla birlikte sanatın sonunun geldiğini belirtmektedir.

Dadaizm ve sürrealizm modern sanatın sonunu getirmiş iki akım olmasına rağmen kendi içlerinde karşıt konumlara sahipti ve karşıtlık onların başarısızlığına sebep oldu; buna göre “dadaizm, sanatı gerçekleştirmeden ortadan kaldırmak isterken, sürrealizm sanatı ortadan kaldırmadan gerçekleştirmek istedi.” Daha sonra ortaya çıkan sitüasyonistler ise sanatın aşılmasını talep ederken, bu aşmanın sanatın ortadan kaldırılması ile sanatın gerçekleştirilmesinin bir aradılığı sayesinde olacağını belirtmiştir (Debord, 2017, s. 141).

Walter Benjamin’in “Teknik Olarak Kopyalanabildiği Çağda Sanat Yapıtı” adlı ünlü makalesinde mekanik üretim ile birlikte sanat yapıtı gelenek ile olan bağlarından koparak aura’sını yitirmiştir. Benjamin sanattaki aura kaybının sadece gelenek bağlamında değil aynı zamanda politik bağlamda da olduğunu belirtmiştir. Bunun da özellikle faşizm döneminden kalma politikanın estetikleşmesinin sanatın politikleşmesinden daha üstün bir konuma gelerek olduğunu belirtmiştir (Foster, 1985, s. 91). Gösteride çağdaş kitlelerin şeyleri mekânsal ve insani olarak bir araya getirme isteği gerçekleştirilemeyecek bir istektir; çünkü yabancılaşmanın aracı ve toplumun zıttı olan şey olan meta ile bunu yapmak istemektedirler. “Bu şekilde gösteri, ‘estetik görünümün metanın karakterinin bir işlevi haline geldiği noktayı’ temsil eder; gerçekte, gösteride sanatın, geleneğin, topluluğun kayıp aurası, metanın "aurası" ile değiştirilir.” (Foster, 1985, s. 92).

### Kültür Bozumu Kavramı

Kalle Lasn (2004, s. viii) Kültür Bozumu adlı kitabında Amerika’nın artık bir ülke olmaktan çok trilyonlarca dolarlık bir marka olduğunu belirtmektedir. Lasn, bu iddiasıyla, Amerika’da bireyin ülkesine vatandaşlık bağıyla

bağlı bir yurttaş olmasından öte bir markaya bağlı müşteri olmaya doğru döndüğünü ima etmektedir. Böyle bir iddianın en temel sebebi ise Amerika menşei çokuluslu şirketlerin önce ulusal daha sonra uluslararası boyutta elde ettiği gelirlerdi. Kalle Lasn ve arkadaşları ortaya koydukları kültür bozumu anlayışıyla önce Amerika daha sonra dünyanın geri kalanında çok uluslu şirketlerin egemenliğine son vermek için harekete geçmişlerdir. Bu harekete katılanlara kültür bozucuları ismini vermektedirler.

1993 yılında kültür eleştirmeni Mark Dery’nin yazmış olduğu aynı adlı makaleyle popülerlik kazanan kültür bozumu kavramını ilk defa 1984 yılında karşı kültür üzerine yapmış olduğu çalışmalarla bilinen Negativland adlı müzik grubu tarafından, reklam panosu tahrifatı ve diğer medya türlerinde gerçekleştirilen medya sabotaj biçimlerini ifade etmek için kullanılmıştır.

Kültür bozumu kavramı genellikle tüketici kültürünün işleyişini eleştirmek, alt üst etmek ve sıkıştırmak için bir dizi taktik olarak tanımlanmaktadır. Bu taktikler ticari olmayan kullanımlar için medya şakaları, reklam parodileri, metin avcılığı, reklam panolarına el koyma, sokak performansı ve kent mekanlarını geri almadır (Delaure ve Fink, 2017, s. 6). Mark Dery (2017, s. 46) kavramın ilk olarak Negativland adlı bir rock grubu tarafından reklam panolarında meydana gelen değişimleri ve diğer medya sabotaj biçimlerini tanımlamak için kullanıldığını belirtmiştir.

