

Bu metin, Zygmunt Bauman'ın Pelin Siral tarafından Türkçeye kazandırılarak Habitus Yayınları etiketiyle yayımlanan *Akışkan Modern Dünyadan 44 Mektup* başlıklı kitabından tanıtım amacıyla alınmıştır.

Orijinal Kaynak: Bauman, Zygmunt. (2011). *Akışkan Modern Dünyadan 44 Mektup*, Çev. Pelin Siral, İstanbul: Habitus Yayınları, 27-30.

Atıf Şekli: Bauman, Zygmunt. (2016, Ekim 01). "Sanal Seks: Ağaçların Arasına Girince Orman Görünmüyor!", *Sosyal Bilimler*. sosyalbilimler.org/sanal-seks-zygmunt-bauman

Sanal Seks: Ağaçların Arasına Girince Orman Görünmüyor

Zygmunt Bauman

Türkçesi: Pelin Siral

Brief Encounters: The Women's Guide to Casual Sex'in yazarı Emily Dubberley "seksin artık pizza sipariş etmeye benzediğini" söylüyor... "İnternete girip bir genitalya sipariş edebilirsiniz." Flört etmeye ya da kesişmeye artık hiç gerek yok. Sevdiğinizden kabul görmek için çabalamaya, sevgilinin aşkını hak etmek ya da gönlünü kazanmak için, gözüne girmek için fedakârlık etmeye ve bu çabaların meyvesini almak için uzun süre belki de sonsuza dek beklemeye hiç gerek yok.

Ancak bu, seksüel birleşmeyi bu denli heyecanlı, çünkü belirsiz, bir olay kılan her şeyin ve böyle romantik macera dolu, riskli ve tuzaklarla dolu bir olay arayışına girmenin tümünden ortadan kalkması anlamına geliyor, içinde biraz kayıp olmazsa kazanımların tam tadına varılamaz. Bu kadar çok kullanıcının makbul bulduğu internet aracılığıyla seks de bu sıkıcı kuraldan muaf değil. Bir şeyler kaybedildi —gerçi denildiğine göre çoğu erkek ve hatta kadın da kazanımların feda edilenlere değiştiğini söylüyormuş. Kazanılan *kolaylıktır* (harcanan çabayı en aza indirmek), *hızdır* (arzu ve haz arasındaki mesafeyi azaltmak) ve sonuçlar karşısında *güvencedir* (bilinir ki işin akıbeti her zaman arzu edilen, önceden tasarlanan senaryoya uymayabilir). Sonuçlar nadiren bütünüyle beklendiği, imrenildiği ya da hoşlanıldığı gibidir. Keyifli ve açıkça zevkli olabildikleri kadar sıkıcı ve sinir bozucu da çıkabilirler.

Hızlı ve güvenli seks imkânı sunan ve 2,5 milyon kayıtlı üyesi bulunan web sitelerinden biri kendi reklamını şu sloganla yapıyor: "Gerçek seks partneriniz *bu gece* burada!" (italikler onlara ait). Genelde eşcinsel alemde dünyayı gezenlerin isteklerine hitap eden, dünya çapında milyonlarca üyesi bulunan bir diğerinin sloganı ise şöyle: "İsteddiğiniz, istediğiniz *anda* elinizde." (italikler onlara ait). Her iki sloganda da üstü kapalı bir mesaj saklı: Aranılan mallar tüketime, oracıkta derhal tüketime hazır. Arzu, hazzıyla

birlikte paket bir teklif içinde geliyor: kontrol sizde. Milyonlarca reklamın tedrisatından geçen kulaklara bu mesaj hoş ve tatlı gelir (her birimiz bir yıl içinde büyüklerimizin bütün ömürlerinde seyrettiklerinden daha fazla reklam seyretmeye zorlanıyor/sürükleniyoruz.) Şimdiki (eski devirlerin aksine) reklamlar kahve ya da hazır çorba kadar hızlı (‘sıcak suya eklemek yeter’) cinsel hazlar vaat ediyor. Herhangi bir sabır, fedakârlık ve iyi niyet göstermeden, uzun ve zorlu bir terbiyeden geçmeden, saçma, ağır ve bazen dayanılmaz zorluklara katlanmadan ulaşılamayacak, mekân ya da zaman açısından uzak hazları alçaltıyor, çarpıtıyor ya da saçmalaştırıyorlar —ve bu da önümüze sürdükleri her denemede hataya düşme ihtimalimizi artırıyor.

