Ian Woodward

Maddi Kültürü Anlamak

Çeviren: Ferit Burak Aydar



TÜRKİYE İŞ BANKASI
Kültür Yayınları

SOSYOLOJİ

IAN WOODWARD
MADDİ KÜLTÜRÜ ANLAMAK

ÖZGÜN ADI
UNDERSTANDING MATERIAL CULTURE

COPYRIGHT © SAGE PUBLICATIONS OF LONDON, THOUSAND OAKS, NEW DELHI AND SINGAPORE, IAN WOODWARD, 2007

İNGİLİZCE ÖZGÜN METİNDEN ÇEVİREN
FERİT BURAK AYDAR

© TÜRKİYE İŞ BANKASI KÜLTÜR YAYINLARI, 2013
Sertifika No: 29619

EDİTÖR
DEVRİM ÇETİNKASAP

GÖRSEL YÖNETMEN
BİROL BAYRAM

GRAFİK TASARIM UYGULAMA
TÜRKİYE İŞ BANKASI KÜLTÜR YAYINLARI

1. BASIM: ŞUBAT 2016, İSTANBUL

ISBN 978-605-332-686-1

BASKI
YAYLACIK MATBAACILIK
LİTROS YOLU FATİH SANAYİ SİTESİ NO: 12/197-203
TOPKAPI İSTANBUL
(0212) 612 58 60
Sertifika No: 11931

Bu kitabın tüm yayın hakları saklıdır.
Tanıtım amacıyla, kaynak göstermek şartıyla yapılacak kısa alıntılar dışında gerek metin, gerek görsel malzeme yayınevinden izin alınmadan hiçbir yolla çoğaltılamaz, yayımlanamaz ve dağıtılamaz.

TÜRKİYE İŞ BANKASI KÜLTÜR YAYINLARI
İSTİKLAL CADDESİ, MEŞELİK SOKAK NO: 2/4 BEYOĞLU 34433 İSTANBUL
Tel. (0212) 252 39 91
Faks. (0212) 252 39 95
www.iskultur.com.tr

Ian Woodward

Maddi Kültürü Anlamak

Çeviren: Ferit Burak Aydar

TÜRKİYE İŞ BANKASI
Kültür Yayınları

İÇİNDEKİLER

Teşekkür ____ VII

Önsöz ____ 1

I
MADDİ KÜLTÜRÜN KONUMUNUN BELİRLENMESİ
____ 5

1
Kültür Olmak Bakımından Maddilik.
Tanımlar, Perspektifler, Yaklaşımlar ____ 7

2
Maddi Kültür İncelemeleri.
Kökenler ve Öncüller ____ 27

II
MADDİ KÜLTÜR ÇALIŞMALARINA TEORİK YAKLAŞIMLAR
____ 49

3
Aldatıcı, Şüpheli Nesne.
Marksist ve Eleştirel Yaklaşımlar ____ 51

4
Sembolik Kod Olarak Nesne.
Yapısal ve Göstergebilimsel Yaklaşımlar. ____ 81

5
Kültür Dünyasını Temsil Eden Malzemeler.
Nesneler, Semboller ve Kültürel Kategoriler ____ 119

III
HAREKET HALİNDEKİ NESNELER
155
6
Nesneler ve Ayrım.
Estetik Alan ve Anlatımsal Maddilik 157

7
Maddi Kültür ve Kimlik.
Nesneler ve Benlik 185

8
Maddi Kültür, Anlatılar ve Toplumsal İcra.
Bağlam İçinde Nesneler 211

IV
SONUÇ
235
9
Sonuç: Tüketim Kültüründe Nesneler ve Anlam 237

Kaynakça 243
Dizin 259

Teşekkür

Bu kitabın ortaya çıkış sürecinde bana cesaret veren ve yardımda bulunan birçok insan oldu. Zaman ayırıp deneyimlerini paylaşma cömertliğini gösterdikleri için kendilerine müteşekkirim. Janeen Baxter, Michael Emmison, Gavin Kendall, Zlatko Skrbis, Philip Smith ve Mark Western planlama ve hazırlık safhalarında değerli tavsiyelerde bulundular. Daha küçük bir grup, eserin ilk versiyonlarını okuyup yorumlarda bulundu ki, onların içgörüleri, eleştirileri ve önerileri benim için çok değerliydi. Michael Emmison, Gavin Kendall, Zlatko Skrbis, Philip Smith ve Brad West'e bu taslakları dikkatle okuyacak zamanı ayırdıkları için teşekkür ediyorum.

Elyazmasının son hazırlığına yardımları için Griffith Üniversitesi Kamu Kültürü ve Fikirleri Merkezine teşekkürü bir borç biliyorum. Daniel Hourigan'a ayrıntıları gözden kaçırmayan değerlendirmesinden ötürü müteşekkirim. Ayrıca Yale Üniversitesi'nin Kültür Sosyolojisi Merkezine, bu elyazması üzerinde çalıştığım 2005'te bir süreliğine beni konuk ettikleri için minnettarım. Daha da öncesinde, Griffith, Kay Ferres ve Wayne Hudson'daki kıdemli meslektaşlarıma cesaret ve yardımlarından ötürü teşekkür ediyorum.

Önsöz

Yaşamlarımıza nesnelerle sayısız karşılaşma damga vuruyor. Nesneleri alıp çok çeşitli şekillerde kullanıyor, mesela yumurta çırpmak, e-posta yollamak, satranç oynamak ve bir fincan kahve içmek kadar alelade amaçlara ulaşmak için bu nesnelerden yararlanıyor ve ardından nesne-dolayımlı bir sonraki karşılaşmamıza geçiyoruz. Nesneler gündelik yaşamımızın rutin, sıradan birer parçasıdır. Fakat bu pragmatik bakışın ötesinde, en sıradan nesneler bile insanın en derin endişelerini ve iştiyaklarını simgeleme gücüne sahiptir. Her daim elimizin altında ve her yanda olmalarından hareketle, bu tür gündelik nesnelerin önemsiz olduğu sonucuna varmamamız gerekir. İnsanlar nesneleri kontrol altında tutup yönlendirenlerin kendileri olduğunu, bu nesneleri kendi bildikleri gibi kullanmak üzere bizzat seçtiklerini düşünürler. Bu varsayım bir anlamda doğrudur. Gel gelelim bu kitap nesnelerin de bizim üzerimizde önemli açılardan güce sahip olduğunu göstermeye çalışıyor. Bunu söylerken nesnelerin tüketimci arzu ya da teknolojik tahakküm yoluyla bizi aldattığını, hayal kırıklığına uğrattığını, sömürdüğünü ya da yönettiğini kastetmiyorum. Daha ziyade kastettiğim; insanların, benliğin farklı boyutlarını anlayıp pratiğe dökmek ve kültür alanını daha geniş bir şekilde irdelemek için nesnelere ihtiyaç duydukları.

Bu kitap; nesneler, metalar, tüketim ve sembolleştirme hakkındaki klasik ve çağdaş araştırmaları inceleyip sentezleyerek çağdaş maddi kültür alanını gözden geçirmektedir. Esas amacı maddi olanı kültür olması bakımından inceleme yollarının özlü, ama çok yönlü bir değerlendirmesini sunmaktır. Kitap, günümüz "maddi kültür çalışmalarından" herhangi birini inceleme amacı taşımıyor. Ne var ki kitapta, insan-nesne ilişkilerine olan ilginin Londra menşeli en son maddi kültür çalışmalarına borçlu olduğu yadsınamaz. Bu eserler konuyla alakalı antropolojik kavramları çağdaş tüketimle ilişkilendirmesi bakımından çığır açıcıdır. Bu eserlere aşina olan okurlar kuşkusuz bu kitaba yaptıkları etkiyi de fark edeceklerdir. Gel gelelim burada amaç, bu eserlerin ötesine –hatta gerisine– giderek nesnelerle ilgili kurucu ve çağdaş teorik/ampirik külliyatı ele almaktır ki, bunlara klasik toplum teorisi, tüketici araştırmaları, psikanaliz teorisi, alt-kültür teorisi ve sosyal performans teorisi gibi alanlardan eserler de dahildir. Bu eserin kültür sosyolojisi perspektifi diye adlandırılabilecek bir perspektiften kaynaklandığını söylemek mümkün, ama kültür sosyolojisinin "katı programının" (bkz. Alexander 2003)* maddi kültür çalışmaları alanına tam bir tatbiki olduğu söylenemez. Eserler arasında ortak olan şey kültür sosyolojisinin toplumsal hayatı, yapısal ve hermenötik yaklaşımların uygulamaları aracılığıyla anlama arzusudur; bu uygulamaların amacı, nesneleri ve bunların yorumlanışlarını, sembolik manipülasyonlarını ve bireysel kullanımlarını çeşitli toplumsal bağlamlara yerleştiren söylemleri, anlatıları, kodları ve sembolleri yakalamaktır.

Kitabın kültür öğeleri olarak nesneleri inceleme şekli, çok çeşitli kesimlere, ama en başta da tüketim, kimlik ve genel olarak kültür

---

Bruno Latour ve Steve Woolgar'ın *Labratory Life, The Construction of Scientific Facts* adlı kitabında *D. Bloor*'un *Knowledge and Social Imagery* (1976) adlı kitabından ilhamla kullandıkları bu kavramla (strong programme) dile getirilen argümanın özünde bilimsel fikirlerin, doğaya ayna tutan objektif süreç ve işlemlerin bir sonucu değil, kültürel ve dilsel uylaşımlar olduğu fikri vardır. Latour ve Woolgar'a göre kültürel sosyoloji, toplumsal hayatta kültürün oynadığı rolü aydınlatmak için katı programı benimser ve bu açıdan kültürü şekillenebilir, muğlak bir değişken olarak gören bir gevşek program izleyen kültür sosyolojisinden ayrılır -y.n.

teorileriyle ilgilenenlere hitap edecektir. Kitaptaki görüşler ve ele alınan konular tüketim nesnelerini araştırarak tüketim araştırmalarını ilerletme arzusundan doğmaktadır. Mary Douglas ve Baron Isherwood'un *The World of Goods* adlı önemli çalışmalarında [(1996) 1979] -Claude Lévi-Strauss'un yapısal antropolojisinde tesis ettiği "*bonnes á penser*" [düşünülecek şeyler] ilkesine başvurarak– dikkat çektikleri gibi, insanlar metalar yoluyla bir anlam evreni inşa ederler. Görünür ve sabit kültürel kategoriler oluşturmak, insanları başkalarından ayırt eden değerleri ortaya koymak, kendilerinin ve başkalarının çeşitli benlik özelliklerini göstermek için bu şeyleri kullanırlar. Dolayısıyla bu kitap, bizatihi nesneleri ve insanların nesnelerle ilişkilerini incelemenin modern tüketimi, hatta daha geniş olarak kültürü anlamak için etkili bir analitik strateji olduğu önermesinden yola çıkıyor.

Kitap dört kısımdan oluşuyor.

1) Maddi kültürün konumunun belirlenmesi. İlk iki bölüm kavramsal ve tanımlayıcı bileşenleri ele alıyor. Kültür öğesi olarak nesneleri incelemek için kilit terimleri, ilkeleri ve kavramları tanıtıyor. Nesneleri tahayyül etmenin ve incelemenin farklı yollarının anahatları sunuluyor ve nesneleri inceleyen kilit disiplinler ele alınıyor. Okurlara alandaki nesne anlamlarını araştırma işinin nasıl bir şey olduğuna dair fikir vermek için, özgün araştırma vaka incelemeleri ve örneklere başvurularak, nesnelerin pratikte kültür çalışmalarında nasıl kullanıldığı gösteriliyor.

2) Maddi kültür çalışmalarındaki teorik yaklaşımlar. Üçüncü, dördüncü ve beşinci bölümler nesneler hakkında düşünme konusundaki üç büyük yaklaşıma dair ayrıntılı değerlendirme ve yorumlar sunmaktadır. Bunlar: (i) Marksizm ve eleştirel teori; (ii) yapısalcılık ve göstergebilimi, (iii) kültürel ve sembolik yaklaşımlar. Her bölümde tartışma genel olarak kronolojik bir çizgide gidiyor; bu teorik çerçevede kilit kuramcılar, başlıca eserler ve önemli ilkeler ele alınıyor. Her bölümün sonunda ilgili yaklaşımın başlıca hususlarının eleştirel bir değerlendirmesi yapılıyor, zayıf ve güçlü yanları ortaya konuyor ve tavsiye edilen ek okumalara dair açıklamalı bir değerlendirme sunuluyor.

3) Hareket halindeki nesneler. Altıncı, yedinci ve sekizinci bölümler nesnelerin incelendiği teorik temellerden, nesnelerin önem arz ettikleri toplumsal ilişkileri inceleyen sosyoloji ve psikoloji alanlarına ilerliyor. Bu bölümlerde insan-nesne ilişkileri şu alanlarda masaya yatırılıyor: (i) Statü ve kültür ayrımı; (ii) toplumsal ve kişisel kimlik; (ii) anlatı ve sosyal performans. Bu bölümlerde okurlara insan-nesne ilişkilerini farklı bağlamlarda ele alma imkânı sunuluyor, ama bu bağlamların çerçevesinin genellikle tüketim alanları yoluyla çizildiğini de belirtmeliyim (moda, ev, kültürel bağlılık ve özdeşleşmenin maddi tezahürleri gibi).

4) Sonuç. 9. Bölüm kapanışı yaparken kitabın kilit veçhelerinin kısa bir özetini sunuyor ve maddi kültürü anlamak için kuramsal bir plan geliştiriyor.

I

MADDİ KÜLTÜRÜN KONUMUNUN BELİRLENMESİ

1

Kültür Olmak Bakımından Maddilik. Tanımlar, Perspektifler, Yaklaşımlar

BÖLÜM İÇERİĞİNİN ÖZETİ

Bu bölümde maddi kültür çalışmalarına giriş yapılıyor ve maddi kültür yaklaşımının faydaları gösteriliyor. Bölüm iki ana kısma ayrılmıştır:

- İlki, maddi kültür çalışmalarındaki temel ilkeleri, terimleri ve bağlantılı terminolojileri tanıtırken;
- İkincisi vaka incelemeleri aracılığıyla maddi kültür yaklaşımının uygulanışını göstermektedir.

Maddi Bir Dünyada Yaşamak

Nesneler, insanların karşılaştıkları, karşılıklı ilişki kurdukları ve kullandıkları maddi şeylerdir. Nesnelerden maddi kültür olarak bahsedilmesi âdettendir. "Maddi kültür" terimi, görünüşte cansız olan çevremizdeki şeylerin; toplumsal işlevler gerçekleştirmek, toplumsal ilişkileri düzenlemek ve insan faaliyetine sembolik anlamlar katmak üzere insanlar üzerinde etkide bulunduğunu ve insanların

da onların üzerinde etkide bulunduğunu vurgular. Nesneler kalem, anahtar, madeni para ya da kaşık gibi bağımsız maddelerden yolcu uçağı, motorlu taşıt, alışveriş merkezi ya da bilgisayar gibi karmaşık, birbiriyle ilintili nesnelere kadar çok çeşitli hacim ve ebatta olabilir. Fakat bu terim, geleneksel olarak, taşınabilir olan daha küçük nesneleri anlatmak için kullanılmıştır. Çeşitli disiplinlerden araştırmacılar modern sosyal bilimler alanının doğuşundan bu yana nesneleri, kullanımlarını ve anlamlarını incelemiş olsalar da, "maddi kültür çalışmaları" alanından bir inceleme sahası olarak ancak yakın zamanda bahsedilir olmuştur.