No Logo adlı kitabın yazarı Naomi Klein kültür bozumuna katkı sunanları “anlambilimsel bir Robin Hoodçuluk” yarattığını belirtmektedir (2012, s. 302). Yine Umberto Eco da bunları gösterebilimsel gerilla savaşında olan iletişim gerillaları olarak adlandırmıştır. Dery (2017, s. 47) iletişim gerillalarının aktarıcından (reklam panoları vs.) alıcıya geçen sinyallerde gürültü yaratarak kendine has ve önceden kestirilemeyen yorumlamalara yol açtığını belirtmiştir. Bu iki benzetme oldukça yerindedir. Çünkü sermaye sahipleri tarafından sahiplenilen reklam panoları reklamlar aracılığıyla tek yönlü bir mesaj aktarımıyla kamuya açık ortamlarda kelimenin tam anlamıyla bireylerin zihnini zapturapt altına almaya çalışmaktadır. Böyle bir durumda kültür bozucuları reklam panolarında yer alan ilanlardaki mesajları “alt üst ederek” toplumda farkındalık oluşturmaya çalışmaktadırlar.

Kültür bozumu ve detournement eş anlamlı kullanılmış ve reklam şirketlerinin bugün kültür olarak adlandırdığımız birçok şeyin üretiminde etkin olduğu bilinmektedir. Bununla birlikte detournement gibi reklam mesajlarını alt üst edici yöntemlerin sanat aracılığıyla topluma özerk alanlar yarattığını söyleyebiliriz; bu alanlar bir “kaçış” veya “ferahlama” alanı olarak adlandırılabilir (Malitz, 2015:30). Levine (2017, s. 116) kültür bozumu akımında gördüğümüz farklılığın sanat ve müzik alanında daha önceden görüldüğünü belirtip, bu farklılığın sanatta Dadaistlerin “şok sanatı”nda, Sürrealistlerin görselleri zamandan ve mekândan bağımsız olarak ele almasında, Durumcuların eleştirel détournement’da, müzikte ise hippilerin siyasi ve cinsel ahlak ile verdiği “sakin” mücadelede ve punkçuların müziğin kurallarında yapmış olduğu yıkımda bulunduğunu belirtmiştir.

DeLaure & Fink (2017, s. 12-23) kültür bozumu kavramıyla ilgili literatüre göz attıktan sonra belli başlı ortak noktalar belirlemiş ve özelliklerini aşağıdaki gibi sıralamıştır:

1. Kültür bozumu el koyar: Kültür bozucular var olan kültürel formları revize eder. İmgeler, reklamlar, reklam panoları, şehir duvarları ya da ticari alanlar üzerinde değişiklikler yaparak onları yeni bir şeye dönüştürür. Kültür bozucuların ham maddeleri imajlar, sesler, manzaralar ve tüketici kapitalizminin geç modern döneme ait alışkanlık haline gelmiş pratikleridir.
2. Kültür bozumu kurnazdır (artful): Bu özellik kültür bozumuna ait bir diğer önemli özelliktir. Kelimenin iki anlamıyla hem zeki ve cingöz hem de yaratıcı becerilere sahiptir. Önemli kültür bozucularından Adbusters ekibinin yıkıcı reklamları yıllarca grafik tasarımcılar ve reklam endüstrisi sanatçıları tarafından uygulanmıştır.
3. Kültür bozumu muziptir: Ciddi konularla yüzleşirken kültür bozucuları sıklıkla espri ve muziplik anlayışına sahiptirler. Ayrıca Bahtin'den bildiğimiz karnavalesk kavramı kültür bozumunun karakteridir.
4. Kültür bozumu genellikle anonimdir: Kültür bozucuları genellikle kişisel ün ve servetin peşinde koşmazlar. Yapılan işlerin çoğu maske ardına ya da gecenin karanlığına saklanmış kişilerce icra edilir. İnternet ortamında ise bu ortamın sağladığı anonimlik sayesinde takma adlarla yer almaktadırlar. Bu özellik altında akla gelen ilk isim ise Banksy'dir. Kar maskelerinin ardına saklanan Pussy Riot üyeleri de bir diğer önemli gruptur. Anonim olmanın en önemli taraflarından biri ise kamusal açıklamalarda, gösterilerde veya çalışmalarda eleştiriler kişiden çok olaya gelmektedir. Böylelikle, insanlar kişi veya belirli bir grubu hedef almaktan çok olaya ilgi göstermektedirler.
5. Kültür bozumu katılımcıdır: Kültür bozucular paylaşma ve iş birliği noktasında önemli bir iş yapmaktadırlar. Diğer sanatçılardan farklı olarak kültür bozucuları kültür bozumuna yeni üyeler kazandırmak adına ücretsiz materyaller sağlamak ve taklide davet çıkarmaktadırlar. Bu mantığa göre, bir kutu spreya boyaya ile belirli kalıpları uygulayabilen herkes Banksy olabilmektedir.
6. Kültür bozumu politiktir: Kültür bozumu baskın kapitalist kültürün bir eleştirisi olarak politik işler çıkarmaktadır. Burada amaç var olan iktidar yapılarıyla mücadele etmek, iki yüzlülüğü ve adaletsizliği ortaya çıkarmak, halkın öfkesine kıvılcım yakmak ve kolektif eylemi harekete geçirmektir.
7. Kültür bozumu seri işler yapar: Çoğu vakada kültür bozumu tekli değil birbiriyle alakalı serilerden oluşan işlerden meydana gelmektedir. Adbusters grubunun simge niteliğindeki Absolut votka reklamlarına eleştiri olarak reklam serileri hazırlamıştır.
8. Kültür bozumu saldırgandır: 2014 sonbaharında Amerikalı beyaz polis memurunun silahsız Afro-Amerikan genç Michael Brown'ı vurması sonucu