Buna benzer bir ‘sabırsızlık kompleksi’ Ulusal Sağlık Hizmetleri konusunda Margaret Thatcher’ın yirmi yıl önceki hatırlanmaya değer şikâyetinde ve sağlık hizmetlerinin özelleştirilmesini neden bir gelişme olarak gördüğünü açıkladığında da dile gelmişti: “Kendi seçtiğim doktoru, kendi seçtiğim zamanda istiyorum.” Kısa bir süre sonra Thatcher’ın rüyalarını tam anlamıyla öldürcek gibi değilse de bu rüyayı inandırıcı kılıp ve ciddiye bindirecek bir araç —kredi kartı suretindeki sihirli değnek— icat edildi. Bu araç, bankaların ve kredi şirketlerinin kendilerinden gelecek ilgi ve yardımı hak ettiğini düşündükleri, sayıları giderek artan bireylere, tüketici yaşam felsefesini getirdi.

“Doğmamış çocuğa kaftan biçme!” diye eski ve yerleşik bir atasözü vardır. Bugün hızlı hazza dayalı modern hayat stratejilerine uygun çocuklar doğuyor. Bütün bir nesil ve bizler de kaftanları biçmek için her tür hakka sahibiz. Psikoterapist Phillip Hodson da bu hakkı kullanmış ve süre gelen cinsel devrimin internet evresinin sonuçlarını hem iyi hem kötü yanlarıyla aktarmış. Hodson kendisinin ‘atılabilir, hızlı haz kültürü’ (henüz evrensel olmasa da hızla yayılan) dediği paradoksa ulaşmış. Ana babalarının, hatta söylemeye gerek bile yok ki büyükanne ve büyükbabalarının bütün bir ömürleri boyunca flört edebileceklerinden çok daha fazla kişiyle tek bir gecede (elektronik ortamda) flört eden insanlar, er ya da geç, her tür başka bağımlılıkta olduğu gibi, yaşadıkları tatminin, uyuşturucunun her yeni dozundaki gibi giderek azalacağını anlayacaklardır. Edindikleri deneyimi biraz daha derinlemesine gözlerlerse ayrıca artık sadece eski romanlarda okuyabildikleri uzatmalı romantizmin ve yavaş ve çetrefilli baştan çıkarmaların ‘işin kendisine’ giden yolu uzatan gereksiz, fazla, külfetli ve sinir bozucu *engeller* değil, aksine, belki de hatta o ‘iş’ için çok önemli *malzemeler* olduklarını, aslında bunların hepsinin erotik ve ‘seksi’, büyüleyici ve cezbedici olduklarını göreceklerdir.

Özetlemek gerekirse: *nicelik* için *nitelik* elden gitmiştir. ‘Yeni’ ve ‘gelişmiş’, internet ortamında yaşanan cinsellik, artık atalarımızın aklını başından alarak, onları şanını şöhretini göklere çıkartan, evlilik saadetini cennetle bir tutan ciltler dolusu şiirler yazmaya sevk eden o ‘şey’ değildir. Pek çok başka araştırmacıyla aynı fikirleri paylaşan Hodson’ın bir başka gözlemi de internet ortamında yaşanan cinselliğin insanlar arası bağları kuvvetlendirip tatmin edilmemiş hayallerden doğan trajedileri azaltmak yerine, ortaklığın büyüsünü bozduğu ve son toplamda hayalleri eksilttiği yönünde. İnternet

vasıtasıyla kurulan bu bağlar gerçek ‘çevrimdışı’ hayatta emek harcanarak kurulanlardan daha zayıf ve daha yüzeyseller ve bu nedenle daha az doyurucu ve arzu edilirler (böyle bir şey varsa), daha az ‘değerliler’, şayet böyle bir değer varsa —ve daha az değer görüyorlar.