Maddi kültür çalışmaları nesnelerin kullanım ve anlamları konusunda çeşitli akademik inceleme alanlarını kapsayan yakın döneme ait bir terimdir. İnsan-nesne ilişkilerine antropoloji, sosyoloji, psikoloji, tasarım ve kültür incelemelerinin katkılarını önemseyen disiplinlerarası bir bakış açısı sağlar. Maddi kültür artık sadece müze araştırmacılarının ve arkeologların ilgi alanı değildir; çok çeşitli alanlardan araştırmacılar nesnelerin incelenmesiyle ilgilenmeye başladılar. Maddi kültür çalışmaları nesnelere disiplinlerarası üretken yaklaşımları canlandırmanın yanı sıra, sosyal bilimlerdeki makro-mikro ya da yapısalcı ve yorumlayıcı yaklaşımların sentezine varmak için de yararlı bir araç sağlayabilir. Kültürü nesneler aracılığıyla yaratılan ve yaşanan bir şey olarak inceleyerek, hem sosyal yapıları hem eşitsizlik ve toplumsal farklılık gibi daha kapsamlı dizgesel boyutları hem de insan eylemlerini, duygularını ve anlamları daha iyi kavrayabiliriz. Böylece nesneleri toplumsal ve ekonomik yapı ile birey-fail arasındaki hayati bağ olarak görebiliriz. Tüketim toplumlarında maddi kültürü düşünecek olursak, aslında nesneler bireylerin kitlesel olarak üretilen tüketim nesneleriyle karşılaşıp bunları kullandığı noktadadır; bireyler bu nesnelere kendi anlamlarını vermek ve bu nesneleri kendi kişisel kültür ve davranış repertuarlarına dahil etmek zorundadırlar (bunu da toplumsal yapıya bazen karşı çıkarak bazen de onu yeniden üreterek yaparlar).

Nesnelerin insanlar adına şeyleri imleme –veya toplumsal anlamlar tesis etme– ya da "toplumsal iş" yapma gücüne sahip olduğu, maddi kültür çalışmalarının başlıca iddialarından biridir (ama

bu kültürel iletişim kapasitesini, otomatik bir şey olarak görmemek gerekir). Nesneler alt-kültürel yakınlıkları, meslekleri, sosyal faaliyetlere katılımı ya da sosyal statüyü gösterebilir. Bundan başka, nesneler, sosyal kurumlar ve normlar biçiminde kutsal bir yere konmuş değerlere dair yaygın söylemlere ve geniş kabul gören normlara dahil olur ve bunları temsil ederler. Bunu tamamlayacak şekilde, nesneler aynı zamanda kişisel ve duygusal anlamlar taşır, kişiler arası etkileşimleri kolaylaştırabilir ve bir insanın kendisi üzerinde etkide bulunmasına yardımcı olabilir. Örneğin belli kıyafetler giymek, bir insanın kendisiyle ilgili algısını değiştirerek güçlü hissetmesini sağlayabilir. Dolayısıyla nesneler, kimliğin ve özgüvenin oluşumunda araç olarak ve toplumsal grupları, sınıfları ve kabileleri bütünleştirip farklılaştırarak kişiler arası bağlılıkların ve grup bağlılıklarının oluşmasına ya da olumsuzlanmasına yardımcı olabilir.

Maddi kültürü inceleyip açıklarken, analizi yapanın ve failin nispi bakış açılarını akılda tutmak gerekir. Analist için bir nesnenin ustalıkla analitik açıdan yapısökümüne uğratılması hiçbir şekilde kolay değildir, ama kullanıcının perspektifinin nevi şahsına münhasır yönleri, iç tutarsızlıkları ve salt sıradanlığı nedeniyle bu yapısöküm karmaşıklıktan kurtulmaktadır. Barthes'ın [1993 (1957)] *Çağdaş Söylenceler* kitabında Fransız kültürünün veçheleri üzerine yazdığı klasik denemeleri örnek olarak alalım. Bu denemeler hem güzel hem de bilgilendirici olmakla beraber, günlük yaşamdaki kullanıcılarının bu tür nesneleri algılayış tarzı ile Barthes'ın incelikli metinsel "okumaları" arasında nasıl bir denklik olabileceğini insan merak etmiyor değil. Dahası, mesele sadece bireylerin nesnelerin ne anlama geleceği üzerine düşünmeleri de değildir. Toplumsal statü ve rolü model alan karmaşık gruplar arası ağlar ve zaman-mekân bağlamları dahilinde nesneleri diğer bireylerle ilişki içinde okuyan bireyler söz konusudur. Dolayısıyla analist için nesne, yazınsal bir tefekkür içerisinde kadiri mutlak, tümüyle anlaşılabilir ve tarihsel açıdan can alıcı hale getirilebilir. Fakat kullanıcının kanaati bir kez devreye girdiğinde, nesneyle ilgili netlik ve kesinlik yerini çoklu yorumlara, pratiklere ve manipülasyonlara bırakır. Öncesinde sadece analitik ölçütler ve kavramsal netlik tarafından sabitlenen şey eriyip gider.

Maddi kültüre bugün gösterilen ilgi sosyal bilimlerdeki iki kilit gelişimle ilintilidir: İlki, çok çeşitli disiplinlerde tüketim konusundaki araştırmaların bollaşması; ikincisi ise post-yapısal ve yorumlayıcı teorinin doğuşudur. Tüketim kültürünün basit öğeleri olarak nesnelere gösterilen ilgi, geç modern toplumlardaki tüketim süreçlerinin toplumsal-kültürel bakımdan açıklanması çabasında yeni bir statü kazanmıştır. Tüketim nesnelerine olan bu ilgi, toplum teorisindeki daha genel gelişmelerle, özellikle "kültürel dönemeçle" de bağlantılıdır. Gerçi sosyal bilimciler tarihsel açıdan kültürün maddi bileşenlerine her zaman ilgi göstermişlerdir [Goffman 1951; Mauss 1967 (1954); Simmel 1904 (1957); Veblen 1899 (1934)]. Ancak nesnelere yakın dönemde gösterilen ilgi, modern tüketimcilikle ilgili önde gelen toplumsal-kültürel izahlar ve bu izahların tüketim süreçlerinin maddi temeline yaptıkları vurgu, ve yanı sıra bu nesnelerin sosyal ortamlarda kazandıkları kültürel anlamlar bağlamında gelişmektedir [Appadurai 1986; Douglas ve Isherwood, (1996) 1979; Miller, 1987; Riggins 1994]. İkinci gelişim post-yapısal toplum teorisinde dile, kültüre, yerleşim yerleri ve uzamlara genel bir yönelimle ve buna bağlı olarak sınıf, toplumsal cinsiyet ve ırk gibi "büyük" toplumsal güçlerle bağlantılı geleneksel sosyal bilimsel analiz kategorilerinin ötesine duyulan ilgiyle bağlantılıdır. Post-yapısal teorinin ortaya çıkışıyla bağlantılı olarak beden, uzam ve nesneler gibi toplumsal oluşum ve dönüşümdeki farklı değişkenlerin ve alanların önemine bir ilgi söz konusudur. Bu yaklaşımlar toplumsal-yapısal boyutları göz ardı etmezler, bunları bağlamsallaştırılmış, ayakları yere basan bir tarzda ele alırlar. Beşeri bilimler ve kültür antropolojisindeki yorumlayıcı ve metinsel çalışmaların yanı sıra (örneğin Clifford Geertz), Foucault'nun eserleri bu gelişimde çok önemli bir yere sahiptir. Zira sosyal bilimcileri geleneksel makro ve yapısal örüntüleri incelemekten uzaklaştırıp, ilgi oklarını sosyal yönetişim teknikleri olarak fikirler, beden, zaman ve uzam düzeyinde uygulanan söylemlere, teknolojilere ve stratejilere yönelten Foucault'nun yapıtı olmuştur. Foucault elinizdeki bu çalışmanın esas odak noktası olan anlam ve yorum sorunlarını genel olarak göz ardı etmekle birlikte, sosyal iktidar ve kontrolün

zamansal ve uzamsal örgütlenmenin mikro-fiziği yoluyla tesis edildiğini ve yine bu yolla sorgulandığını fark etmemizi sağlamıştır. Giyotin, üniforma, zaman çizelgesi, derslik masası ya da panoptikon gibi nesneler –*Hapishanenin Doğuşu* adlı eserinde merkezi motif bu nesnelerdir– salt "aksesuar" ya da çevresel dolgu malzemesi olmaktan ziyade, iktidarın kılcal damarlarının oluşumunda önemli rol oynayan maddi aletlerdir.

Nesneler Nasıl "Kültürel" Olabilir? Vaka İncelemelerinden Derleme

Bir giriş yaptıktan sonra ilerlemenin en iyi yolu, nesneler ve kültür üzerine pratik uygulamalar ve örnek vakalar yoluyla düşünmektir. Bu kısımda nesnelerin kültürel ve toplumsal iş yapma konusundaki farklı güçleri vurgulanıyor. Özelde, aşağıdaki vaka incelemeleri nesnelerin anlam katma, iktidar ilişkileri icra etme ve benlik inşası gibi farklı güçlerini gösteriyor. Bu üç kısımda nesnelerin; (i) değer işaretleri olarak, (ii) kimlik işaretleri olarak ve (iii) kültürel ve siyasal iktidar ağlarının birer hülasası olarak kullanılabileceği ortaya konuyor.

Sosyal İşaretler Olarak Nesneler

Estetik ve kültürel önemi haiz işaretler olarak nesneler fikrinin en kusursuz şekilde geliştirildiği yer Bourdieu'nün (1984) beğeni üzerine yazılarıdır. Bu yazılarda Bourdieu; toplumsal eşitsizliğin yeniden üretiminde estetik tercihin (kişinin beğenilerinin) rolünü vurgular, belli toplumsal ve sınıfsal grupların belirgin beğeni tercihleri olduğunu ve bunun da belli nesneleri diğerlerine tercih etmeye vardığını göstererek beğeni yargılarının nesnel ve mutlak kıstaslara dayandığı düşüncesini (Kant'ın fikrini) kendi hesabına kullanır. Ayrıca egemen toplumsal gruplar kültürel değer parametrelerini (örneğin "yüksek" ve "aşağı" kültür mefhumlarını) tanımlama ve dolayısıyla işçi sınıfının yargı tarzlarını "estetik değil" diye değersizleştirme otoritesine sahiptir. Beğeninin son derece görünür

bir farklılık işareti haline geldiği tüketim toplumlarında, bu tür yargılar toplumsal konum ve statü yapılarında zımnen mevcuttur. İşin önemli yanı, estetik tercih öyle derinlemesine öğrenilir ve içselleştirilir ki, sınıfsal işaretler bedende, benlik sunumunda ve performansta ifade bulur. Kültürel ve estetik kuralları sadece öğrenmek yeterli olmayabilir, zira kişinin hal ve hareketleri (Bourdieu'nün sözleriyle, "bedensel heksis'i") kişinin sınıfsal kökenlerini gizlemesine nadiren izin verir.

Bourdieu'nün estetik yargı teorisine dair bu kısa girişi aklımızda tutarak, nesnelerin estetik değer ve kimlik işaretleri olarak işlev gördüğü aşağıdaki vaka incelemelerine geçebiliriz. Bu vakalar başka bir yerde daha eksiksiz ele alınan (bkz. Woodward, 2001, 2003; Woodward ve Emmison, 2001) estetik yargının anlatılaştırılması projesinin parçası olarak toplanmıştı. Burada önemli olanın sadece bu deneklerin bahsetmeyi seçtikleri gerçek nesneler değil, *nesneler hakkındaki söylediklerinin içeriği* de olduğunu belirtelim. Nesne; benlik, kimlik ve biyografi gibi, estetiği toplumsal kimlik ve benlik etiğine bağlayan genel söylemlerin anlatılaştırılması yoluyla anlam edinir. Dolayısıyla aşağıdaki vaka incelemelerini okurken, estetik yargının sadece *ne* olduğuna (yani somut nesneye) değil, *niçin* ve *nasıl*ına (yani anlatısal ve edimsel eşlikçilerine) da bakın.

Helen

Helen açısından yatak odasının bir köşesinde duran sandalye, estetik beğenisine örnek oluşturan bir nesnedir. Helen araştırma mülakatında sandalyeyi estetik bir çerçevede yorumluyor, sandalyenin tarzı ve tasarımı hakkında, kendini takdim edişiyle ne kadar uyumlu olduğuna kafa yoruyor. Helen mülakat boyunca estetikten epeyce anladığını gösteriyor: Bourdieu'nün terimleriyle söylersek, tercihleriyle bağlantılı "simetri ve mütekabiliyetlere" hâkimdir (1984: 174). Böylece kendi tercihlerini, yüksek bir kültürel otoriteyle genel toplumsal ve estetik eğilimler bağlamına yerleştirilebilir, sandalyeyle ilgili değerlendirmesini belli bir kültürel bilgi ve uzmanlıkla ilişkilendirebilir.

Helen uygun ev tasarımına ve tasarım tercihlerine, ev tadilatının önemli aşamalarında bir iç mekân tasarımcısıyla birlikte çalışacak kadar çok değer veren biridir. Helen ve hayat arkadaşı yüksek maaş alan birer beyaz yakalıdır. Helen şehrin kuzeydoğusunun iç kısımlarında, okyanusa doğru olan doğu kısmını gören harika manzaralı ünlü bir tepenin ucunda oturuyor. Beğeni ve tarz meseleleri bakımından, "modern klasikçi" olarak sınıflandırılabilir: Geleneksel, klasik "zevklilik" mefhumlarına, yani beyaz ve krem renk üzerine kurulu, açık mavi ve yeşillerin de renk katsın diye kullanıldığı bir kombinasyona bağlı. Helen'in estetik tercihleri parlak ya da gösterişli olana yönelmiyor. Daha ziyade, dekoratif şemalar tüm evde tema olarak istikrarlı bir şekilde kullanılıyor, nötr renklerden gidiyor ve klasik "zevklilik" özellikleri olan bir tevazu ve tarihüstülük imgesi sunuyor. Mülakat sırasında Helen'den kendi tarzını tarif etmesini istediğimde, şu yanıtı vermişti:

> Oldukça minimalist, ama fütürist minimalizm anlamında minimalizme kaymadan. Kesinlikle bu çizgideyim ... giyim tarzımla aynı, epey düzenli, oldukça basit, net çizgiler, çok nötr renkler, basit modeller, sanırım çok klasik.

Helen kendi tarzı konusunda o kadar bilinçli ki, estetik değerlerini numunelik bir nesne kullanarak ustalıkla özetleyebiliyor. Helen sandalyeyi izah malzemesi olarak kullanıyor. Sandalye –Helen'in ele almadığı işlevsel ya da kullanım değerinden ayrı olarak– sahibinin tarzını ve tüm evin arzu edilen ambiyansını gösterip simgeleyen bir nesne. Sandalyenin basitliği, nötrlüğü ve klasik kalıcı tarzı bilgilendiricidir:

> Kendimi gerçekten de cüretkâr bir adım atıp döşemelikte gerçekten parlak renk kullanırken düşünemiyorum. Dediğim gibi, ana yatak odasında, gelin göstereyim, sanırım en sonuncu. Benim için bu sandalye, fikrimi özetliyor. Bu sandalye ben demek, seviyorum bunu. Bu tür bir krem rengi, nötr, New England görünümü.

Dolayısıyla Helen'in sandalyesi bir örnek teşkil ediyor ve ona "gerçekten basit modeller ve basit renkler ve yine çok nötr" diye tarif ettiği kendi estetik çeşitliliğinin sınırlarını hatırlatıyor. Sandalyeyle ilgili yüz yüze gelinecek ciddi ya da çetrefil bir mesele yok. Örneğin bazıları bu sandalyeye böyle bir önem atfetmenin yüzeysel ya da fazla materyalist bir yaklaşım olup olmadığını merak edebilir. Helen için en zorlu mesele beğenisinin giderek "modernleşmesi" ve sandalyenin, tarzındaki çeşitliliklere artık uymama ihtimali. Fakat Helen bu tür çeşitliliklerin, modern klasik estetiğinin sağlam temellere oturan değerlerine ters düşmeyeceğini hissediyor: "Ben hiçbir zaman aşırı modern olacağımı düşünmüyorum, ama sanırım ileride şu sayfiye evi havasından biraz kurtulacağım." Helen'in estetik değer sisteminin etkileyici, önemli veçhelerinden biri ince ayrıntılarına kadar düşünülmüş, neredeyse "teknik" bir bilgi şeması olmasıdır (Bennette vd., 1999: 56). Helen'de bu öyle bilinçlidir ki, bu maddi kültür parçasında yaptığı incelikli ton ve tarz ayrımları tamamen doğal görünmektedir.

