

“Modern ve çağdaş Türkiye”de aykırı bir dergi: Birikim

RIFAT N. BALI

1975 yılında yayın hayatına atılan ve on üç yıl gibi ciddi bir zaman süresinden beri yayın hayatında olan *Birikim*'in serüvenini incelerken, 1975-1980 dönemi Türkiye'si ile 1980-1997 Türkiye'sinin özellikle okur profili açısından bambaşka olduğu bir gerçektir. 1980 sonrası Türkiye'sini karakterize eden en önemli unsur Turgut Özal'la birlikte başlayan liberalizm ve yeni sağ düşüncenin tüm Türk toplumuna, öğrencisinden esnafına ve yazarına kadar nüfuz etmiş olmasıdır.

1980'li yıllarda kendini modernizmin ve tüketimciliğin rüzgârına kaptırılmış ve bir vitrinden diğerine koşan Türk toplumu özellikle 1980'li yılların ortasından beri, kendini lokanta, cafe, bar, dergi ve gazete patlamasıyla karşı karşıya buldu ve büyük bir zevkle bir cafeden diğerine gider gibi bir dergiden diğerine konmaya modernizmin tüm nasiplerinden faydalanmaya ve “keyif alma”ya uğraştı. Tirajları birkaç onbini bulan bu dergilerin yanı sıra 2-3000 civarında tirajı ile hayatını sürdüren *Birikim*, çizgisiyle bu modern dergilere “rakip” değildi, rakip olmamasının yanı sıra düzeyi ve içeriği ve savunduğu dünya görüşüyle de hiçbir şekilde karşılaştırma kabul etmezdi. Fikir düzeyinin yüksekliği ve belki de bir “sosyalist kültür” dergisi olması nedeniyle 1980'li yıllardan itibaren kendini liberalizmin rüzgârına bırakmış olan Türkiye'de artık liberal-

lerin gözünde "demode olmuş bir sol"un bakışıyla olayları tahlil eden dergiler dar bir entelektüel çevrenin dışında pek de rağbet görmemekte, bu nedenle yeni çıkan "modern" içerikli bir dergi kısa bir süre zarfında onbinleri bulan bir tirajı yakalamasına rağmen, fikir dergileri birkaç binlik kısa döngüyü kıramamaktadırlar.

1980'li yıllarda başlayan bu durum bugün halen devam etmektedir. Siyasî ortam ne olursa olsun, bireyler artık "light" veya "ultra light" dergileri aramaktadır. Bu dergiler parlak kâğıtlara basılmış ve göz altıcı genç kızların fotoğraflarıyla bezenmiş olmaları veya günün meselelerine "ultra light" bir yaklaşımla yaklaşmaları satışlarını artırmaktadır. Dahası bilgilenecek ve düşünmek isteyen okurlar içinde "mecburiyetten değil, keyifle okunacak" dergiler yayın piyasasına sürülme ve bu dergiler *Birikim*'in son yıllardaki tematik dosya yaklaşımına benzer bir şekilde "bilgi bombardımanı altında kalan insanlar"ı belli bir konuyla ilgili "neredeyse bir kitabın içereceği kadar bilgiyi bir dergi okuma rahatlığı içinde" sunmayı amaçlamaktadırlar. Türkiye'deki gazetecilik anlayışının da habercilikten ziyade yorumlara dayanması da vasat okuru fikir dergilerine yöneltmekten ziyade onu oralardan uzaklaştırmaktadır. Günlük ilaçlarını almış gibi birkaç köşe yazarının gündemle ilgili yorum/tahlillerini okuyan vasat okur o günlük entelektüel gidasını alıp meınmun bir şekilde işine gitmekte, iş arkadaşlarıyla birlikte öğle yemeğini yediği "pub" veya "restaurant"larda veya akşam davet edildiği toplantılarda ayak üstü konuşacağı ve bilge tahlillerde bulunacağı konuşmalar için gerekli entelektüel hammaddesini depolamış olmaktadır.