Amerika genelinde protestolar baş göstermişti. Bir grup kültür bozucu senfoni konserinde ayağa kalkarak Sivil Haklar şarkısını söylemeye başlamışlardır. Yine beyazların baskın olduğu bölgelerden üçünde (Oakland, California, New York City) brunch saatlerinde bir restoranda birden ayağa kalkarak beyaz polisler tarafından vurulan siyahi Amerikalıların isimlerini okumaya başlamışlardır.

Markalara karşı yapılan kültür bozumu faaliyetlerinin markalar tarafından iki yüzlü bir şekilde ele alındığını söylemek mümkündür. Zira Klein (2012, s. 309-10) markaların Amerikan Ulusal Reklamcılar Derneği aracılığıyla yürüttüğü lobi ile bu tip faaliyetlerin polis tarafından yetkisiz sansür olarak adlandırılmasını sağlamıştır. Bununla beraber, çokuluslu milyonlarca dolarlık marka değerine sahip olan markalar kültür bozumu faaliyetlerinin mahkemeye taşınmasını, politika alanında tartışmaya yol açacağı için, iyi bir yol olarak değerlendirmezler. Ama biz biliyoruz ki bugün hâlâ markalar birbirlerini sloganları ya da ürünleriyle alay ettikleri gerekçesiyle dava ediyorlar.

Heath & Potter (2012, s. 13-5) hemen hemen her karşı kültür hareketinin pazarlandığını, kapitalist ekonomiye katkı sunduğunu ve dolayısıyla da devrimci pratiğe hizmet etmediğini belirtmektedir. Onlar bunun en çarpıcı örneklerinin hippilerin Amerikan'ın üç büyük otomobil devine karşın Volkswagen'in kaplumbağasını tercih etmesi, 1999'da Seattle'da meydana gelen ayaklanmalar sırasında göstericilerin Niketown'u kırıp dökerken bazılarının ayaklarında Nike marka spor ayakkabı olmasını veya kendini asi olarak niteleyen genç kaykaycılarının Vans ve Airwalk markalarını milyon dolarlık bir şirkete dönüştürmesinin olduğunu belirtmektedirler. Öyle ki Adbusters da günün sonunda aynı yolu izleyecektir. Kökenini 1960'ların sitüasyonist geleneğine borçlu olan kültür bozumu, bu faaliyetlerde bulunan bozucular arasında da eleştiri kültürünü oldukça diri tutmaktadır. Zira, Adbusters'ın zaman içinde kültür karıştırması alışverişinin yapıldığı bir sanal mağazaya dönüşmesi, kendilerinin aynı yolda yürüdüğü diğer bozucular tarafından eleştirildiği bilinmektedir. Derginin örneğin "Kara Cuma" karşıtı oluşturduğu "Satın Almama Günü"ne yönelik takvim, tişört vs. gibi ürünler üretmesi diğer bozucular tarafından eleştirilmektedir (Klein, 2012, s. 317).

Klein (2012, s. 321-2) kültür bozumunun kullandığı ironiyi, taktikleri, müzik anlayışını (punk) vs. kendi anlayışıyla birleştiren veya birebir kullanan markalara hizmet eden pazarlamacıların her zaman var olacağını, ama bunun kültür bozucularının şevkini kırmaması gerektiğini belirtmektedir. Aksine onlara düşen yeni taktikler ve işlerle bu akımı devam ettirmek ve her zaman olduğu gibi asıl hedefe almaları gereken, markaların yeni reklamları, statü sembolü olarak ürünler ya da kitlesel homojenleşme değil, yorulmak bilmez kültür akbaları olan çokuluslu markaların ta kendisi olmalıdır.



