

National ürünlerinin yüksek bir otoriteyi tatmin etmesi gerektiği için diğer sosislerden daha iyi olduğunu bildirirken, Sam Amca'nın görüntüsü biraz daha büyüyor.

*Paglia:* Bu reklâmı severim! Harikadır. Eğlenceli.

*Postman:* Beni sikan yanı da bu zaten. Semboller sonsuz derecede tekrarlanabilirler, ama tükenmez de değiller. Tanrı'yı sosis satmak için kullanırsanız, indirimli araba lastiklerini pazarlamak için George Washington'un yüzünden yararlanırsanız, asıl anlamların ilettiği sembolü tamamen yok edersiniz. Camille, sen de kitabında bunu yakalıyor ve açığa çıkarıyorsun. Bir resme bakıp onun anlam katlarını, belirsizliklerini, zenginliğini analiz ediyorsun. Ama insanlar aynı görüntüyü bin kez ve hep sıkı kotları satmak amacıyla kullandıklarında nasıl bir durum ortaya çıkar, kestirebiliyor musun?

*Paglia:* Ben tam tersine iddia edeceğim. Hebrew National reklâmlarında, Sam Amca'nın ve Tanrı'nın kullanılması onların sembolik anlamlarını pekiştirmeye ve gençlerin kendi kültürleri konusunda tarihsel bir perspektif edinmelerine yardımcı oluyor.

Benim kuşağımın tahayyül gücünü reklâmlar şekillendirdi. Hebrew National'ın Yehova imajı (göze görünmeyen, çocuklarına yüksek ölçüler tutturmayı öğütleyen bir ses) geleneğe sadıktır. Tamamen hayal ürünü bir reklâmdır bu. Tamam, kesilmiş hayvandan yapılan sosisler daha iyidir! Ben bu reklâma inandım ve sosis satın aldım! Ben reklâmları bir sanat biçimi olarak seviyorum. Bence bu reklâmda aşağılayıcı hiçbir yan yok.

*Postman:* Herhalde durumu yeterince ciddiye almıyorsun, Camille. Ortalama bir Amerikalı yirmi yaşına gelinceye kadar 800.000 televizyon reklâmı izlemiş oluyor; haftada yaklaşık 800 reklâm. Radyoyu, basını ya da diğer reklâmları hesaba katmıyorum. Sadece televizyon reklâmlarından söz ediyorum. Televizyon reklâmları şu anda en etkili toplumsallaşma kaynağı ve okulların bu durumu ciddiye almaları gerekiyor.

Bazı reklâmlar elbette yararlı. Madonna'nın fazla yararlı olacağını sanmıyorum. Ama Jimmy

Stewart'ın sabun satmasını düşünebiliyorum. Bu reklâmda üretici firmanın Stewart'ın sesinden yararlanmasının tek nedeni, tamamen dürüst bir Amerikalının sesini yansıtmasıydı. Dolayısıyla bu görüntüler yararlıdır. Ancak Hebrew National reklâmında kutsallık duygusu ortadan kaldırılıyor, ya da bayağı dünyaya yeniden uyarlayacak şekilde kullanılıyor.

*Paglia:* Yehova kendisini sofrada adabıyla ifade etmeseydi, seni desteklerdim. Yehova'nın Yahudilere uzun uzun nasıl yemek yeneceğini, yemeğin nasıl hazırlanıp servis yapılacağını öğretmeye çalıştığı İncil'de açıkça görülmektedir.

*Postman:* Tabii Yehova kabuklu hayvanları yemeyi de yasaklamıştı -yani, bu gece burada yediğimiz her şeyi!

*Paglia:* Sorun da bu ya. İncil'de kesilen hayvanın bir ayın gibi hazırlanması şart koşuluyor. Hebrew National reklâmında Yahudi geleneği çarpıtan ya da ona ters düşen hiçbir şey yok.

*Postman:* İsa'yı bir Gallo şarap şişesine bakıp "Kenan'da suyu şaraba çevirdiğim zaman bunun kadar iyi değildi" dediğini getirin gözünüzün önüne. Bu görüntü İsa'nın Hıristiyanların gözündeki anlamına ne katabilir? Bu tür görüntülerin kullanılmasına coşkuyla yaklaşıyorsun, ama bence bu sembollerin ve dinsel ikonların dünyevileştirilmesi sakıncalıdır.

*Paglia:* Musevi-Hıristiyan geleneğinden kaynaklanan bu durum sana dünyevi görünüyor. Bir de benim perspektifimden bakarsan, popüler kültürün, o da bir kutsal tarz olan paganizmin öne firmasını temsil ettiğini görürsün. Sen kitabında 1920'li yıllardan birden televizyona geçiyorsun. Bence kritik bir dönemi, 1930'lu ve 1940'lı yıllardaki Hollywood filmlerinin büyük stüdyo çağını atlıyorsun. Sinema tanrılar ve tanrıçalarla, göz kamaştırıcı şeyler ve karizmayla dolu bir pagan kültürdür. Kutsala ve esrarlıya adanmış bir tarzdır. Dolayısıyla kutsal olanın kaybolduğunu ya da önemsizleştiğini söyleyemeyiz. Putperestlikte bir hayli yol almış durumdayız. Kutsal her yerdedir. Hiçbir yerde dünyevilik görmüyorum ben.