İyiden iyiye bir yayın patlaması yaşayan 1990'lı yılların Türkiye'sinde *Birikim*'in hitap ettiği fikir düzeyindeki öğrenciler, aydınlar, işadamları istisnalar hariç tabir caizse "gün"ü kurtarmakla ve görünümlemlerini taze tutmakla meşğuller. Günümüz Türkiye'sinde işadamları sıfatlarının yanı sıra hattâ o sıfatlarından önce kendilerini bir aydın, Avrupa'da yükselen sol dalga ile de sosyal demokrat bir kimliği ve kıyafetini fevkalade yakıtır bir şekilde takmış bulunan Türk işadamları ve siyasetçiler bir gazete köşesinden diğerine yazı

yetiştirmek, söyleşilerde bulunmak, bir toplantıdan diğerine, bir TV programından diğerine koşuşturmak, genelde her konuda ve bugünlerde ise özellikle sol konusunda, fikir beyan etmekle meşğuller. Ancak burada anlaşılması oldukça zor olan bir gerçek var. Bu kişiler bu kadar geniş ve yoğun bir entellektüel çaba içindeler iseler, ve dahi kendilerini sosyal demokrat diye tarif edip sol kültüre açık iseler, *Birikim* ve benzeri dergiler neden iki-üç bin barajını yıkamıyorlar neden beş-yedi bin satmıyor?

Bu sorunun cevabı Can Kozanoğlu'nun ufuk açan kitabının başlığında mevcuttur: çünkü çağımız "cılızı imaj devri"dir

Türkiye'de 1980'li yıllarla başlayan "Ozallı yıllar" fenomeni ile filmin tam anlamıyla koptuğuna inanıyorum. Artık entelektüel çabalar, fikir yazıları, derin tahliller Türk toplumunun "yüksele değerler"i arasında mevcut değildir. Refah Partisi'ne karşı bir panzehir olarak Avrupa'da yükselen sol dalganın Türkiye'ye yansı(tıl)ması çabaları çerçevesinde bir süre özellikle sol eğilimli fikir uğraşları günün "in" değerleri arasına girecek, kimbilir belki de *Birikim* bazı modern bar ve cafe'lerin girişlerinde Havana puroları ve parlak kağıda basılmış diğer dergilerle birlikte satışta görülecek, kimbilir belki şirketlerin yıl sonu hediyeleri arasında *Birikim*'e bir yıllık abone yaptırma gibi hediyeler "moda" olacaktır, belki "İstanbul'un Manhattan'ı" diye kamuoyuna sunulan Zincirlikuyu, Maslak bölgesinde yükselmekte olan çepeçevre cam kaplı "gökdelenler"in altlarında gazete "kiosk"larında her ay kırk-elli adet *Birikim* satılacak, belki üniversite yıllarında ödevleri ve tezleri için *Birikim*'den faydalanmış bulunan bir zamanların öğrencisi şimdinin genç finans analisti, "broker"ı, reklamcısı, pazarlamacı "aa ben bir zamanlar bu dergiden epey faydalanmışım" deyip, dergiyi geçici bir hevesle satın alacaktır, belki akşam davetlerine ve/veya seminerlere kolunun altında bir *Birikim*'le gitmek çok "in" olacaktır. Ancak yakın ve orta vadede kapitalizm, tüketimcilik ve yüzeysellik galip gelecek bireyler günü geçiştirecekler, kişiler şurdan burdan intihal ettikleri tahlil kırıntılarını ciddi bir şekilde paketleyip kendi tahlilleri gibi sunacaklar

dergi ve gazetelerin gündemlerini güncel olaylar işgal edecek, 65 milyonluk bir ülkede 2/3000 kişi dışında bir kitle belki de *Birikim*'in adını bile duymamış olacak duyduğunda da başlığının altına bakıp "sosyalist kültür dergisi" yazısını görüp dudak bükecek ve muhtemelen bir "gourmet", müzik, gezi veya dekorasyon dergisini almayı tercih edecektir.

Mesele bir *Birikim* veya aynı çizgideki dergilerin meselesi değildir. Mesele Türkiye'nin geç yaladığı ancak tadını çıkara çıkara bir türlü doymadığı kapitalist tüketim kültürünün tek kable olarak alındığı bir ortamda ciddi bir fikir birikimine kimsenin ihtiyaç hissetmemesidir. Mesele "imaj"dır, mesele TÜGIAD, TUSIAD, MÜSIAD, işadamları ve teknokratlar çağında, salt işadamlığı ve teknokratlığın artık soluk bir imaj vermeye başladığı bir ortamda "fikir adamı" gibi görünmektir.