## Adbusters

Kalle Lasn ve Bill Schmalz tarafından 1989'da Kanada'nın Vancouver kentinde Adbusters Medya Vakfı adıyla bir örgüt kurulmuştur. Vakıf tüketim karşıtı kampanyalar düzenleyen ve kültür bozumu konularını da ele alan Adbusters adında iki ayda çıkan bir dergi yayınlamaktadır.

Adbusters bireyin günlük hayatta farkında olmadığı ama zarar gördüğü ve gelecek nesilleri de ilgilendiren tüketim, çevrecilik, sosyal medya gibi konular ile ilgili belirli kampanyalar planlayıp bu etkinliklere kültür bozucular olarak bizlerin de katılmasını istemektedir. Bu kampanyalardan en bilindik olanı ve 1992 yılından beri yapılan Satın Almana Günü'dür. İlk olarak, 1992'nin Eylül ayında Vancouver'lı sanatçı Ted Dave tarafından aşırı tüketime dikkat çekmek için yapılmış bir kampanya olsa da 1997 yılından itibaren tanıtımları Adbusters tarafından yapılarak yine aynı amaçla ve Şükran Günü'nden sonraki cuma günü düzenlenen Kara Cuma'ya karşı bir tutum sergilemek için aynı gün düzenlenmeye başlamıştır. Kampanyanın hedefi bireylerin sadece bir gün satın almadan dayanabilmelerini sağlamaktır. Böylece Kara Cuma günü hem şirketlerin daha az kazanmaları sağlanırken, hem de bireyin ihtiyaç dışı harcamalarına engel olunacaktır.

Kalle Lasn'ın kültür bozumu kitabını yazarken vurguladığı en önemli hedefi zihinsel çevremizin "temiz" tutulması gerektiği olmuştur. Bunu "fabrikalar fiziksel çevremiz ne ise ticari medya da zihinsel çevremiz için o" diyerek tanımlıyordu (Lasn, 2004, s. 20). Adbusters bu hedefi gerçekleştirmek için 2000'lerin başında TV Kapatma Haftası adı altında bir kampanya düzenlerken daha sonraları özellikle akıllı telefonların yaygınlaşması ve sosyal medya araçlarının hayatımıza girmesiyle Silikon Vadisi'ni İşgal Et (Occupy Silicon Valley) kampanyası düzenlemeye başladı. Bu kampanya yine hem ekonomik hem de kültürel alanımızı ele geçiren Amerikan'ın en değerli şirketlerine karşı bireyleri harekete geçirmeyi amaçlamaktadır. Kampanya kapsamında bir günlüğüne Google'da sadece "Google Kötülük Yapar" araması yapılmasını böylece bu büyük şirketin vicdan muhasebesi yapmasını sağlama, Amazon'da sepeti yüklü miktarda siparişlerle doldurup satın almadan geri çekilerek sitenin sunucularını gerçekleştirilemeyecek siparişlerle meşgul etme, Facebook'ta şirketin yıllardır reklamlar üzerinden bizden kazandığı dolarları talep etmek için Mark Zuckerberg'e göndermek üzere zihinsel sağlığımızın ve dönüşüme uğramış hafızamızın uğradığı hasarları belirten bir fatura ekleyip bir sorun bildirme ve son olarak bir Apple mağazasına gidip mağazanın parlak pencerelerine alt üst edici yapışkanlar, sloganlar ve logolarla kaplama etkinlikleri yer almaktadır.

Adbusters'ın potansiyel kültür bozucular olarak bizleri bilgisayar başında veya fiziki olarak hiçbir şey yapmayarak harekete geçirmeye çalışmasının yanında 2011 yılında yeni toplumsal hareketlerden biri olan Wall Street'i İşgal Et hareketinin oluşmasında da en önemli aktörlerden biridir. Derginin kurucusu Kale Lasn ve editörü Micah

White tarafından tasarlanan kampanya New York merkezli Zucotti Park'ta kısa süre içerisinde önce 200 aktivisti daha sonra da on binlerce insanı bir araya getirmişti. Bratic (2017:324) Wall Street'i İşgal Et hareketini kültür bozumu tekniklerinin (meme, birden kalabalıklaşan insan grubu/flash mob, platform) birer yakınsaması görürken, aynı zamanda kültür bozumunun evrimleşmesi olarak kabul etmektedir.