Christina

Aşağıdaki kısım, aynı araştırma projesinin mülakat verilerinden yararlanmakla birlikte, tamamen farklı bir vakayı ele alıyor. Christina Helen'le aynı banliyöde, ama manzarası biraz daha kötü bir evde yaşıyor ve hemen hemen aynı yaştalar (30'un biraz üstünde). Fakat estetik tercihleri ve bunlara eşlik eden muhakeme ve anlatılaştırma şekli çok farklıdır. Christina ailesinden kalan bu evde 25 yılı aşkın zamandır yaşıyor. Artık anne babası yok ve ev Christina ile kız kardeşine ait. 1940'ların sonunda yapılmış mimari tasarımlı müstakil bir ev. Christina'nın ailesi kırsal bölgeden gelmiş; Christina ayrıcalıklı bir özel okul eğitimi almış olmasına karşın (şimdi bundan nefretle bahsediyor), kırsal yaşama karşı güçlü bir yakınlık duyuyor. Yaşadığı banliyödeki "snob kültür" ile kendi kimliği arasına bir çizgi çekmiş ve hayatının önemli veçhelerini şehrin farklı kısımları arasında dağıtmış:

Christina (C): Sosyal hayatım diğer mahallelerde geçiyor, ciddi ciddi şu eski "hammo'lara" (*toplumsal basamakları tırmanışta olan, toplumsal açıdan muhafazakâr gençlerin gittiği, o bölgeye özgü pub'lar*) gitmeye başladım, çünkü daha önce St. Margaret'a gidiyordum, oradaki elemanların çoğu özel okulluydu: Kilise okuluna giden insanlar vardı, kapı komşularımızdan süper liseye gidenler vardı, (*bu adlar elit, "özel" ortaokulları anlatıyor*), Ascot devlet okulu bir devlet okulundan beklenebileceğin en iyisiydi... yedinci sınıfa kadar herkes Ascot'a gidiyor, sonra bir dünya para bayılıp özel okula geçiyordu... hah, işte ilk kez o zaman başladım, ama bana çok da fazla uymuyordu, bu yüzden farklı türde insanlara kaydım; doğruyu söylemek gerekirse bu günlerde Mansfield'e takılıyorum (şehrin ortasından dış bölgesine doğru yayılan, pek göze çarpmayan bir orta sınıf banliyösü)...

Görüşmeci (G): O halde, orada arkadaşlarınız var?

C. Evet, var...

G: Peki, ne tür faaliyetlerde bulunuyorsunuz, ne tür bir yaşam tarzınız var, boş zamanlarınızda neler yapmaktan hoşlanıyorsunuz?

C: Yani... Doğrusu bir pub ortamında ne varsa işte. Birkaç pub'a gitmek, biraz futbol izlemek, bir-iki yarış falan... Ben eskisi kadar gitmiyorum yarışlara, o daha çok o tip insanlar için. Aslında kendi başıma pek çok şey yapıyorum, sadece pub'a gidiyorum, orada bir erkek arkadaşım var, birkaç gecemi orada geçiriyorum, hepsi bu gerçekten de...

G: Anne babanız da bu ortamları seviyor mu?

C: Esasında, benimki ana baba ayrı bir aileydi. Annem aslında batılıdır, ama belki de bu yüzden pub ortamlarına doğrudan girmedik, taşrayla bağları olan birkaç kişiyi tanıyordu annem, ama burada bu tür bir snob grup olduğunu bilmiyordu. ...

Christina'nın renk, tasarım ve tarz konusundaki geleneksel kaygılara görece düşman olan estetik duruşu için önemli bir bağlamsal malzemedir bu:

C: Ben dekorla hiçbir zaman ilgilenmedim, oturacak yer, bir mutfak, bir de yatak olduktan sonra, gerisi umurumda değil, beni ilgilendiren bu kadarı.
G: O halde, bununla ilgilenmiyorsun?
C: Hayır, ilgilenmiyorum, gerçekten ilgilenmiyorum. ... Ben temiz, tertipli olsun isterim, ama uyumlu mu değil mi beni ilgilendirmiyor.

Christina elitist niteliği, insani sahicilikten yoksunluğu ve kendisinin önem verdiği boş zaman meşgaleleri (kablolu televizyon, pub kültürü, futbol ve kıyafet alışverişi) ile alakasızlığından ötürü beğeni ve moda konusundaki ana akım fikirlerle arasına mesafe koyuyor. Bu moda-karşıtı tutum, Christina'nın mülakatta ele almayı tercih ettiği nesnelerden birinde, kendi verdiği adla "afrikadomuzunda" yansımasını bulmuştur:

> Ben biraz ahşapçıyım, size sevdiğim bir diğer parçayı göstereyim... Bunu Afrika'dan 50 dolara aldım ve arkadaşlarımdan biri benim için düzeltti. ... Afrikadomuzunu seviyorum, kuzenim yaklaşık yedi yıldır Afrika'da yaşıyor. Sanırım iki yıl önceydi, onun yanına gittik ve Güney Afrika'da bol bol gezdiğimiz bir tatil yaptık. Şu doğal alanlardan biriydi, birçoğu bunlardan yapıyor, ama gerçekten sağlam bir parçaydı... ama tamamlanmamış, işi bitmemişti, şu perdah, tamamlanma işi ben döndükten sonra oldu, bunu çok daha iyi hale getirdi... çok benzersiz, herkes gördüğünde "oha ... bu da ne!!!" diyor... Afrika domuzu... Sanırım acayip şeyleri seviyorum... gerçekten pahalı olduğu için, biraz tuhaf olduğu için... benzersiz bir şey, Hamilton'daki birçok evde böyle şeyler bulamazsınız, değil mi?

Bir nesne olarak "afrikadomuzunu" tercih etmesinin kısmen, geleneksel güzellik ya da moda kapsamına girmediğini düşünme-

sinden –saldırgan derecede moda-karşıtı görüşünden– kaynaklandığı anlaşılıyor. Bu bağlamda değerlendirildiğinde, Christina geleneksel beğeni reçetelerine karşı, moda karşıtı bakıştan beslenen son derece siyasi bir tutum almış. Öte yandan, Christina'nın tutumu teşhir yönelimli, zira nesnenin tuhaf ya da acayip olarak algılanışı üzerinden şok etme potansiyeline vurgu yapıyor. Dolayısıyla Christina için nesnenin gösterge değeri, geleneksel güzellik ya da beğeni standartlarına dayanmaz. Değeri, diğer statü nesneleriyle aynı alanda saklıdır, ama geçerliliğini farklı gösterenler aracılığıyla edinir: İncelikli ve mütevazı olmaktan ziyade fiziki açıdan şok edici; rahatlatıcı olmaktan ziyade kışkırtıcı; barışçıl olmaktan ziyade saldırgan. Ayrıca afrikadomuzunun Christina'nın seyahat, aile ve arkadaş deneyimleriyle güçlü bağlara sahip olduğu açıktır. Özgül bir seyahat deneyimiyle, bu seyahate katılan arkadaşlarla ve aileyle temasla bağlantılı egzotik bir nesnedir (Riggins, 1994). Bu iki vaka insanların alelade nesnelere nasıl çeşitli anlamlar yüklediklerini, bunları benlik ve toplum veçhelerini daha geniş açıdan düşünmek ve açıklamak için kullandıklarını göstermektedir.

Kimlik İşaretleri Olarak Nesneler

Önceki örneklerin gösterdiği gibi, nesne incelemelerinde estetik iddiaları kimlik hakkındaki anlatılardan ya da iddialardan ayırmak boşa kürek çekmektir, zira günlük konuşmada –özellikle de bir araştırma mülakatının yapay ortamında– kişisel bir estetik tercihe genellikle bir gerekçenin eşlik etmesi beklenir. Sosyologların "estetik" kapsamında sınıflandırabileceği türdeki bu tür gerekçelendirmelerin salt estetik terimlerle ifade edildiği nadirdir; aksine, bunlar kendilik kimliği ve birtakım dışsal etkenlerle (örneğin kişinin yaşam standartlarına uygun ihtiyaçlarla ve maliyetlerle) ilişkilendirilir. Bu yüzden mülakata katılan kişilerin eşyalarıyla (bunlar "estetik" eşyalar olsa bile) bağlantılı olarak kimlik meselelerini göz ardı ettikleri nadir görülür. Aşağıdaki vaka son derece kişisel anlamı haiz ve kişisel kimlikle çok güçlü bir çağrışımı olan çok özel bir nesneye (bir kutsal kitap) odaklanmaktadır. Kitabı Mukaddes

–tıpkı diğer kutsal din kitapları gibi– seri olarak üretilmesine rağmen güçlü bir aura'ya sahip olmayı sürdüren nesnelerin en uç örneğidir. Manevi açıdan önemli bir metin olsa da, aynı zamanda tedavülde yaygın olarak bulunan seri üretilmiş bir nesnedir. Kutsal kitap statüsüyle çelişecek şekilde Kitabı Mukaddes özel herhangi bir yerden geliyor değildir, seri üretilen diğer ders kitapları ya da dergilerle özünde aynı niteliklere sahiptir. Fakat otorite aura'sını korumayı başarmıştır. Aşağıdaki vaka *herhangi bir* kutsal kitapla, örneğin bir otelde kalırken yatağın kenarındaki çekmecede bulabileceğiniz türde bir kutsal kitapla değil, son derece kişiselleştirilmiş, özelleştirilmiş bir nesneyle alakalıdır.

Kutsal kitap genellikle sergilenen ya da gündelik hayatta yanımızda taşıdığımız bir nesne değil, özel günler ve ibadetler için saklanan bir nesnedir. Hıristiyanlar için çok mümtaz değerleri simgeliyor ve Hıristiyan olsun olmasın insanların gözünde meşru bir ahlak kuralı olarak saygı uyandırıyor olabilir. Ama dine bakış açınıza bağlı olarak Kitabı Mukaddes de belli yaftaların kendisine iliştirildiği bir nesne olabilir (örneğin ahlaki emperyalizmin ve müteşebbisliğin bir biçimi olarak Hıristiyanlıkla veya genel anlamda ahlaken ve toplumsal açıdan muhafazakâr değerlerle ya da miadını doldurmuş yahut katı ahlak kurallarına bağlılıkla ilişkilendirilebilir). Bununla birlikte, muhafazakâr bir Hıristiyanın taşıması ya da sergilemesi için gayet münasip bir aksesuar olarak görülebilir, peki ya felsefe ve sosyoloji alanında uzmanlaşan bir üniversite öğrencisi için? Aşağıdaki vaka incelemesi, kutsal kitabını kendi kimliğini anlamak için asli bir nesne olarak gören üniversite öğrencisi Sarah'yı ele alıyor.

Sarah

Sarah için Hıristiyan inancı hayatının yönünü ve anlamını tanımlayacak kadar kimliğinin hayati bir veçhesidir. Hayatını Hıristiyan inanışlarına uygun olarak yaşamak istiyor ve kendi hayat tercihleriyle bu tür inanışlara sahip olmayan kişilerin hayat tercihleri arasında kayda değer bir fark olduğunu düşünüyor. Sarah için kutsal kitabı inanışlarının simgesidir. Onu bu tür inanışlardan

uzaklaştırabilecek toplumsal baskılarla "mücadele etmenin" bir aracı olduğunu söylüyor.

> Kutsal kitabım zamanla kimliğimi temsil etmeye ve onu şekillendirmeye başladı. Beni temsil ettiğini söylerken, herhangi bir kutsal kitabın benim kimliğimi ifade edebileceğini kastetmiyorum. Satın almak için para biriktirdiğim, ellerimle kapladığım, saatlerce göz nuruyla okuduğum ve bazen de üzerine gözyaşlarımı akıttığım kutsal kitapla ben kendimi özdeşleştiriyorum.

Sarah'nın kutsal kitabı, Hıristiyan inancını kişisel yön ve mana arayışının tanımlayıcı parçası olarak görme kararını temsil etmektedir. Kitabı Mukaddes'in başkaları tarafından nasıl algılandığını kontrol edememekte ve başkalarının ona şüpheyle yaklaşabileceğini kabul etmektedir. Dolayısıyla nesnenin başkaları tarafından, özellikle de genç insanlar, bilhassa da üniversitedeki akranları tarafından nasıl algılandığı konusunda kaygı duymaktadır: "Kutsal kitabımı yanımda taşıma konusundaki gerginliğimin .... bazı açılardan daha seküler bir hayat tarzına uymak konusunda hissettiğim baskıyı gösterdiği söylenebilir." Kutsal kitap onun için özel, kayda değer anlamlar taşıyor, ancak başkaları için onun muhafazakâr, kısıtlayıcı değerleri ifade edebileceğini de kabul ediyor. Bu duruma tepkisi, kutsal kitabı kişiselleştirmek ve seri üretilen bir nesneden olmaktan çıkartıp bir kutsal kitabın (ve bir Hıristiyanın) nasıl gözükmesi gerektiğine dair tipik anlayışları sarsan bir nesneye dönüştürmek olmuş. Hissettiği baskıların (görünüşte) çelişkili rol ya da mensubiyet kategorileriyle (sosyoloji ve felsefe öğrencisi, Hıristiyan, alternatif üniversite öğrencisi, bir gençlik alt-kültürünün üyesi) alakalı olduğunu söyleyebiliriz. Sarah genç bir insanın kutsal kitabını kişiye özel hale getirmiştir:

> Yanlış anlaşılma korkumu kutsal kitabımı süsleyip güzelleştirmeme bakarak anlayabilirsiniz. Benim gibi Tanrı inancı olan, ama buna uygun bir hayat yaşamamayı tercih eden birçok insanın ikiyüzlülüğünün farkındayım ve bu yüzden kutsal kitabımı fitilli kadifeyle kaplayıp şiirlerle dolduruyo-

> rum ki, gören biri baş tacı ettiğim bir şey olduğunu anlasın. İnsanlar kutsal kitabımın hayatımın her alanına nüfuz eden bir şey olduğunu ve kimliğimin diğer parçalanyla etkileşimde olduğunu görsünler istiyorum. Geleneksel, kuralcı bir Hıristiyan olarak görülmekten korktuğum için, kutsal kitabımı kaplama ve içini diğer şahsi işaretlerle doldurma ihtiyacı duyuyorum.

Dolayısıyla Sarah'nın kutsal kitabı, hem toplumsal kimliği bakımından hem de Sarah'nın kendisi için, kim olduğunun bir işaretidir. Ayrıca bu kitabın anlamı Hıristiyan genç ve üniversite öğrencisi olmak gibi Sarah'nın kimliğini düşünümlü olarak gözlerken müzakere etmek zorunda kaldığı popüler ve çelişkili söylemler aracılığıyla dolayımlanmaktadır. Dolayısıyla onun kutsal kitabı bir manevi kılavuz olarak kendisi için taşıdığı öz anlamı korumaktadır, ama kişiselleştirilmiş biçimiyle kitap, kimliğinin kat ettiği çoklu sosyal mahaller dikkate alındığında (gençlik, alternatif yaşam tarzları, Hıristiyanlık, üniversite öğrenciliği), Sarah'ya kimliğinin veçhelerini toplumsal açıdan dolayımlama imkânı tanımaktadır.

Kültürel ve Siyasal İktidarın Taşıyıcısı Olarak Nesneler

İnsanlar ile teknoloji arasındaki ilişkilere dair yeni teorilerden doğmuş olan bu külliyatta nesneler, belli iktidar ilişkileri tarafından oluşturulur ve akabinde de bu ilişkileri aktif bir şekilde oluştururlar. Aktör-ağ teorisi olarak bilinen bu gelenekte nesneler, kültürel ve siyasal söylemlerin oluşturduğu belli ağlar tarafından üretilir ve insanlarla birlikte bu tür ilişkileri yeniden üretirler. Dolayısıyla insanları nesnelere bağlayan söylemler ve ağlar tek bir failmiş gibi birbirinden ayrılmaz olmakla kalmayıp, aynı zamanda "aynı kumaştan yapılmış" da olabilir (MacKenzie ve Wajcman, 1999: 25). Teknoloji ve bilim sosyolojisi alanlarındaki çalışmalardan beslenen aktör-ağ teorisi cep telefonları gibi yeni teknoloji ürünlerine; uzaktan kumanda, hız kesme tümseği ya da otomatik kapı kilitleri gibi insanlar "adına eylemde bulunan" makinelere; uçak, bina ve motorlu taşıtlar gibi "teknolojik ağ" içinde iş gören nesnelere odaklanma eğilimindedir. Bir sonraki bölümde Foucault'nun ünlü

panoptikon örneğinden yararlanarak, nesnelerin söylem ve iktidar ağlarının merkezinde olduğu ve insan eylemlerini etkileyecek şekilde "eylemde bulunduğu" görüşünü tartışacağız. Foucault "aktör-ağ" konusunda yapılan güncel araştırmalardan önce öldüğü için, adı bu alanla birlikte anılmaz. Fakat günümüzde aktör-ağ teorisi üzerine çalışanlar tarafından geliştirilen bazı önemli izleklerin temelinde Foucault'nun eserinin bulunduğu söylenebilir.