Türkiye'nin sivilleşmesinin ve bu süreç içinde sivil toplum kuruluşlarının etkinliklerinin ve önemlerinin art(ırıl)masının gerekliliği üzerinde "konuşan bir Türkiye"de aynı sivil toplum kuruluşlarının birçoğunun büyük işadamlarının girişimleri ile de kurulmuş olmaları çok düşündürücüdür. Büyük işadamlarını sosyal demokrat ve hattâ sosyalist görünmeye zorlayan Türkiye'nin şartları karşısında TUSIAD'ın Prof. Bülent Tanör'e hazırlanmış olduğu "Türkiye'de Demokratiğe Perspektifleri" raporunun TUSIAD bünyesinde yarattığı ciddi tartışmalar bir yerde işadamlarının turnusol kâğıdı testi oldu ve sihir bozuldu, gerçek görüldü.

Liberalizm, modernizm ve tüketimcilik arasında sıkışmış kalınmış olan Türkiye'nin fikir dünyasının bugün içinde bulunduğu durumdan dolayı *Birikim* ve benzeri dergiler iki-üç bin civarındaki çizgiyi istikrarla tutturmaya devam edeceklerdir, ancak bunu bir veya birkaç kere katlamaları da yakın bir vadede pek zor görünmektedir. Zira tüketici ister genç üniversiteli, ister genç yönetici ve işadamı, ister olgun, "sosyal demokrat" ve "aydın" kıyafetli işadamları olsun istisnalar hariç, vasatı temsil eden kişilerin fikir jimnastiğine ve tahlile ihtiyaçları yok, vakitleri yok, "aydın" işadamlarının ve üst düzey siyasetçilerinin "per-

sonal asistanı"larının hazırlayacakları birkaç sayfalık bir yazının bir-iki paragraflık özeti, birkaç yüz sayfalık bir kitabın da birkaç sayfalık özeti o akşam ki kokteyl partide veya TV açık oturumunda bu bilge kişilerin konuşma dağarcıkları için yeter de artar bile... Genç üniversiteliler için de para yönetimi, finansman, bankacılık, işletmecilik gibi "gözde" mesleklerin geçerli olduğu "2000'li yıllara doğru gelişen Türkiye"nde siyasal bilgiler, tarih, sosyoloji gibi bilim dalları üniversiteli gençleri cezbetmemekte, herkes en kestirme yoldan "başarı"ya, yani paraya ulaşmayı hayal etmektedir. Ortam böyle olunca kişi ne kadar çarpınsa nafîle ve beyhudedir, "tüketici" düşünmek istememekte, "bugün"ü yaşamak istemekte, keyif alma ve güzel görünme peşindedir, fikir dergisine pek rağbet etmemektedir.

1997 Türkiye'sinin bu sıcak Ağustos ayında bireylerin Beyoğlu'nu terk edip Boğaz, Ege ve Akdeniz kıyılarına, Adalar'da, Bodrum'da "keyif alma"yı daha büyük bir hız ve hazla devam ettirirken sınıram Türkiye'nin bu tüketim ve modernizm furçasına ve çılgınlığına direnmeye devam eden *Birikim* yazarları ve iki-üç bin civarındaki sadık okurları, halen her şeyin tükenmediğine bir işaretler, son bir-iki yıldır kitabevlerinin sayılarının artmaları küçük de olsa bir ümittir. *Birikim*'in on üç yıl boyunca istikrarlı bir düzeyde yerini ve okur sayısını muhafaza etmiş olması da bir ümittir.

Toplumun gelişmişlik düzeyinin kişi başına düşen binek arabası, cep telefonu sayısı ve cep telefonu parkının genişliğiyle ölçülmesinin tek ölçü olmayacağı, tüketim sembolleri yerine fikir dergilerinin tirajlarının ölçü olacağı bir Türkiye özlemiyle, nice yüz sayılara *Birikim*!!