## Sonuç

Sitüasyonist Enternasyonal'in avangart sanat pratiklerinde açtığı yeni yol gündelik hayatın pratiğini önemli bir şekilde yönlendirmiştir. Günden güne gelişim gösteren kitle iletişim araçlarının sermaye tarafından kullanılması tüketicinin edilgen konumunu daha da derinleştirmeyi amaçladığını söylemek mümkündür. Bu bize gösterinin etkinlik alanını genişletebilecek yeni araçlar bulunduğunu da göstermektedir. Böyle bir durum, kitle iletişim araçlarından gelen mesajların taban örgütlenmeleri tarafından engellenmesi veya değiştirilmesi gerekliliğini doğurmuştur. 20. yüzyılın sonundan günümüze kadar bu görevi Sitüasyonist mirasın günümüz temsilcileri olarak gösterebileceğimiz kültür bozucuları yapmaktadırlar.

Sitüasyonist saptırma (detournement) ilkesi ile kültür bozumunda gördüğümüz tahrifat pratiklerinde ortak özellik birincisinde sanat pratikleri ikincisinde medya içeriğinde meydana getirilen değişimlerdir. Bu değişimler söz konusu medya içeriğinde yer alan her bir kapitalist kültür unsurunun değiştirilmesiyle o unsurun kendine yeni bir alan açması hedeflenmektedir. Yine her iki akımda da bireyin katılımcı özelliğine ihtiyaç duyulmaktadır. Zira gösteriyi oluşturan içeriklerin saptırılması öznenin kendi iradesini ortaya koymasını gerektirmektedir. Bu burjuva estetiğine ihtiyaç duymayan hatta onu değiştirmeye çalışan iki akım için de özgürleştirici bir etkiye de sahip olacaktır. Buradan şunu söyleyebiliriz: sermaye gösteri aracılığıyla yabancılaştırırken Sitüasyonist ve kültür bozumu düşüncesi özgürleştirir.

Kültür bozumu akımının Adbusters adında Sitüasyonist Enternasyonal gibi güncele ait olan fikirlerini yazıya döktüğü bir süreli yayını bulunmaktadır. Gündelik yaşamı hedefleyen iki akım kendi dönemlerinde iki büyük toplumsal hareketi de etkilemeyi ve oluşturmayı başarmıştır. Bu hareketler sırasıyla 1968 Olayları ve Wall Street'i İşgal Et Eylemleridir. Bu iki olay da sadece kendi dönemini veya ülkesini değil geleceği ve dünyayı etkilemiştir.

## Extended Abstract

The 20th century is a very eventful century, both artistically and politically. Especially movements such as Dadaism and Surrealism, which emerged from the beginning of the century, tried to apply their works with a new understanding of art as avant-garde. The nature of avant-garde movements is to destroy the existing understanding of art and eliminate institutionalized art.

This means the end of thousands of years of artistic tradition. In the period after the Second World War, another avant-garde approach to art emerged, proposed as the new avant-garde. The most important representatives of this understanding are Situationism.

The Situationist International organization, founded by French writer Guy Debord and his friends in 1957, started its publishing life with the magazine of the same name. Changing works of art rather than creating them has been one of the main aims of situationism. Thus, they will change the bourgeois aesthetics that dominate art. Situationists will make this change with the technique they call *détournement*. Like every avant-garde art movement, situationism wants to turn the passive individual into an active position with the idea of participatory art. According to Debord, the most important thing that ensures the passivity of the individual is the spectacle created by capital with images. Actively surpassing the spectacle is possible with creativity. It is the practice of avant-garde aesthetics expected from the individual because it is against bourgeois aesthetics. Changing each piece of media content until it loses its original feel is one of the important aspects of *détournement*. Just as the situationists were influenced by the avant-garde art movements that came before them, they were also influential in shaping the movements that came after them. This movement, which we encountered at the end of the century, is a culture jamming.

Culture jamming is a movement that started its publication life with the Canada-based *Adbusters* magazine, pioneered by Kalle Lasn. Culture jamming movement, which tries to create anti-consumerist practices from an anti-capitalist perspective, uses many techniques, from subvertising to media sabotage. All these studies are published both in *Adbusters* magazine and on the magazine's social media accounts. Their main similarity with situationism is that they invite everyone to participate in their campaigns actively, using their creativity, from a participatory perspective. Everyone who participates is called culture jammers. The techniques used coincide with the *détournement* principle of situationism. Participation in both movements has grown so much that, while the Situationists claimed to have created the intellectual background of the 1968 Events in Paris, *Adbusters* magazine organized the Occupy Wall Street protests.