Foucault'nun hapishane, hastane ve tımarhane üzerine soykütüksel çalışmaları, toplumsal kurumların ve pratik bilgilerin oluşumunu koşullayan tarihsel söylemlerin nasıl ortaya çıktığının hikâyesidir. Bu çalışmaların tarih incelemeleri olduğu söylenebilir, ama her şeyden öte ve öncelikle mevcut durumla ilgili soykütüksel bir tarih taslağıdırlar. Bu yüzden *Hapishanenin Doğuşu* kitabı, ceza ve hapsedilmenin değil, ceza kavramı etrafında salınan söylemlerin bir tarihidir. Vardığı sonuç kapatılmanın tarihini anlamaktan çok daha kapsamlı içerimlere sahiptir. Eserin özünü Foucault'nun mahkûm edilen tutsağın bedenine nasıl muamele edildiğini ele aldığı ilk bölümde sunulan vaka incelemelerinde bulabiliriz. Kralı öldürmekten suçlu bulunan ve *amende honorable*'a* mahkûm edilen Damiens'in hikâyesi ile Paris'teki bir çocuk hapishanesi için Faucher'nin tayin ettiği kurallar yan yana getirir Foucault. Gazete kaynaklarından çıkarttığı Damiens'in infazı hikâyesi tüyler ürpertici ve hunharcadır, devletin zalim intikamının odak noktasında bedenin imhası vardır. Bu vaka ile Faucher'nin mahkûmun bedenini disiplin ve terbiye etmeyi önemseyen ve günlük programlar, tasnifler ve zaman çizelgelerinden oluşan kuralları arasında tam bir tezat vardır. Bu cezalandırma yöntemleri arasında sadece seksen yıl vardır. İki strateji de bedene odaklanır. Fakat biri bedensel aşağılamayı bir gösteriye dönüştürürken, diğeri gözlerden uzakta gerçekleşir; bedene birazcık dokunur ve bunu da sadece, bedensel rutinleri uzamsal ve zamansal bir düzlemde yönlendirmek için yapar.

Bu yeni ceza bilimi beden ve ruhla oldukça incelikli, ama son derece etkili şekillerde oynayan yeni iktidar ekonomilerinin teme-

---

Mahkûmun yalınayak ve boynunda urganla kiliseye götürülerek mağfiret dilendiği bir cezalandırma yöntemi. (ç.n.)

lini oluşturur. İşte Foucault'nun disiplinci toplumun paradigması olarak gördüğü şey, toplumun geneline yayılmış bu yeni iktidar tarzıdır. Klasik ceza çağının simgesi herkesin içinde işkence ve bu işkencenin sergilenmesi iken Foucault, modernliğin bu usulü terk ettiğini ve bunun yerine, ilk kez faydacı filozof Jeremy Bentham'ın önerdiği panoptikon mimari düzenlemeyi benimsediğini ileri sürer. Dolayısıyla panoptikon, cezanın doğası ve beden ve ruhla ilişkisiyle ilgili ortaya çıkan yeni söylemlerin bir ürünüdür. Disiplin ve gözetleme fikirleri olmadan panoptikon da olamaz. Ancak dahası, bir teknoloji nesnesi olarak panoptikon insanlar *adına eylemde bulunur*. Panoptikonun tasarımının sinsi zarafeti (ışıklandırma ve mimari form sayesinde) hapishanede yaşayan insanların etkin bir şekilde gözetlenmesini sağlar, zira mahkûmlar gözetlenip gözetlenmediklerini kesin olarak söyleyemezler. Bu belirsizlikten ötürü ve mahpus olarak nispeten güçsüz olduklarından, her zaman gözetlendikleri varsayımıyla kendi davranışlarını izlemeye teşvik edilirler.

Dolayısıyla panoptikon, cezalandırma üzerine söylemlerdeki tarihsel değişimlerin ürünü olan ve –"cansız" olsa da– tasarımının bir ürünü olarak siyasal ve örgütsel amaçlara hizmet edecek şekilde "eylemde bulunan" bir nesnedir. Somut bir nesne olarak panoptikon ile ona dahli olan insan failler (öncelikle mahkûmlar ve gardiyanlar) ve cezayla ilgili söylemler arasındaki ayrımlar böylece, bedenin cezalandırılması ve denetlenmesiyle ilgili anlayışlar ve ilişkiler ağıyla ilişkilendirilebilir, bu ağdan doğuyor olarak –"farklı stratejik mantıkların somutlaşması" olarak (Law, 2002: 92)– görülebilir. Diğer yandan, salt bir "nesne" olarak panoptikon ile bunu tasarlayıp kullanan insanlar arasındaki ayrım tali önemdedir, zira nesneler ve insan aktörler belli amaçlara ulaşmak için birlikte hareket etmektedirler.

"Maddi Kültürü" Tanımlamak

Nesnelerin nasıl kültürel anlamlar taşıdığına dair bir fikir verecek şekilde bir giriş yaptık ve bu amaçla seçilmiş teorik fikirlerle örtüşen bazı vakaları ele aldık; bu bölümün bundan sonraki son

kısmında, maddi kültür çalışmalarının kilit terimlerini tanımlayacağız. Maddi kültür çalışmalarının temel kaygısı insanlar ile nesneler arasındaki karşılıklı ilişkilerdir. Daha somuta inersek, maddi kültür çalışmaları insanların nesneleri hangi şekillerde kullandıklarıyla ve hangi nesnelerin insanlar adına ve insanlara ne yaptığıyla ilgilenir. Ayrıca maddi kültür çalışmalarındaki araştırmacılar, kültürün –ve kültürün üzerinde temellendiği anlamların– aktarılması, alımlanması ve üretilmesinde bu ilişkilerin oynadığı önemli rolü analiz etmeyi amaçlarlar. Okurlar önceki vaka incelemelerinden hareketle, nesnelerin fiziki varlığının, toplumsal hayatın pragmatik yönlerini yapılandırma konusunda önemli rol oynamasının yanı sıra insanlar için çeşitli sembolik anlamlar taşıdığını da görecektir. Genel geçer akademik kullanımıyla "maddi kültür" terimi, genellikle insanların algıladıkları, kullandıkları, dokundukları ve taşıdıkları, içinde toplumsal faaliyetlerini yürüttükleri, yararlandıkları ya da düşündükleri bir maddi nesneyi (örneğin ayakkabı, fincan, kalem) ya da maddi nesneler ağını (örneğin ev, araba, alışveriş merkezi) anlatmak için kullanılmaktadır.

Maddi kültür esasen taşınabilen ve dokunularak algılanabilen bir şeydir ve dolayısıyla beşeri kültürel pratiğin bir bileşeni olan fiziki, maddi bir varoluşa sahiptir. Ayrıca medya ve reklamcılık yoluyla harekete geçirilen tüketim arzusunun zihinsel ya da kavramsal boyutlarını vurgulayan çağdaş tüketim çalışmalarıyla uyumlu şekilde, maddi kültür terimi görülerek algılanan şeyleri de kapsar. Maddi kültürün zihinde bu şekilde canlandırılabilmesi, fantezi ve arzuların hayali dünyasına girme imkânı tanır, böylece zihinsel düzlemde nesnelerle oynanabilir ve tüketim nesneleri için canlı tutulan arzunun temelinde bulunan "hayaller ve hoşa giden dramalara" dönüştürülebilirler (Campbell 1987: 90). Bu husus vurguladıktan sonra şunu belirtmek önemlidir: Maddi kültürün fiziki, cisimleşmiş ve kavramsal öğeleri arasındaki yaptığımız bu ayrım gündelik hayat açısından bakıldığına yapaydır ve bu öğeler aslına birbirinden ayrılamaz: Nesneler kültürel açıdan güçlüdür, çünkü *fiziki ve zihinsel manipülasyonu pratikte birbirine bağlarlar.*

Maddi kültür çalışmalarının "maddi" bileşenini tanımlamak için kullanabileceğimiz en iyi kelime hangisidir? "Maddi kültür" tabiri çoğu zaman "şeyler", "nesneler", "insan yapımı objeler", "mallar", "metalar" ve daha yakın zamanda, "aktörler", yani eyleyenler bağlamında kullanılmaktadır. Sonuncu hariç, bu kelimeler çoğu durumda birbirinin yerine geçecek şekilde kullanılmaktadır. Ancak her kelimenin anlamında hangi bağlamda kullanılması gerektiğini anlamamıza yardımcı olacak küçük ama önemli farklar vardır. En genel kelimeyle başlayıp en özgül olana ilerleyebiliriz. "Şeyler" somut ve gerçek bir maddi varoluşa sahiptir, ama "şey" kelimesi cansız ya da hareketsiz bir niteliği akla getirir ve faillerin hayal gücü ya da somut etkinlikler yoluyla şeylere hayat vermelerini gerektirir. "Nesneler" ise maddi kültürün, dokunma veya görmeyle algılanabilen ayrık bileşenleridir. "Objeler" insani etkinliğin fiziki ürünleri ya da izleridir. Tıpkı nesneler gibi onlar da maddilikleri ve somutluklarından ötürü öneme sahiptirler ve bugünden geriye dönülerek yorumlanıp düzenlenirler. Objeler genellikle kültürel ya da toplumsal faaliyetin geçmiş bir boyutunun sembolü olarak görülür. "Mallar" belli (genellikle kapitalist olduğu varsayılan) piyasa ilişkileri içinde üretilen ve bir mübadele sistemi içinde değer edinen nesnelerdir. "Meta" kelimesi ise "mal" kavramıyla ilintili teknik bir ifadedir. Meta, benzer şekilde, mübadeleye tabi olan bir şeydir. Nesneler metalaşma sürecine girer ve çıkarlar; şu anda meta olan bir nesne bireylerin, ailelerin ve kültürlerin özel ya da ritüel dünyasına dahil edilmeleriyle meta olmaktan çıkabilirler. "Aktörler" ya da eyleyenler ise teknoloji ve bilim sosyolojisindeki yakın döneme ait yaklaşımların geliştirdiği bir terimdir ve toplumsal olarak "eylemde bulunabilen" varlıklara –hem insan hem de insan olmayanlara– işaret eder; böylece insanlar ile cansız ya da "dışarıda" diye görülen nesneler arasındaki sınırları kaldırarak toplumsal, teknolojik ve doğal dünyalar arasındaki her türlü önsel ayrımı aşmayı amaçlar, insanlar ile maddi şeyler arasındaki girift bağları vurgular.

Bu terimlerden herhangi birini kullanırken şeyleştirme tehlikesi vardır, yani nesneleri insan failler onlarla ilişki kursun ya da kullansın diye var olan, kültür ve toplum tarihinden, anlatı ve kodlardan

kopuk şeyler olarak tahayyül etme sakıncası tehlikesi söz konusudur. Kopytoff (1986) Batı düşüncesinde "bireyselleşmiş" insanlar ile "metalaşmış" şeyler mefhumu arasında mitik bir ikilik olduğuna ve bunun kişiler ile şeyler arasındaki ilişkileri anlamak konusunda esneklikten uzak, sınırlayıcı bir ikili karşıtlık inşa ettiğine dikkat çeker. Ayrıca objeler dünyasının parçası olarak nesneler ile doğal dünyanın nesneleri arasındaki katı ayrımın peşine takılmakta da sakınca vardır (Miller, 1994: 407). Miller'ın savunduğu gibi, "şeylere anlam verdiğimiz süreç ile hayata anlam verdiğimiz sürecin aynı olduğunu" gözden kaçırmamak gerekir (1994: 417). Dahası bazı teorisyenler bu tür ayrımları tümden bırakmanın ve aktör ağ teorisinin savunduğu gibi insan/insan olmayan ayrımını kökten ortadan kaldırmanın gayet yararlı olabileceği kanaatindedir. Bu teoriye göre, nesneler sadece maddi nitelikleriyle değil, anlatı ve mantık sistemlerindeki yerlerine göre de tanımlanırlar ve bu yeri onlara biçen teknoloji, kültür, ekonomi ve siyasetle ilgili toplumsal söylemlerdir. Nesneler onları tanımlamaya, dolayımlamaya ve düzenlemeye yarayan ilişkiler ağı içinde yer alırlar ve sırası geldiğinde nesneler ve insan özneler de toplumsal ilişkiler sistemi içinde bu ağa mana ve amaç vererek etkide bulunurlar (Law 2002: 91-2). Başka bir deyişle, nesneler toplumsal, kültürel ve siyasal kuvvetler onları diğer nesnelerle ilişki sistemleri içindeki nesneler olarak tanımladığı için vardır.

Belli bir bağlamda hangi kelimeyi (nesneler, eyleyenler, maddi kültür, şeyler ya da mallar) kullanmayı tercih edersek edelim, örneklerine rastlamak için yakın çevreye bakmak yeterlidir. Maddi kültür çalışmalarını böylesine büyüleyici ve kültürü anlamak için temel kılan tam da incelenecek konuların bu sonsuz çeşitliliği ve sıradanlığıdır.

Ek Okuma Önerileri

Lury'nin *Consumer Culture*'ı (1996) tüketim çalışmaları alanındaki çeşitli yazının özlü ve ilgi çekici bir eleştirel değerlendirmesidir. Tüketim kültürü ile maddi kültür arasındaki bağı araştıran 2. Bölüm'ü özellikle yararlıdır. Douglas ve Isherwood'un *The World*

of Goods'u [(1996) 1979] temel bir eser olup, iktisat ve antropoloji alanındaki içgörüleri benzersiz şekilde birleştirir. Douglas ve Isherwood'un maddi kültür kullanımları hakkında söylediklerinin çoğu o günden sonra çağdaş maddi kültür çalışmalarında temel hale gelmiştir. Eserin temel fikirleri 3 ve 4. Bölüm'de ifade edilmiştir. Kopytoff'un (1986) denemesi mevcut alanı tanımlamak açısından önemlidir ve yakın okuma gerektirir. Şeylerin kültürel biyografisi hakkındaki bu deneme kapitalist toplumlarda nesnelerin biyografileri olduğunu anlatıyor, nesnelerin nasıl metalaştırılıp "tekilleştirildiğini" –yani kişiselleştirildiğini ya da bir kültür dahilinde onlara nasıl özel ya da kutsal bir anlam yüklendiğini– ele alıyor. Dittmar'ın *The Social Psychology of Material Possessions* adlı eserinin (1992) 1. Bölüm'ü, tüketim ve maddi kültür çalışmalarına psikoloji perspektifinden açık seçik bir giriş yapmaktadır. Ayrıca kimlik temelli tüketim konusundaki maddi kültür perspektifleriyle başlangıç aşamasındaki okurun erişebileceği tarzda ilişkiye giren küçük boyutlu ampirik incelemeler okunabilir. Örneğin sembolik dünya inşasında spor ayakkabıların kullanımı ve gençlik üzerine bkz. Miles (1996), işyerinde kişisel bilgisayarların müşteriye özel hale getirilmesi hakkında bkz Noble (2002) ve ev içi maddi kültürden yararlanarak gerçekleştirilen kimlik inşası anlatılarıyla ilgili olarak bkz Woodward (2001, 2003).

2

Maddi Kültür İncelemeleri. Kökenler ve Öncüller

BÖLÜM İÇERİĞİNİN ÖZETİ

Bu bölüm iki ana kısma ayrılmıştır:

- Maddi kültür çalışmalarının disiplinlerarası kökenlerinin incelenmesi,
- Maddi kültür yaklaşımının temel öncüllerinin özetlenmesi.

