

9/15

Yine bir Eylül ayı. Bu kez yıkılan gökdelenler değil. Dünyanın güvendiği köklü kuruluşlar, aslında tüm finans sistemi. 15 Eylül'ün ardından, sabah kahvesi yerine mecburen ekonomi haberleriyle "uyanıyoruz": Krizin Avrupa kıtasına ulaştığı haberi 28 Eylül kahvesi. Birleşmiş Milletler'in refah listesinde ilk sırada yer alan İzlanda'dan, başbakan Haarde'den gelen "topyekün iflas" mesajı 8 Ekim kahvesi. UBS'in İsviçre Merkez Bankası tarafından kurtarılması ise 16 Ekim kahvesi. Bunlarla birlikte, artık büyüklüklerini ve sayılarını karıştırmaya başladığımız, ne işe yarayacaklarını tam da anlayamadığımız trilyonlarca dolarlık kurtarma paketleri...



Bu yıkım tüketimi tekrar tanımlayacak, tüketim ile kurduğumuz ilişkiyi yeniden şekillendirecek, kuşkusuz. 9/11 sonrasında Birleşik Devletler'in içine girdiği güvenlik paranoyasının ve içe-kapanışın benzerini, şimdi dünya çapında ve tüketim özelinde yaşayacağız: "Acaba buna gerçekten ihtiyacım var mı, bu bir gereksinim mi yoksa lüks mü?" (Acaba bu Arap terorist mi?), "Acaba bu bulabileceğim en iyi fiyat mı?" (Acaba bu en güvenli terminal mi?), "Eğlenmek için dışarıya çıkmayalım, evde zaman geçirelim" (Alışveriş merkezini boşver, bahçede barbekü partisi yapalım)... Hepimizin yeni zihin hâli bir yandan daralmayı, diğer yandan da sayısız fırsatı beraberinde getirecek. Bahsettiğimiz sorgulama bazı ürün kategorilerinin ve markaların lehine işleyecek: Café'de brunch yerine evde kahvaltı (Pınar sucuk zamanı!), parfümeri yerine hipermarketin kişisel bakım reyonu (Dove zamanı!), lüks sinema salonu yerine evde DVD ("Bedava film indir" promosyonu zamanı!),...

Neredeyse nefes almak kadar temel bir faaliyete dönüştürdüğümüz "tüketim" in (Açık Radyo'nun ortaya attığı o mükemmel tarif olan) "tükenim" e dönüşmesi, değerlerimizin de değişmesi anlamına geliyor. Belki de, bizi kurtaracak kahramanlara ihtiyaç duyduğumuz bir dönemde, Superman'in gerçek-üstü cesareti Paris Hilton'un gerçek-dışı parıltısından daha makbûl. Daha da önemlisi, yakın geleceğin kabul göreceği duruşu "aşırı tüketim" yerine "akıllı tüketim".

Lehman Brothers'ın iflasını ilan ettiği 15 Eylül, hem geçmişin nasıl yorumlandığını, hem de geleceğin nasıl yaşanacağını kökten değiştirdi. Ve 15 Eylül, modern zamanların "Ekonomik Miladı" olarak tarihteki yerini aldı. Yeni geleceği bugünden anlayanlar ve sunduğu fırsatları değerlendirmek için harekete geçenler, ilerleyecek. Diğerleri?