### Kaynakça

Artun, A. (2019). Kuramda avangard ve Bürger'in avangard Kuramı, Avangard kuramı (2. Baskı, s. 7-31) içinde.: İletişim Yayınları.

- Bishop, C. (2018). *Yapay cehennemler: Katılımcı sanat ve izleyici politikası*. (1. Baskı). (M. Haydaroğlu, Çev.). Koç Üniversitesi Yayınları.
- Bratich, J. (2017). *Memes, movements, and meteorology: Occupy Wall Street and new mutations in culture jamming. Culture jamming: Activism and the art of cultural resistance* (s. 322-347) içinde. New York University Press.
- Clark, T. (2017). *Sanat ve propaganda: Kitle kültürü çağında politik imge*. (2. Baskı). (E. Hoşsucu, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Debord, G. (2006). *Report on the construction of situations and on the international situationist tendency's conditions of organization and action*. (K. Knabb Ed. ve Çev.), *Situationist international anthology* (s. 25-43) içinde. Kanada: Bureau of Public Secrets.
- Debord, G. (2017). *Gösteri toplumu*. (7. Baskı). (A. Emekçi, & O. Taşkent, Çev.). Ayrıntı Yayınları
- Delaure, M. & M. Fink (Ed.). (2017). *Culture Jamming: Activism and The Art of Cultural Resistance*. New York University Press.
- Dery, M. (2017). "Culture Jamming: Hacking, Slashing, and Sniping in the Empire of Signs", *Culture Jamming: Activism and The Art of Cultural Resistance* içinde. New York University Press. 39-62.
- Foster, H. (1985). *Recoding: Art, Politics and Cultural Politics*. Seattle: Bay Press.
- Gilman-Opalsky, G. (2013). *Unjamming the Insurrectionary Imagination: Rescuing Détournement from the Liberal Complacencies of Culture Jamming. Theory in Action*. 6.3. 1-34. <http://transformativestudies.org/wp-content/uploads/10.3798tia.1937-0237.13019.pdf> (Erişim Tarihi: 29 Ağustos 2019).
- Heath J. & Potter, A. (2012) *İsyan Pazarlanıyor: Kültür Neden Parazitlenemez*. (Tosun, T. çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Kanngieser, A. (2015). "Uzman 'Getto'sundan Çıkmak: Radikal Politikada Performatif Karşılaşmalar", *Küresel Ayaklanmalar Çağında Direniş ve Estetik*. (A. Kuryel ve B.Ö. Fırat der). İletişim Yayıncılık.
- Klein, N. (2012). *No logo*. (Uysal, N.çev.). Bilgi Yayınları.
- Knabb, K. (2006). *Détournement as Negation and Prelude*. (Knabb, K, Eds). *Situationist International Anthology*. Nu 1, Bureau of Public Secrets.
- Lasn, K. (2004). *Kültür bozumu*. (Pekman, C. ve Ilgaz, A. çev.). Bağımsız Yayınlar.
- Levine, M. (2017). *Putting the 'Jamming' into Culture Jamming: Theory, Praxis, and Cultural Production during the Arab Spring, Culture Jamming: Activism and The Art of Cultural Resistance* içinde. New York University Press. s. 113-132
- Malitz, Z. (2015:30). "Taktik: *Détournement/Kültür Bozumu*", *Bela İyidir: Devrim Kılavuzu*. A. Boyd ve D.O. Mitchell (drl). İstanbul: Bilgi Yayınları.
- Marcus, G. (2013). *Ruj Lekesi: Yirminci Yüzyılın Gizli Tarihi*. (Koca, G. Çev.), Ayrıntı Yayınları
- Ranciere, J. (2015). *Özgürleşen seyirci*. (Şaman, E.B. çev.), *Metis. Sitüasyonist Enternasyonal*. (2008). *Sitüasyonist Enternasyonale Temel Giriş*. Nu.1, Altıkırkbeş Yayın.
- Vaneigem, R. (1996). *Gençler için hayat bilgisi el kitabı: gündelik hayatta devrim*. (A. Çakıroğlu ve I. Ergüden, Çev.). Ayrıntı Yayınları.