Maddi Kültür Çalışmalarının Doğası ve Büyümesi

Bu bölümde, maddi kültür perspektifinin oluşumunda hangi disiplinlerin önemli etkide bulunduğu anlatılmaktadır. Maddi kültür çalışmalarına pek çok disiplinin katkısı vardır ve kökenleri çeşitli teorik yazınlara ve araştırma geleneklerine dayandırılabilir; bunlardan bazıları popülerliğini kaybetmişken, bazıları hâlâ yükselişte dir. Burada ele aldığımız araştırma alanları şunlardır: (i) Evrimsel antropoloji; (ii) modern sosyoloji ve toplum teorisi; (iii) pazarlama ve tüketim davranışına psikolojik yaklaşımlar; (iv) sosyoloji dahilindeki tüketim incelemeleri; (v) ekonomideki davranışlar ve tüketimle ilgili yeni antropolojiler.

Evrimsel Antropoloji ve Kültürel Farklılığın Sergilenmesi

İlk maddi kültür çalışmalarının odak noktası görece dardı ve antropolojinin sınırları içinde, çeşitli insan kültürlerinin maddi dışavurumlarını belgelemeye ve kategorilere ayırmaya çalışıyordu. İlk maddi kültür çalışmalarında genel itibariyle Batılı olmayan ya da daha somuta inersek, kökeni Avrupa dışında yer alan nesneler kataloglanıp tarif edilmişti. Bunlar çoğu zaman mızrak, bıçak ya da kalkan gibi nesneler ve teknolojilerdi. Bu çalışmaların aleni amacı, insan davranışını ve kültürünü bugünden geriye dönerek anlamakta bir araç olarak bu tür aletlerden yararlanmaktı. Gel gelelim Batılı olmayan kültürlerin kültürel ifadelerini nesneleştirmek, marjinalleştirmek ve bir hiyerarşiye oturtmak gibi örtük bir etkisi oldu. Müze koleksiyonculuğunun doruk noktasına ulaştığı dönemde –"müze çağı", resmen 1880-1920 arasıdır (Jacknis, 1985: 75) – maddi kültürün bu şekilde sergilenmesinin eğitime zararlı bir etkisi olmuş, kültürel gelişimle ilgili evrimci aşama ve modellerin ispatı gibi ortaya çıkarak zımnen Batı kültürünün üstünlüğü mesajını vermiştir.

Maddi kültürü bakanların bakışından düzenlemenin, eğitici işleve sahip yeni bir yoluna 20. yüzyılın başında Franz Boas öncülük etti. "Yaşam grubu" düzenlemesi olarak terimleşen fikrin amacı, toplumsal hayatın birtakım yönlerini güya pratiğe dökülmüş olduğu şekliyle temsil eden gerçekçi bir maket inşa etmekti (Jacknis, 1985). İnsan modeller belli toplumsal bağlamlarda uygun şekilde giydiriliyordu ve genellikle bir işle iştigal ederken ya da sanat üretimi yaparken resmediliyordu. Bilgili ve kültürlü bir izleyici topluluğu, Boas'ın bu sergilerin tarzını zihnimizde canlandırma olanağı veren resimyazılarını bugün biraz ironiyle okuyabilir: "Bir kadın, sedir kabuğundan hasır yaparken, bir yandan da sedir kabuğundan yapılma beşikteki çocuğunu, ayağına bağladığı yine sedir kabuğundan bir iple sallarken görülmektedir" (Boas, aktaran Jacknis, 1985:100).

Maddi kültür çalışmalarının bu ilk tezahürlerinde "ötekilere" ait alet koleksiyonları düzenlemek güçlü bir eğilimdi. Sonuç olarak,

bu tür aletlerin nasıl sergileneceği, coğrafi bir yaklaşım mı yoksa karşılaştırmalı veya evrimsel bir yaklaşım mı izleneceği konusunda ilke düzeyinde tartışmalar ortaya çıktı. İlgi çekici örneklerden biri, İngiliz subayıyken yivli tüfek ve misket tüfeği modellerinin gelişimiyle ilgilenmiş olan Pitt Rivers (namı diğer A.H. Lane-Fox Pitt Rivers) idi (Chapman, 1985). Rivers akademik eğilimleri olan sıkı, hatta saplantılı bir amatör koleksiyoncu olarak tanımlanabilir. Halka eğitim vermek ve topladığı nesneler aracılığıyla bir tür evrensel maddi düzen kurmak gibi hamasi bir arzusu vardı. Rivers'ın deniz aşırı bölgelerde sürdürdüğü askeri kariyeri ona çok çeşitli obje toplamak için müthiş bir fırsat vermiş ve büyüyen koleksiyonu etnografyacı akademisyenlerin ve müzelerin ilgisini çekmeye başlamıştı. Koleksiyonu sonunda, Oxford Üniversitesi Müzesinin yeni yapılan ek binasında 1884'te sergilenecekti. Rivers'ın ilgileri evrim ve etnolojiye dönüktü; maddi kültürden yararlanarak "tüm insanlığın izini tek bir kaynağa kadar sürüyor ve ırk düzeyindeki farklılaşmanın ve karşılıklı ilişkilerin tarihini yeniden inşa ediyordu" (Chapman, 1985: 39).

Zamanla bu tür koleksiyonların temelini oluşturan etnolojik ilke şüphe uyandırdı ve giderek sorunlu olarak görülmeye başladı, zira öteki kültürlere ait aletlere zımnen de olsa, hiyerarşik değer skalası içinde bir yer atfediliyordu. Ayrıca özgün kültürel ve mekânsal bağlamlarından ayrı olarak sunulan nesnelerin boşluğu ve yalıtılmışlığının tatmin edici olmadığı düşünülüyordu. Maddi kültür ayrı bir araştırma disiplini olarak gelişeceğine, genel olarak antropolojik araştırmayla bütünleşti ve nesneler esasen, genel antropolojik izlekler ve anlatılarla ilintili kanıt ve örnek mahiyetinde kullanıldı. Alt-disiplin olarak maddi kültür çalışmalarına duyulan özel ilgi uzun sürmedi. 1960-70'lere kadar maddi kültür alanında esasen, materyallerin analizine özel ilgi duyan arkeologlar ve kültürel objeleri belgeleme ve sunmakla görevli müze uzman ve çalışanları egemen olmuştur. Maddi kültürün müze bağlamında ne ifade ettiğiyle konusundaki çağdaş tartışmalarla ilgilenen okurlar Susan M. Pearce'ın oldukça yararlı eserlerine başvurmalıdırlar.

Sosyolojik Modernlik Teorileri: Metalar ve Modern Toplumun Değerleri

18. yüzyıldan 20. yüzyıla kadar klasik siyasal iktisat, sosyoloji ve kültür teorisindeki ana izleklerden biri, yükselen kapitalist ekonomilerdeki büyük üretim kapasitelerinin yol açtığı çelişkili sonuçlarla alakalıdır. Bu külliyatta kapitalizmin tüketim nesnelerini aşırı üretme konusunda muazzam bir kapasiteye sahip olduğu en baştan kabul edilir. Öte yandan, tüketim nesnelerindeki bu tür bir aşırılığın bireylere ve genel olarak topluma yapabilecekleri konusunda esaslı bir kuşkuculuk da söz konusudur. Bu söylemlerde teorisyenlerin ilgilendiği şey somut nesneler ya da tüketim pratikleri değildir. Daha ziyade bu külliyatta, tüketim nesneleriyle ilgili ideolojiyi ve etiği, daha genel olarak da gelişen maddiyatçılık kültürünü konu alan söylemler egemendir.

Adam Smith zenginlerin yaşam tarzına, ahlaksızlık ve çılgınlıklarına öykünüp hayranlık duyma eğiliminde, bilgelik ve erdemin kurban edilişini görüyordu; ona göre, nihayetinde bu eğilim, "ahlaki duyguların yozlaşmasının evrensel nedeni" idi [Smith, 1969 (1759): 84]. Bu düşünce çizgisinin en radikal temsilcisi Marx olmakla birlikte, bu tür kanaatler başka birtakım eserlerde de kendine benzersiz, az çok incelikli kültürel ifadeler bulmuştur. Bunların arasında Veblen'in beğeni yargılarının parasal doğasına ilişkin sert eleştirileri [1899(1934)], Simmel'in [1904(1957)] modern dünyada moda ve stil üzerine eleştirileri (1997a, 1997b), Bataille'ın (1985) kapitalizmi tanımlayan "faydasız şaşaa" ve bolluk konusunda söyledikleri ve Sombart'ın [1967(1913)] kapitalizmin doğuşunda lüks malların rolüne dair analizi de vardır.

Sonraki bölümlerde bu yazarlara daha ayrıntılı olarak odaklanacağız. Maddi kültürle ilgilenen klasik modern yazarlar grubunun fikirlerini takdim etmeden önce, maddi kültürün klasik analizlerindeki iki egemen akımı ana hatlarıyla ayırmak üzere Simmel ve Marx'a dönebiliriz. Öncelikle, Karl Marx'ın yabancılaşmış emeğin sembolü olan meta üzerine yazdıklarına bakalım. Marx kapitalist toplumların zenginliğinin muazzam çeşitlilikte meta nesnesi üret-

mek suretiyle sermaye biriktirebilmesine dayandığını kabul ediyordu. Marx'a göre, insan olmanın başlıca özelliklerinden biri nesnel bir dünya yaratmaktı. İnsanlar nesnel şeyler ya da nesneler dünyasını anlayarak kendilerini anlayabilirler: "İnsan kendisini sadece zihinsel olarak, bilinç düzeyinde değil, aynı zamanda aktif biçimde ve edimsel olarak da yeniden üretir ve bu sayede, bizzat yarattığı bir dünyada kendisini tasavvur edebilir" (Marx, 1975: 329). Üretim ve tüketimin temel nesnel birimi olarak meta kapitalizmin hem şanlı başarısının hem de sömürücü temelinin sembolüdür. Üretimin siyasal iktisadı işçiler için ciddi bir kayıp demektir. Kapitalizm "zenginler için mucizeler, işçiler için yokluk üretir. Bir yandan saraylar yapar, ama işçileri kulübelere tıkar" (Marx 1975: 325). Bu eserin sonraki bölümlerinde görüleceği gibi, kapitalist ekonominin ürettiği nesneler konusunda Marx –kesin bir düşmanlığa yaklaşan– derin kuşkular içindeydi ve tüketim nesnelerini kapitalizmin sömürü ilişkilerinin cisimleşmesi olarak görüyordu.

Modernliğin ve kapitalizmin ilk biçimlerinin taslağını çıkaran klasik sosyologlar arasında, maddi kültürün modern deneyimin doğasını nasıl tanımladığı sorunuyla açıktan en çok ilgilenen Georg Simmel'dir. Simmel'in eserlerinin temel öğelerinden biri, modern ekonominin şeyler, nesneler ve materyallerin sayısında eşi görülmedik bir çoğalmayı tetiklediği içgörüsüydü. Simmel bunu kabul etmesi bakımından Marx'la benzer bir gözlemde bulunmuştur, ama bu tespitin kültürel ve deneyimsel içerimlerini araştırma bakımından daha ileri gider. Temel iddiası, gittikçe büyüyen şeyler dünyasının modern yaşamın dolayımlanması ve deneyimlenmesinde giderek önemli hale geldiğidir. Nesneler tarz ve tür bakımından çoğalırken bireyler tarafından farklılaşmak amacıyla temellük edilir. Ayrıca nesneler, insanların alanı ile giderek insanların kontrolünden çıkan maddi şeyler alanı arasında bir mesafe yaratarak can alıcı bir rol oynar. Modern şeyleşme ve yabancılaşmanın temeli budur.

Simmel'in sosyolojik ilgi alanları o kadar çeşitliydi ki çalışmaları bazılarınca zayıf ve sığ diye damgalanmıştır (bkz. Frisby, 1992: 68-101). Ayrıca dönemin antropologları tarafından benimsendiği şekliyle maddi kültürün yöntemsel açıdan biçimsel olan bir analiziyle

ilgilenmiyordu. Ama görünüşteki bu farklılığa ve –belki de– yüzeyselliğe karşın, eserlerinin çoğu esasen modernliği ileriye taşıyan diyalektikle, çelişkili kuvvetlerle alakalıydı. Bu diyalektik, toplumsal birlik ve tektipleşmenin modernliğe has gelişimi çerçevesindeki bireysel farklılaşma problemi etrafında döner. Simmel "toplumlaşma biçimleri" adını verdiği bireyler arasındaki ilişkilerin doğasının anlaşılmasıyla ilgileniyordu. Nesneler bu toplumlaşma biçimlerinin dolayımlanmasında kayda değer bir rol oynuyordu. Simmel'in nesnelere olan ilgisi kısmen, toplumsal yaşamda duyuların –özellikle de görme duyusunun– rolü ve Avrupa'nın büyüyen şehirlerindeki metropol yaşam deneyimine olan kapsayıcı ilgisinin bir boyutu olarak anlaşılabilir. Birbiriyle alakalı bu iki boyut da, toplumlaşma biçimlerinin dolayımlanışında nesnelerin rolüne ayrıcalık tanır.

Simmel sadece para ve moda konularında değil, aynı zamanda köprüler, kapılar, kapı kolları, resim çerçeveleri ve ev içi mekânlar gibi nesnelerin sembolik kapsamları hakkında da denemeler yazar. Moda ve stil hakkındaki mahirane analizi, esasen modernliği tetikleyen süreçleri ve akabinde bunların modern insanın psikolojik-toplumsal gelişimi üzerindeki etkilerini anlama girişimidir. Moda ve stil; kıyafetler, ev dekorasyonu ya da adabımuaşeretten çok daha fazlasını temsil ediyordu; bunlar modern toplumsal yaşamın temel süreçleriydi, gerçekte "türümüzün tarihindeki evrensel bir görüngüydü" (Simmel [1904] 1957: 53). Çatışma, uzlaşma, yüceltme ve benimseme süreçleri, hepsi de temeldeki Simmelci diyalektiğe hizmet eder: Genellik/tektiplilik ve karşısında bireysellik/farklılaşma. Simmel'in kavrayışındaki netlik sayesinde moda ve stil analizi bazı açılardan kusurlu ve anakronist olmasına karşın, söylediklerinin çoğu ilgi uyandırmakta ve günümüzün uzman ve okurlarına akla yatkın gelmektedir.

Pazarlama ve Tüketici Davranışına Psikolojik Yaklaşımlar

Bu külliyat içerisinde, hangi disiplin ya da yaklaşıma yakınlık duyulduğundan bağımsız olarak, tüketim meseleleri ve insan-nesne ilişkilerinin doğası ve anlamı konusundaki bilgi dağarcığımızı

gerçekten ileriye taşıyacak bazı harika araştırmalar vardır. Kültürel ilgileri daha ağır basan insanlar insan-nesne ilişkilerini inceleme noktasında açık ölçütler ve araçlar geliştirmeye çalışan bu araştırmaların psikolojik, pozitivist yaklaşımından hazzetmeyebilirler. Fakat bu araştırma yaklaşımının diğer tarzlara kıyasla bazı üstünlükleri vardır. Belk (1985, 1988, 1995; Belk vd., 1989), Wallendorf (Walendorf ve Arnould, 1988) ve Kleine ile Kernan (1991) (ayrıca Kleine v.s., 1995) gibi isimlerin pazarlama ve tüketim araştırması alanındaki eserlerini ve Csikszentmihalyi ile Rochberg-Halton (1981) ve Schultz'un vd. (1989) psikoloji alanındaki eserlerini, evrensel ölçütlerde mükemmel olan araştırmalara örnek olarak görebiliriz. Fakat bunlar üst düzey ve istisnai örneklerdir. Bu alanda yapılan araştırmaların önemli bir kısmı kültürel açıdan bakıldığında hiç de tatmin edici değildir ve kültürel antropoloji ve tüketim sosyolojisi alanlarındaki önde gelen araştırmacıların, özellikle de Avrupalı ve İngiliz araştırmacıların eserlerini dikkate almaz. Ağırlıklı olarak insan-nesne ilişkilerinin psikolojik öğelerine odaklanan bu eserler, tüketim ve maddiyatçılığı toplumsal eşitsizlik ve farklılık yaratan kültürel pratikler ve değerler olarak anlamaya engeldir. Fakat bu tür incelemeler önemli bir açıdan gerçekten de başarılıdır, zira sosyologlar ve toplum teorisyenleri çağdaş tüketim süreçlerinde kimlik yönetiminin öne çıkışına, ampirik ortamlara ve süreçlere bakmadan odaklanırlarken, bu incelemeler öz kimliğin (maddi kültüre bağlılık, onunla bütünleşme ve ilişki kurma temelinde bireyselleşme süreçleri tarafından) nasıl yaratıldığını ampirik açıdan araştırarak ilerlemelere katkı sunmuştur (örneğin Schultz vd. 1989). Kavramsal netlik ve özgüllük konusundaki yüksek standartları ve ampirik ayrıntılara gösterdikleri dikkat bu tür psikolojik incelemelerin üstün yanlarıdır.