George Simmel’in çok önceden dediği gibi, şeylerin değeri onları elde etmek için feda edilenlerin büyüklüğüyle ölçülür. Artık daha çok insan daha fazla ‘cinsellik yaşıyor’ olabilir ama bu sayılardaki artışa paralel olarak yalnız yaşayan, yalnızlıktan ve terk edilmenin dayanılmaz acılarından kahrolan insanların sayısı da artıyor. Acı çeken bu insanlar çaresizlik içinde bu duygularından kurtulma arayışındalar ve kurtuluş için onlara daha fazla ‘çevrimiçi’ cinsellik vaadi sunuluyor. İnternette pişen, internette servis edilen bu özel yemek, bir insanın eşliğine duyulan açlığı gidermek yerine, sadece yokluğunun daha fazla hissedilmesine ve insanların sıcak bir birliktelik özlemiyle daha kırgın, yalnız ve aç hâle gelmesine neden oluyor.

Kazanımlar kayıplarla kıyaslandığında unutulmaması gereken bir konu daha var. Çevrimiçi flört ajansları (ve hatta hızlı seks ajansları) tek gecelik ilişki için olası eşleri, ‘mevcut malların’ kilolarına, vücut tiplerine, etnik kökenlerine, tüyelerine vs. göre (dosyalama kriterleri kullanıcı hedef kitleye ve o sıralarda ‘makbul’ sayılan baskın görüşlere göre çeşitleniyor) sınıflandırdıkları bir katalogda sunuyor. Bu sayede kullanıcılar eşlerini ‘bütünün’ ve cinsel hazzın niteliğini belirleyeceğini sandıkları birtakım parçaları bir araya getirerek seçebiliyor (*onları* kullanacak kişilerin de aynı yolu izlemesini bekliyorlar). Bu süreçte bir şekilde ‘insan’ denildiğinde canlanan hayal parçalanıp yok oluyor: Ağaçların arasına girince orman görünmüyor. İnternette satış yapan şirketlerin kataloglarından mal seçer gibi, arzulanır tiplerin ve işlevlerin sergilendiği bir katalogdan kendinize eş seçmek, kendi kendini yaratan ve sinsice kabul ettiren miti kabalaştırıyor: Yani, biz insanların, her birimizin benzersiz, değeri kendi tekilliğinde ya da biricikliğinde saklı birer kişi ya da kişilik değil de bir dizi karman çorman satılır ya da satılması zor özellikten ibaret olduğumuz mitini...

Kayda Değer Akademik Metinler mottosuyla, 10 Ağustos 2015 tarihinde yayın hayatına başlayan *sosyalbilimler.org*, sosyal bilimler meselelerine yoğunlaşan, gönüllülük odaklı, açık erişim, akademik bir web sitesidir. Hakkında detaylı bilgi almak için sosyalbilimler.org/hakkinda sayfasını, ekibimizde gönüllü olarak görev almak için sosyalbilimler.org/basvuru sayfasını ziyaret edebilirsiniz.

Facebook, Twitter, Instagram ve YouTube’da @sosbilorg kullanıcı adıyla *Sosyal Bilimler*’i takip edebilirsiniz.

sosyalbilimler.org/abonelik sayfasından e-bülten abonesi olarak, her pazar günü, o hafta içinde *sosyalbilimler.org*’da yayımlanan çalışmaların tamamını size gönderilecek bir e-posta ile alabilirsiniz.

sosyalbilimler.org’da yayımlanan metin, video ve podcastlerin paylaşıldığı Telegram grubuna t.me/sosbilorg adresinden katılabilirsiniz.