Örneğin benzersiz bir çalışmaya imza atmış olan Wallendorf ve Arnould (1988) gözde nesneler mefhumunu araştırmak için ABD ve Nijer'deki deneklerden topladıkları bilgileri üçlü yapı arz eden bir metodolojiye tabi tutarlar. Teorik öncülleri, nesnenin, anlamın kendisine gelip bağlanacağı maddi bir ortam sunarak temel bir psikolojik işlev üstlendiği şeklindedir. Douglas ve Isherwood'un [(1996)

1979] izinden giderek, nesnelere sahip olmanın maddiyatla ilgili olmadığını, daha ziyade anlam yaratma ve kişinin kültürel evreninin anlaşılabilirliğiyle ilgili olduğunu iddia ederler. Kilit bulguları şunlardır: ABD örneği, tüketimin kilit bir hedefi olarak mülklere odaklanması bakımından daha araçsal ve materyalisttir; kadınlar biyografik ve aileyle ilişkili nesneleri seçerken, erkekler üstünlük ve başarıyı yansıtan nesneleri tercih ederler; gençlerin tüketimiyse kuşaklar arası bağları vurgulayan daha yaşlı deneklere kıyasla haz temellidir.

Bu araştırma alanının çoğu pazarlama, işletme ve tüketici araştırmaları üzerine yapılan çalışmalarla alakalıdır ve esas amacı bilimsel araştırma tekniklerini tüketim davranışını anlamak amacıyla uygulamak olan bu alanın kalbi Kuzey Amerika'dır. Nihai amaç, ürünleri daha etkili şekilde pazarlamak ve satmaktır. Bu araştırmanın sonucu *illa* maddiyatçılığı ya da tüketim modellerini anlamak (hele hele temel kültürel değerler olarak bunlara karşı çıkmak) değil, aksine tüketici davranışlarına dair stratejik ve daha eksiksiz bir anlayışa ulaşarak maddiyatçı değerleri teşvik etmektir. Rose'un tüketim yönetimi konusunda dikkat çektiği gibi: "Bakanların özlemleri, iş dünyasının hırsları ve tüketicilerin hayallerinin birbirine çevrilebilir olmasını sağlayan düzenekler, öznelliğe dair bilgi ve teknikler tarafından desteklenen piyasa araştırması, promosyon ve iletişim uzmanlığıdır" (Rose, 1992: 155). Bu araştırmanın ilgi çekici yanı tüketimci ve maddiyatçı değerlerin egemen olduğu Kuzey Amerika'da gelişmesi ve gelişen pazarlama yetileri ile maddiyatçı toplumlar arasında bir bağ olduğunu telkin etmesidir. Bu spekülasyon bir yana, maddi kültür araştırmacıları özenli bir seçimle, bu eserlerden önemli yararlar elde edebilirler; ampirik açıdan en soyut ve kültür-üstü olanlara sınırlı bir dikkat göstermek, ama tüketim psikolojisi ile kültürel anlatı ve biçimleri arasında gerçek bağlantılar kuranlara odaklanmak kaydıyla...

Sosyoloji Çerçevesinde Tüketim İncelemeleri

Tüketim kültürünün en temel öğeleri olarak nesnelerle ilgilenmek, geç modern toplumlardaki tüketim süreçleriyle ilgili yapı-

lan toplumsal-kültürel açıklamalar bağlamında yeni bir statüye kavuşmuştur. Gerçi sosyologların ve siyasal iktisatçıların kültüre ve genel olarak tüketimin maddi bileşenlerine öteden beri süren bir ilgileri vardır [1954 (1867); Simmel, 1904 (1957); Sombart, 1967 (1913); Veblen, 1899 (1934)]; ancak maddi tüketim nesnelerine son dönemde gösterilen ilgi, çağdaş tüketimcilikle ilgili belli başlı toplumsal-kültürel açıklamalar ve bu açıklamaların tüketim süreçlerinin maddi temeline yaptıkları vurgu bağlamında gelişmiştir (Appadurai, 1986; Douglas ve Isherwood, 1979; Miller, 1987; Riggins, 1994). Ayrıca tüketimle ilgili sosyolojik incelemelerde yeni ortaya çıkan maddi kültür perspektifinin yarattığı iyimserlik kısmen postmodern tüketimi kutsayan açıklamaların aşırılıklarına bir tepki gibi görünmektedir. Bu tür açıklamalar belli tüketim türlerinin dışavurumcu, yapısal-olmayan, estetik olanaklarını kucaklamış ve teorik açıdan bunları kimliğin korunması, tercih, özgürlük ve düşünümlülükle ilişkilendirmiştir. 1970'lerden itibaren Avrupa'da ve Britanya'da yayımlanan toplum teorisi ve kültür incelemeleri alanındaki bazı kilit metinlerden doğan bu açıklama, tüketimi çağdaş toplumsal değişim süreçlerinin merkezine yerleştirmiş ve teorik açıdan zengin ve yeni olan çeşitli kavramlar ortaya atmıştır. Gel gelelim bunların genel olarak sistemli ampirik yeterlilikten ya da yöntemsel incelikten yoksun olduğu ve son zamanlarda tüketimin kimlikle ilgili, dışavurumcu veçhelerine çok fazla vurgu yaptığı da söylenebilir. Dönemin belirgin temposunu anlatma ve makro ölçekteki toplumsal değişimlerin taslağını çıkarma konusunda başarılıydılar, ama ortaya attıkları iddiaları somutlaştırma, ölçme ve ampirik olarak sağlamlaştırma konusunda çoğu zaman yetersiz kaldılar.

Postmodern iddianın anafikri, son dönemdeki aşırı metalaşma süreçlerinin tüketime estetik ve göstergebilimsel nitelik kazandırdığı şeklindedir [Featherstone, 1991; Jameson, 1991 (1984); Lash ve Urry, 1994]. Tüketim süreçleri hakkındaki yorumlarda harcıâlem hale gelmiş karşıtlık şudur: Tarihsel perspektiften, tüketimi genel anlamda faydacı olarak –yani esasen, kullanımdaki faydaya binaen–değerlendirmek mümkün olsa da, bugün için karakteristik bi-

çimde kurucudur: Kimlik oluşturucudur, düşünseldir; dışavurumcu, hatta oyunbazdır.

Featherstone'un çağdaş tüketim kültürünün ana hatları konusundaki açıklamaları kendisinden önceki kuramsal çalışmalara çok şey borçludur: Jameson [1991 (1984)]; Lash ve Ury (1987) ve Harvey'den (1989) olduğu kadar, göstergebilimsel teknikleri gündelik tüketim kültürüne uygulayarak yeni bir saha açan Baudrillard ([1996] 1968) ve Barthes'ın [1967, 1993 (1957)] göstergebilimsel analizlerinden de beslenir. Featherstone'un postmodern tüketim kültürüne geçişle ilgili analizi, yaşam tarzı kavramının postmodern bir tüketim rejiminde özel bir ağırlığa sahip olduğunu ortaya koyar. Featherstone (1990) taslağını çıkardığı üç yaklaşım arasından, son dönem tüketim pratiklerinde haz ve arzunun rolü üzerinde duran yaklaşımı vurgulamayı tercih eder. Postmodern tüketim kültürünün gelişimi, mallardan sadece fayda sağlayan değil iletişim sağlayan araçları olarak da yararlanıldığı şeklindeki varsayıma yaslanır. Featherstone bu eğilimi "gündelik yaşamın estetikleştirilmesi" diye nitelendirdiği şeyin bir bileşeni olarak görür (1992), zira meta göstergesinin egemen olduğu bir toplumda, varsayımsal olarak her insan bir sembol uzmanı olmalıdır.

Featherstone'un (1991) estetikleştirme değerlendirmesinin tüketim kültürüne ya da en azından onun bazı toplumsal kısımlarına uygulanabilir olan iki yönü vardır. İlk olarak hayat bir tarz projesi olarak kavramlaştırılır; bu projede özgünlük, beğeni ve estetik yeterlilik bir başarı ve üstünlük ölçüsüdür (1991: 97) ve bu açıdan, toplumsal eylem için önemli güdüleyiciler haline gelirler. Sadece para harcamakla başarılacak bir tarz projesi de değildir bu. Featherstone avangarda ve aydınlara yeni tüketim fikirlerinin yayılmasında önemli rol biçer ve ayrıca, tüketim ekonomisinin mali omurgasının yeni orta sınıflar olduğunu savunan Bourdieu'yü (1984) destekler. Bununla birlikte "hesapçı hedonizm, stilistik etki kestirimi ve duygusal ekonomi" diye tanımladığı bir bakış açısıyla *bütün* sınıfların yaşam tarzı projesine yaklaştığına inanır (1991: 86). Yaşam tarzı mefhumu Featherstone'un tüketim kültürü anlayışı için özellikle yararlıdır, çünkü insanların meta "ekonomileri"

dahilinde var olan sembollerden bütünlüklü ve anlamlı bir tarzda yararlanılması yoluyla postmodern sembol işlemcileri olarak hareket ettiklerini telkin etmektedir:

> Tüketim kültürünün yeni kahramanları hiç üzerinde düşünmeden, gelenek ya da alışkanlık yoluyla bir yaşam tarzı benimsemek yerine, yaşam tarzını bir yaşam projesi haline getirir ve bireyselliklerini ve tarz anlayışlarını bir yaşam tarzı halinde tasarladıkları malların, kıyafetlerin, pratiklerin, deneyimlerin, görünüş ve bedensel temayüllerin bir birleşimiyle sergilerler. Tüketim kültürü içindeki modern birey sadece kıyafetleriyle değil; evi, mobilyaları, dekorasyonu, arabaları ve beğeninin varlığı ya da yokluğu üzerinden okunması gereken diğer faaliyetler aracılığıyla mesaj verdiğini belli eder. (Featherstone, 1991: 86)

Tüketim incelemelerindeki bu kültürel ve postmodern vurgu değişikliği, esasen, tüketim kapitalizminin manipülatif, ideolojik doğası üzerinde duran eleştirel ya da yeni-Marksist tüketim anlayışının [örneğin Horkheimer ve Adorno, 1987 (1944); Marcuse, 1976 (1964)] toptancı iddialarına ilişkin şüpheciliğe yaslanır. Tüketim teorisinin eleştirel versiyonlarından bu uzak duruşun mantıki dayanaklarından biri, "geç" kapitalizm biçimleriyle (Jameson, 1991) ilişkilendirilen toplumsal ve ekonomik uzamsallaşma ve göstergeleşme süreçlerine ilişkin son dönemde ortaya çıkmış külliyattır (ayrıca bkz. Beck, 1992; Harvey, 1989; Lash ve Urry, 1987, 1994). Bu yaklaşımın temeli küresel sermayenin dolaşımındaki temel dönüşümlerin ve ayrıca, genellikle tüketim nesnelerinin üretilme ve tüketilme biçimindeki değişiklikleri de kapsayan bir dizi kültürel değişimin (bunlar manidar bir şekilde salt "bağımlı değişken" diye adlandırılır) saptanmasına dayalıdır. Bu külliyatta dile getirilen başlıca iddia, kapitalizmin giderek artan bir hızla uzamsal ve göstergesel bir hale gelmesiyle birlikte tüketimin doğasının da değişmiş olduğudur. Bunun bir sonucu olarak, tüketim genellikle kişisel serüvenleri düşünümsel biçimde gözlemlemek ve toplumsal bir kimlik kurgulamak açısından önemli bir alan olarak görülmektedir. Sermaye ve göstergelerin esnek akışıyla ilgili kuramsallaştır-

malarında Lash ve Urry bu düşünümsel birikimin tüketim ayağını tasvir ederlerken bu görüşü şu şekilde örneklendirirler:

> En önemlisi de *Enttraditionalisierung* süreci, yani geleneğin gerilemesidir; böylece aile, kolektif gruplar ve hatta sınıfsal konum gibi yapıların artık bireysel tüketim kararlarını belirlemediği bir *bireyselleşme* süreci başlar. Tüketim tercihi ve yaşam tarzlarıyla ilgili tüm alanlar özgürleştirilir ve bireyler karar, risk ve sorumluluk almak, kendi kimliklerinin inşasında aktif rol oynamak, müteşebbis tüketimciler olmak zorunda kalırlar. (Lash ve Urry, 1994: 61)

Tüketim ve Ekonomik Davranışlarla İlgili Yeni Antropolojiler

Tüketimin kültürel veçheleri üzerine son dönemde yayınlanmış en etkili çalışmalardan bazıları antropoloji alanından çıkmıştır. Bu yeni yaklaşımların göze batan özelliği, antropolojik kavram ve metodolojileri alışveriş, moda ve ev dekorasyonu gibi çağdaş tüketim ortamlarına ve pratiklerine uygulamalarıdır. Sosyolojide, Kuzey Amerika tüketim araştırmalarında, antropolojide, psikolojide ve daha önce değinmiş olduğumuz gibi nesnelerle uğraşan sosyolojide aynı konuyla ilgili etkili çalışmalar var olmakla birlikte, güncel maddi kültür çalışmaları esasen Daniel Miller'ın eserlerinin yörüngesine girmiş durumdadır. Miller'ın maddi kültür çalışmaları alanındaki tek kişilik fabrika statüsü esasen *Material Culture and Mass Consumption* [Maddi Kültür ve Kitlesel Tüketim (1987)] kitabının çığır açıcı başarısına ve sonrasında yayımladığı çok sayıdaki esere dayanır. Miller'ın esas başarısı maddi kültür çalışmalarının antropoloji, felsefe ve sosyoloji disiplinlerinden kavramları kullanarak çağdaş tüketim incelemelerine yararlı bir şekilde uygulanabileceğini göstermiş olmasıydı. Miller bu kitabında öncelikle nesnelerin maddi kültür gibi soyut ve felsefi boyutlarıyla ilgilense de, klasik toplum teorisinde anlaşıldığı şekliyle modern yaşama ve onun temel süreçlerine (bireyselleşme, maddiyatçılık, yabancılaşma ve nesneleşme gibi süreçlere) olan ilgisini hep muhafaza eder. Bu eserin önsözünde Miller maddi kültür çalışmaları alanının yeniden doğuşu sayesinde,

sağlam bir zeminden yoksun, gelgeç bir araştırma sahası olabilecek birbiriyle ilintisiz çalışmalara "kitlesel tüketim gibi konuları ele almanın temeli olabilecek yeni bir bütünlük" kazandırılabileceğini söyler (1987: vii). Bu hedefe göre değerlendirildiğinde, *Material Culture and Mass Consumption*'ın başarısı tartışılmazdır, zira bu amaca büyük oranda ulaşılmıştır. 1996 yılında Miller ve Tilley *Journal of Material Culture*'ın kurucu editörleri olmuş ve derginin genel hedefini "insan elinden çıkmış objelerin toplumsal kimliklerin inşasında, sürdürülmesinde ve dönüşmesinde hangi rollere büründüğü" ile ilgilenen disiplinlerarası araştırmalarda bulunmak olarak tanımlamışlardı (Miller ve Tilley, 1996: 5).

Material Culture and Mass Consumption'ın diğer önemli başarısı tüketim incelemeleri için yeni bir analitik odak noktası yaratması ve aslında ortak bir araştırma alanı olarak "maddi kültür" çerçevesinin adını koymasıydı. Mary Douglas ve Baron Isherwood [(1996) 1979] çağdaş tüketime antropolojik bir açıklama getirmeye arzularını "mamuller" dışında bir terimle ifade etselerdi aynı şeyi Miller'dan birkaç yıl önce başarabilirlerdi. Miller'ın başarısının disiplini tanımlayan bu yönü, tüketim incelemeleri alanının evrimi çerçevesinde anlaşılmalıdır. Kültürel araştırmalar ve sosyoloji bünyesindeki tüketim incelemeleri 1980'lerde, postmodernliğe ve postmodernliğin dışavurumcu, tüketim temelli düşünümlere ve kimliklere temel olmasına dair yeni ortaya çıkan açıklamalarla birlikte gelişti. Ama 1990'larda önde gelen araştırmacılar tarafından yürütülen ve yazındaki ölçüsüz ve mesnetsiz iddialardan bazılarını sorgulayan yeni ampirik açıklamalar ve değerlendirmeler öne çıktı. Bu eleştiriler özellikle, postmodern açıklamaları genelleştirmenin temeli olarak belli tüketim biçimlerine odaklanılmasına dayanıyordu. Oysa insanların nesnelerle ilgilenirken sahip oldukları dönüşüm kapasitelerini vurgulayan maddi kültür yaklaşımının, insanlar ile tüketim nesneleri arasındaki karşılıklı ilişkileri ele alan, ayakları yere basan, ampirik bir odaklanmayı teşvik etmek gibi bir üstünlüğü vardı.

Maddi kültür çalışmaları bir zamanlar evrimsel antropolojinin bir ayağı olarak antropoloji disiplini içinde bütünlüklü bir temel

elde etmiş olabilir. Gel gelelim günümüzde maddi kültür çalışmaları gerçek anlamda disiplinlerarası bir niteliğe sahiptir. Maddi kültürün veçheleri, çeşitli disiplinlerin ilgi alanı içerisinde yer alır: Sanat tarihi, tasarım ve moda incelemeleri, mimari ve manzara tasarımı, tüketim araştırmaları ve pazarlama incelemeleri. Bu disiplinlerin hepsinin odak noktasında öncelikle maddi kültürün farklı boyutları vardır. Fakat tüketim araştırmaları ve pazarlama incelemeleri haricinde bu disiplinler, maddi kültür çalışmalarının gelişimiyle bağlantılı mevcut araştırmalarla doğrudan ilgili değildirler ve kendilerini maddi kültür çalışmaları yapıyor olarak da görmeyebilirler. Keza sosyoloji içinde, araştırmalarının bir parçası olarak yaygın bir şekilde maddi kültürle ilgilenen çeşitli alt-disiplinler vardır: Örneğin beden ve bedensel değişimlerle ilgili incelemeler, kent ve uzam çalışmaları ve teknoloji araştırmaları. Muhtemelen bu alandaki çok az araştırmacı kendisini maddi kültür alanında çalışıyor kabul eder, ama teknoloji araştırmaları alanında Michael (2000: 3), gündelik teknolojiler ve teknolojinin gündelik hayatın dolayımlanmasındaki rolüne ilişkin incelemeleri maddi kültür çalışmalarının parçası olarak görenlerden biridir. Disiplinlerarası yaklaşımın kapsayıcılığını yüceltme eğilimi bir yana, maddi nesnelerle ilgili her türlü açıklamayı sırf bir şekilde nesneleri ya da insan ürünlerini incelediği için maddi kültür çalışmaları alanına dahil etmenin de sakıncaları vardır.

Maddi Kültür Yaklaşımının Temel Öncülleri

Maddi kültür teorisi ve araştırmalarının çeşitli disiplinlere ait temellerini ve kökenlerini inceledikten sonra, bu bölümde, bu farklı yaklaşımların ortak kabulleriyle ilgili genellemelerde bulunacağız. Bu ilkeler yukarıda tartıştığımız yaklaşımların tek tek her birinde doğrudan görülebilecek kadar belirgin olmadığı gibi, maddi kültür çalışmalarının meşru biçimde nasıl yürütüleceğiyle ilgili bir tür kanun da değildir. Aşağıdaki ilkeler daha ziyade, nesneleri açıklamayı amaçlayan bu farklı yaklaşımların temelinde yatan mantık ve temel varsayımları sunmaktadır.

Disiplinlerarası ve Türdeş Disiplinli Araştırmalar

Çağdaş maddi kültür çalışmaları alanını tanımlayan ilk özellik, disiplinlerarası yaklaşım ve türdeş disiplinli odaklanmadır. Disiplinlerarasılık, açıklamalarının tamamlayıcı öğeleri olarak birçok disiplinden (örneğin sosyoloji, tarih, antropoloji ve psikoloji) yararlanan maddi kültür çalışmalarını anlatır. Bu disiplinlerarası modelde hiçbir disiplin maddi kültür açıklamaları konusunda otorite olarak görülmez, zira her disiplinin bir diğerinin içgörülerini artırdığı düşünülür. Bu yaklaşım önemlidir, çünkü hiçbir nesnenin tek bir açıklaması olamaz; nesneler her zaman çok anlamlıdır ve zamana ya da mekâna bağlı olarak anlam dönüşümleri yaşayabilirler. Örneğin Kopytoff (1986) nesnelerin metalaşma sürecine dair önemli incelemesinde nesnelerin zamana ve kültürel uzamlara bağlı olarak statü ve anlam değiştirdiğini göstermek için tarih, felsefe, antropoloji ve sosyolojiyi birleştirir. Ayrıca maddi kültür çalışmaları alanında kullanılan analitik yöntemler de kendi içinde bir çeşitliliğe sahiptir ve bu yöntemler biçimsel yapısalcılıktan göstergebilimsel yorumlara, etnografyadan mülakat ve gözlemsel araştırmalara kadar değişir.

Türdeş disiplinlilik fikri ise oldukça farklıdır. Maddi kültür çalışmalarının disiplinlerarası doğası, maddi kültürle ilgili incelemelerin birçok farklı disiplinde ele alındığı, ama bunların her zaman disiplinlerarası yaklaşımdan yararlanmadığı anlamına gelir. Örneğin Kuzey Amerika'daki tüketim araştırmaları ve işletme incelemeleri geleneği her zaman olmasa bile genellikle insan-nesne ilişkilerine psikolojik, pozitivist yaklaşımlarla ilişkilidir (Belk ve Wallendorf'un çalışmaları bu genellemenin önemli istisnalarıdır). Bu araştırma tarzının kısıtlayıcı ve dışlayıcı odağı sebebiyle genellikle önemli sosyolojik ya da antropolojik geleneklere, hatta en önemli ve etkili sayılabilecek isimlere (Baudrillard, Bourdieu, Mauss ve Simmel dahil) göndermelere rastlamayız. Ama diğer yandan, bu geniş pozitivist külliyatta, bu dar alan içinden toplanılmış araştırma bulgularına dayanan, iyi kavramsallaştırılmış yeni ampirik yaklaşımlardan yararlanılarak birçok önemli sorun da incelen-

mektedir. Bugüne kadar iki yaklaşım da genellikle diğerinin çalışmalarını görmezden gelmiştir. Ayrıca maddi kültürle ilgili yapılan ve disiplinin sınırları içinde kalan pek çok psikolojik araştırmanın sosyolog ve antropologlar tarafından genellikle göz ardı edildiği de doğrudur; Csikszentmihalyi ve Rochberg-Halton (1981) ve koleksiyonculuk (1995) ve maddiyatçılık (1985, 1995) üzerine çalışan Belk gibi birkaç önde gelen isim istisnadır.

Nesneler Önemlidir

Maddi kültür çalışmaları nesnelerin kültür ve toplum için önemli olduğu ve toplumsal analizin, kültürle ve kültürün nasıl işlediğiyle ilgili kuramlar üretirken nesneleri dikkate alması gerektiği temel kanaatinden yola çıkar. Maddi kültür öğelerini inceleme geleneği görece eskidir gerçi, ancak toplum teorisinin uzun zamandır uzam, duygular ya da bedeni göz ardı ettiğini savunan kuramcılara benzer şekilde, maddi kültür kuramcıları da insan-nesne ilişkilerine uyumlu hale getirerek toplum teorisini "yeniden maddileştirmeye" çalışmaktadırlar. Maddi kültürü incelemenin gerekliliğini ileri sürerken Daniel Miller'ın gündeminde olan şey de tam olarak budur. Miller "toplumda üretilen maddi insan eserlerinin özgül doğasına dair akademik incelemenin kayda değer şekilde göz ardı edildiği" çelişkisine dikkat çeker. "İnsan ürünü nesnelerin doğasına olan ilgisizlik, maddi malların üretimi ve kitlesel dağıtımındaki nicel artışla aynı zamanda ortaya çıkmış gözükmektedir" (Miller, 1987:3). Peki, ama neden nesnelerin önem arz ettiği düşünülmektedir? Cevap sadece nesnelerin daha bol ya da her an yerde mevcut olması değil; toplumsal temsil ya da sembolleştirmeye dahil olmaları ve toplumsal eylemler açısından önemli anlamlar içeriyor olduklarının kabul edilmesidir. Dolayısıyla göstergebilimsel nesne incelemelerinin gösterdiği gibi, nesneler kültürün bazı veçhelerini temsil ya da sembolize eder ve bir toplumun ya da toplumsal grubun üyeleri tarafından tanındıkları için kültürel ağırlığa sahiptir. Dolayısıyla nesneler toplum içinde temsil gücüne sahiptirler ve toplum içinde değer bulurlar.

Nesnelerle doğrudan, maddi bir tarzda sürekli ilişki kurmakla kalmıyoruz; aynı zamanda nesnelerin imgeler olarak temsil edildiği ve küresel hareketliliğe sahip olduğu bir dünyada yaşıyoruz. Bu demektir ki, nesnelerin "toplumsal yaşamlarını" (Appadurai, 1986; Kopytoff, 1986) anlamak kültürü anlamanın anahtarlarından biridir. Baudrillard insan-nesne ilişkilerine destek oluşturan süreçleri anlayan alternatif bir siyasal iktisat geliştirmeye çabalarken [1981, 1996(1968)], bu zamana kadar "sosyolojik araştırmalarda sadece bir figüran rolüne" sahip olan nesneleri hesaba katan bir toplum teorisinden yana ikna edici satırlar yazar (1981: 31). Baudrillard nesneleri genel toplumsal davranış yapıları üzerinden ve "küresel bir çevre yapısı için iskele olarak" görme arzusunu ifade eder (1981: 36). Daha yakın dönemde, Miller (1998b) öncelikle şeylerin ya da nesnelerin (yani sadece insanların değil) kültür incelemelerin de önem arz ettiğini iddia etmişti. Bu yaklaşımlar nesnelere onları kullanan özneleri ve bu öznelerin güdülerini, atfettikleri anlamları içerecek biçimde odaklanarak, maddi kültürü fetişleştirmekten kaçınır. Harré (2002) nesnelerin nasıl önem arz ettiğini gösterirken, nesnelerde hem maddi hem de ifade edici bir katman olduğunu söyler. İlki nesnenin pratik faydasıyla, diğeriyse toplumsal onur ve statü hiyerarşileri yaratılmasındaki rolüyle alakalıdır. Toplumsal yaşamın, anlamları (yani "kültürü") inşa eden ve yönlendiren bir dizi sembolik mübadeleden oluşuyor olarak görülebileceğini ve bu tür mübadelelerin maddi şeylerin yardımı olmadan başarılamayacağını hatırlatır. Daha önemlisi, bu demektir ki, anlatı –hikâye konuları, konuşma, sohbet ve etkileşim– ve maddi unsurlar birbirinden ayrılamaz, zira "maddi varlıkların insan yaşamıyla ilintili hale gelebilmesi, bir anlatıda rol oynuyor olarak yorumlanmalarıyla mümkündür " (Harré, 2002: 32).

Nesnelerin kültürel etkisi sosyolojide ve antropolojide sürekliliğe sahip bir ilgi alanıdır ve bu ilginin her disiplinin söyleyeceği temel önermelerin hepsinde (mesela Marx, Durkheim, Simmel, Malinowski, Mauss ve Veblen'de de) bir yeri vardır. Bu metinler bugünkü çalışmalar gibi doğrudan doğruya nesnelerle ya da maddi kültürle her zaman ve ilkesel olarak ilişkili olmamakla birlikte, bu

klasikleşmiş toplum ve kültür analizlerinde nesneler gerçekten de önemli rol oynar. Bu klasik, modern toplum incelemelerini mevcut maddi kültür çalışmalarından ayıran şey, mevcut incelemelerin insan-nesne ilişkilerine, analiz işinin temel güdüleyicisi ve hedefi olarak doğrudan ilgi göstermesidir. Nesnelerden örneğin Marx genel kapitalist gelişim teorisi dahilinde, Durkheim kutsal ya da din dışı şeylerin temsilleri olarak, Veblen ise lüks ve güzellik gösterisi yapma kapasiteleri bağlamında söz etmişti. Mevcut maddi kültür çalışmalarında nesne-insan ilişkisi, araştırmanın doğrudan odak noktasındadır ve başlı başına ilgi çekici bir mesele olarak görülür. Bu demektir ki, maddi kültürün daha incelikli şekillerde teorik ve kavramsal temele kavuşturulması, araştırmacıların teorik anlatıları ve argümanlarının merkezine oturtulması ve toplumsal eylemlerin ve sonuçların eklemlenişinde kilit bir yere sahip olması noktasında daha büyük bir potansiyel söz konusudur.

Nesnelerin Toplumsal Yaşamları Vardır

Son dönem maddi kültür kavramsallaştırmalarının temel içgörülerinden biri de, nesnelerin "toplumsal yaşamları" (Appadurai, 1986) ya da "biyografileri" (Kopytoff, 1986) olduğu fikridir. Özünde bu fikir, nesnelere bağlanan anlam ve yorumların görece esnek ve akıcı olduğu modern toplumlarda nesnelerin kariyerleri ya da serüvenleri olduğu anlamına gelir; bunlar, nesnelerin tüketiciler için anlamının zamana ve mekâna göre değişmesine yol açarlar. Kopytoff'un (1986) dikkat çektiği gibi, bu durum zaman içinde meta statüsü kazanan veya kaybeden nesneleri de kapsayabilir. Yani, nesneler yaşamlarının bir aşamasında esasen onları "meta" olarak tanımlayan para ya da mübadele değeriyle ilişkilerine göre tanımlanırken, başka zamanlarda, genellikle ekonomik mübadele gerçekleştikten bir süre sonra, "meta olmaktan çıkarlar" ve insanlar tarafından kişisel anlamlara, ilişkilere ya da ritüellere göre özümsenir, "öznelleştirilir" (Miller, 1987) ve "tekilleştirilirler" (Kopytoff, 1986). Örneğin Corrigan (1997) bu ayrımı anlatmak için evcil hayvan (mesela kedi) örneğini verir. Kedi bir evcil hayvan

dükkânına tıkıldığında, esasen bir metadır, ama müstakbel sahibi onu parayla satın alıp eve getirdiğinde, meta statüsü kaybolur ve evcil hayvan artık yeni sahipleri ve "aile"siyle ilişkilerine göre tanımlanır. İkon bir modern sanat eseri, satılmak üzere piyasaya girdiğinde, örneğin müzayede salonunda açık artırma için sergilendiğinde meta statüsü üzerinden tanımlanır. Ama bir kez satın alındığında, yeniden "sanat" sahasına dahil olur ve yeni sahibinin güzellik, statü ya da yeni estetik beğeni sembolü olarak sergilenir.

Nesnelerin serüvenleri ve biyografileri sadece meta statüleriyle değil, bireylerin, dar beğeni toplulukları (örneğin avangardçılar veya belli bir pop grubunun ya da televizyon programının hayranları) ve daha geniş toplumsal gruplar (örneğin toplumsal sınıflar ya da "kabileler", bkz. Maffessoli, 1996) tarafından kendilerine verilen daha karmaşık anlam ve yorumlarla ilişkilidir. Bu argümanın altında yatan varsayım iştahlı, bilgili ve değişken tüketicilerin yaşadığı karmaşık, farklılaşmış, çoğulcu toplumlarda, maddi kültürün değerini ayırt etme ve sınıflandırma kurallarının farklı ve değişken olduğudur. Kopytoff'un belirttiği gibi (1986: 78-9):

> Halk kültürü burada da en az küçük ölçekli toplumlarda olduğu kadar ayırt edici sınıflandırmalar sunar. Ama bu sınıflandırmaların bireylerin ve küçük ağların sunduğu sınıflandırmalarla sürekli rekabet etmesi gerekir ve bu ağların üyeleri de diğer değer sistemlerini açımlayan başka ağlara mensupturlar. Her bireyin ya da ağın sınıflandırma işine dahil ettiği ayırım kıstasları son derece çeşitlidir. Her bireyin ya da ağın kullandığı mübadele sahası kendine has ve diğerlerinden farklı olmakla kalmaz, aynı zamanda değeri atfeden kişinin perspektifleri, bağlılıkları ve ilgi alanları değiştikçe bu sahalar da bağlamsal ve biyografik olarak da değişir. Sonuç, sadece insanlar ile gruplar arasında değil, her insanın içinde de bir tartışmadır.

Hedbige'ın (1988) İtalyan skuterlerinin hikâyesini oluşturan üretim ve tüketim merkezli anlam ve söylem ağları üzerine yazığı denemeler, nesnelerin bu türden serüvenlere nasıl sahip olduğunu anlatan çığır açıcı bir çalışmadır. "Skuter", malum, küçük tekerlekli, arka tekerlek üzerine oturtulmuş motoru düşük hacimli olan,

kaportalı bir motosiklet türüdür. İlk skuterler 1946'da Piaggio'nun ürettiği "Vespa" ve 1947'de Innocenti'nin ürettiği "Lambretta" idi. Skuterlerin esas hedef kitlesi dönemin yeni tüketicileri olan Avrupalı kadınlar ve gençlerdi. Skuterler hareketlilik ve özgürlük sunuyordu ve genç kadınlar için özgürleştirici potansiyeller taşıyan bir nesne olarak piyasaya sürülüyordu. 1950'lerin Britanya'sında skuter çoğunlukla "İtalyanlık" ile ve Avrupalı tarzı ve inceliğiyle özdeşleştiriliyordu ki, tasarım ve estetik konusunda bilinçli olan İngiliz tüketiciler için bu "şık ve modern olan her şeyi" sembolize ediyordu (Hedbige, 1988: 106). Skuter 1950'lerin ve 1960'ların sonunda Mod gençliği tarafından terzilik ve müzikal tercihleri ve iştiyaklarına uyan bir kimlik işareti olarak sahiplenilmişti. Akabinde skuterler kişiye özel hale getirildi ve aksesuarlar eklendi, ayrıca skuter kıyafetleri ve buna bağlı olarak "doğru" skuter kullanma kuralları belirlendi.

Skuterlerin biyografisinin daha sonraki aşamalarına bakıldığında, ekonomikliği, boyutu ve hareketliliğinden ötürü gençlerle ve özellikle de şehir içindeki tüketicilerle özdeşleştirilmeyi sürdürdüğü belirtilebilir. Okurlar "en taze deniz gıdaları", "en keskin kokulu otları" ve "olgunlaşmış peynirleri" bulmak için Doğu Londra yollarında skuter kullanan ünlü şef Jamie Oliver imgesine herhalde aşinadırlar. Bir kez daha, skuter mutenalaştırılmış, şehir içi piyasaya uyacak şekilde temellük edilmiş bir yaşam tarzı aksesuarıdır. Hedbige'ın skuterin biyografisini yazması gibi, benzer şekilde kendi kariyerlerine sahip diğer popüler kültür nesneleri de akla gelir: Bir zamanlar dazlakların giydiği Doc Marten botları 1980'lerde ve 1990'ların başında bir kitlesel gençlik markası haline geldi ve şu anda "sneaker" piyasasıyla rekabet etmektedir; keza yine Britanya'da dazlak ve Mod alt-kültürleriyle, ve ardından şehir içindeki "cool" tüketicilerle özdeşleştirilen "Ben Sherman" ve "Fred Perry" gömleklerinden bahsedebiliriz; bu iki markanın bugünlerde yakaladığı ana akım başarı özgün tüketicilerin yabancılaştıracak bir potansiyel sergiliyor. Bu örneklerde, nesneler belli alt-kültür grupları ya da "kabileler" için anlamla doludur (Maffessoli, 1996) ve bu kültürler arasında ve boyunca –çoğu zaman modaların bir

sonucu olarak– dolaşırken bir serüvene ya da "toplumsal yaşama" sahip olarak görülürler.

Ek Okuma Önerileri

Slater'ın *Consumer Culture and Modernity* (1997) kitabı, tüketim kültürlerini toplum teorisi dahilinde bağlama oturtan önemli bir eserdir. Özellikle de şeylerin anlamı ve kullanımlarının ele alındığı 5 ve 6. Bölüm'e bakınız. *Journal of Material Culture* dergisinin ilk baskısının Miller ve Tilley imzalı takdim yazısı çağdaş maddi kültür çalışmaları için bir manifesto olmuş, nesnelerle entelektüel münasebet alanındaki çeşitli akımları ve gelenekleri bir araya getirmiştir. Hedbige'ın (1988) popüler kültür dahilinde İtalyan skuterlerinin serüveni hakkındaki denemesi ilginç bir kaynaktır ve metaların nasıl kültürel yörüngelere sahip olabileceğini ustalıkla örneklendirmektedir. Ayrıca Baudrillard'ın *Pour une Critique de L'économie Politique du Signe* [Gösterge Ekonomi Politiği Hakkında Bir Eleştiri (1981)] kitabından birkaç bölüme bakmanızı da tavsiye ediyorum. Baudrillard'ın yazılarının tarihsel ve entelektüel bağlamını kavramak (yapısalcılık, Marksizm ve göstergebilim gibi entelektüel geleneklerle ilişkisi dikkate alındığında) kimi zaman zor olabilirse de, söz konusu kitabı, toplumsal yaşamın parçası olarak nesneleri inceleme meselesini ele alan hırslı, benzersiz ve okunabilir bir eserdir. Maddi kültürle ilgili tasarım perspektifi için, Attfield (2000) ve Heskett'ın (2002) eserlerine bakınız. İnsan-nesne ilişkileri hakkında sosyal psikoloji perspektifleri için, Csikszentmihalyi ve Rochberg-Halton (1981) ile Lunt ve Livingstone'un (1992) eserlerine bakınız.

II

MADDİ KÜLTÜR ÇALIŞMALARINA TEORİK YAKLAŞIMLAR

3

Aldatıcı, Şüpheli Nesne. Marksist ve Eleştirel Yaklaşımlar

BÖLÜM İÇERİĞİNİN ÖZETİ

Bu bölümde maddi kültür teorilerine eleştirel bir yaklaşım sergileyen belli başlı yazarların eserleri inceleniyor. Bu bölüm dört kısımdan oluşmaktadır:

- Marx ve nesnelerin meta olmak bakımından kuramsallaştırılması.
- Lukács'ın metalaştırma ve şeyleşme arasındaki bağlara dair görüşleri.
- Meta kültürünü toplumsal psikopatolojiyle ilişkilendiren Frankfurt Okulu yazarları (Horkheimer ve Adorno, Marcuse ve Fromm dahil)
- Liberal iktisatta ve yeni toplumsal hareketlerde meta kültürüne dair popüler eleştiri.

Kapitalist üretim tarzının egemen olduğu bu toplumların zenginliği, kendisini "muazzam bir meta birikimi" olarak sunar ve bunun birimi metadır. Bu nedenle araştırmamız meta analizinden başlamalıdır. [Marx, *Kapital*, 1954 (1867): 43]

Marx: Donmuş Emek Olarak Meta Nesnesi

Marx *Kapital*'in giriş kısmında, metanın ("maddi kültürün" teknik bir kategorisi olarak anlaşılabilir) toplumsal analizde kalkış noktası olması gerektiğini söyler. Yazıyı okuduğumuzda, Marx'ın en azından bir düzeyde, maddi kültür ve nesne sorunlarına merkezi önem verdiği sonucunu çıkarabiliriz. Gerçekten de Marx'ın kilit eserlerinden *Kapital*'i ya da *1844 Elyazmaları*'nı incelediğimizde, kapitalist toplumun analizinde nesneleri temel birim olarak aldığı izlenimini ediniriz. Ayrıca Marx'tan nesnelerin "gerçek" doğasını kavrayabilmenin insan varoluşunu bütünlüğü içinde anlamak için hayati olduğu sonucunu çıkarabiliriz. Bu tür bir çıkarım ancak bu nesneler "meta" olarak anlaşıldığı sürece doğrudur. Marx meta derken paralı mübadele sistemi içinde yaratılan ve kapitalist toplumsal ilişkiler içinde üretilen belli bir ilişkinin tanımladığı maddi kültürü kasteder.

Maddi kültürü meta formunda incelemeyi teşvik etmesine karşın, Marx'ın başlı başına maddi kültürle ilgilendiğini iddia edemeyiz. Yani, maddi kültürün öğeleri olarak nesnelerin doğası, insanlar ile nesneler arasındaki ilişkiler ve nesnelerden kültürel olarak yararlanılması gibi ilgi alanları yoktur. Nesnelerin Marx için önemli olmasının nedeni, kapitalist toplumun temel süreçlerini (yabancılaşma, sömürü ve kişinin emeğinden uzaklaşması) temsil eden birimler olmasıdır. Dolayısıyla Marx *Kapital*'de analitik odaklanma için temel birim olarak metadan yola çıkarak kapitalist toplumun maddiyatçı, sınıfsal temelinin sağlam bir modelini geliştirmesine karşın, bunu, nesnelerin anlamına dair yorumlayıcı ya da kültürel bir izah olanağını tamamen ortadan kaldıran bir tarzda yapar. Marksist meta tariflerinin geride bıraktığı entelektüel miras, tüketimden çok üretim ilişkilerine ve araçlarına odaklanmaktır. Tüketim incelendiğindeyse, geliştirilen bilimsel açıklamalar genellikle indirgemeci ve belirlenimciydi. Bu tür incelemeler tüketim pratiğine ve ona dayanan meta kültürüne şüpheyle yaklaşıp küçümser; bunları, ideolojik manipülasyonun kanıtı, yanlış bilincin üretilmesi ve sahici insani değerlerin alçaltılması olarak görür.

Aşağıda Marx'ın kapitalizm izahında metanın rolünü daha yakından inceliyoruz. Nesneler Marx'ın kapitalizm izahında iki asli işlev görür. İlk olarak nesneler, kapitalizmde örgütlenmiş insan emeğinin ürünleri olduklarından sömürücü kapitalist emek ilişkilerini cisimleştirirler. İkinci olarak nesneler, sömürülen toplumsal sınıflarda yanlış bilincin doğmasına yol açarlar, zira bu sınıflar meta zenginliğinin cazibesine kapılır ve bunu yapmakla kapitalist sistemde sömürülen konumunda olduklarını unuturlar. Marx'ın maddi kültüre ilişkin antropolojik ya da derinlemesine "kültürel" olan bir anlayışa en çok yaklaştığı yer, insanların kendi yarattıkları nesnel dünya hakkında kafa yorarak kendilerini ve insanlığın genelini öğrendiklerini kabul etmesidir. Bu öğrenmenin en üst biçimi insanların kendi yabancılaşmalarının ve meta olarak maddi kültürün bu yabancılaşmayı nasıl cisimleştirdiğinin bilincine varmalarıdır.

Marx'ın materyalist metodolojisi, onu sadece entelektüel dünyanın değil, nesnel ya da maddi dünyanın da önemli olduğu sonucuna vardırır. Ayrıca insanları bu tür bir nesnel dünyayla (her günkü tüketim nesneleri dahil) ilgili bireysel sorumlulukları olmadığını kabul edip varsaymak yerine, bu dünyanın yaratıcıları olduğunu fark etmeye teşvik eder:

> Dolayısıyla insan nesnel dünyayı şekillendirirken gerçekte kendisini kanıtlar ... zira insan kendisini sadece entelektüel olarak, kendi bilincinde değil, aktif şekilde ve somut olarak yeniden üretir ve bizzat yarattığı bir dünyada kendisini böylece tasavvur edebilir. (Marx, 1975: 329)

Marx'ın nesnel dünya analizinin temel birimi meta formudur. Kapitalizmi anlamak için metanın ne olduğunu anlamak gerekir. Meta derken Marx'ın aklında çok özel bir anlam vardı. Nesnelere ilişkin günümüzdeki yorumlarda olduğu gibi, Marx'ın ne kastettiğini anlamak için basitçe meta yerine "nesne", "şey" ya da "maddi kültür" terimini koyamayız. Öncelikle, Marx meta kelimesini para değeri atfedilen, mübadele edilebilir nesneleri anlatmak için kullanır. Ayrıca, Marx metayı kapitalist ilişkiler tarihinin maddi bir ifadesi olarak tahayyül ediyor gibidir; işçi sınıfının sömürü-

sü, yabancılaşması ve ezilmesi metanın maddi biçiminde saklıdır. *Kapital*'in giriş kısımlarında öncelikle metaların insan ihtiyaçlarını karşılaması gerektiğine dikkat çeker, fakat "bu ihtiyaçların doğası, örneğin mideden mi yoksa heveslerden mi kaynaklandığı önemsizdir. Keza burada nesnenin bu istekleri nasıl tatmin ettiğiyle de ilgilenmiyoruz" (1975: 43) der. Başka bir deyişle, incelemesinin ekonomik, kültürel ya da felsefi tatmin, fayda ya da değer sorunlarıyla alakalı olmadığını açıkça söyler, oysa modern tüketim üzerine bir araştırmanın bu tür sorulara cevap araması beklenir. Marx bir ideolojik perde ya da aldatmaca nesnesi olarak metayla ilgilenir. Bu nedenle Marx'ın meta izahı hiçbir zaman yeterli bir maddi kültür teorisinin temeli olamaz, zira Marx metanın öznel yorumuyla, nesnelerin gerçekleştirdiği kültürel çalışma ya da insanların nesnelere neden ve nasıl değer verip bunları tükettiğiyle ilgilenmez.

Marx meta teorisini kapitalizmde tüketim nesnesinin göründüğü gibi olmadığını savunarak geliştirir. İlk bakışta, meta "çok sıradan, kolaylıkla anlaşılabilir bir şeymiş" gibi gözükebilir. "Ama analiz edildiğinde metanın gerçekte çok acayip bir şey olduğunu, metafizik incelikler ve teolojik ayrıntılar bakımından çok zengin olduğu anlaşılır" (Marx, 1954: 76). Nesnenin tuhaflığı sömürülen insan emeğinin maddi cisimleşmesi olmasıdır. Marksist öğretiye göre, bu tarihsel olgu bir kez anlaşıldığında, tüketim nesnelerini artık aynı şekilde görmek asla mümkün değildir. Marx'a göre, tüketim nesnesi ile bunun kapitalist emek ilişkilerindeki kökeni arasındaki bağ açıktır:

> Metalar dünyaya demir, keten bezi, mısır gibi kullanım-değerleri, kalemler ya da mallar olarak gelirler. Bu onların sade, süssüz, cismani biçimidir ... (öte yandan) bu gerçekliği, ancak bir ve aynı toplumsal cevherin, yani insan emeğinin ifadeleri ya da tecessümleri oldukları oranda edinirler. (Marx, 1954: 76)

Burada spor ayakkabı ve moda kıyafetler çok uygun örnekler olacaktır. Eleştirmenler Batılı tüketicilerin giydikleri pahalı mar-

kaların çoğunun üçüncü dünya ülkelerinde çok düşük ücretle çalıştırılan emekçiler tarafından ya da kendi ülkelerinde feci koşullardaki atölyelerde üretildiğini bilselerdi tüketim alışkanlıklarını değiştirmeye ikna olabileceklerine dikkat çekiyorlar. Özellikle de ikon haline gelmiş küresel markaların egemen olduğu spor moda piyasasında, Naomi Klein'ın *No Logo*'su gibi popüler eserlerden beslenen eleştirel bir farkındalık olmasına karşın, bu tür değişiklikler çok uzak görünmektedir.

Marx'ın analizinin ayrıntılarına indiğimizde, kapitalist üretimin nesnelerine olan derin güvensizliğini ifade etmekte kullandığı teknik-teorik araçlara, kullanım-değeri ile mübadele-değeri arasında ayrım yaparak ulaştığını görebiliriz. Marx'ın teorisinde maddi nesnelerin çeşitli somut kullanım-değerleri vardır: Beslemek, giydirmek, eğlendirmek ya da tatmin ve haz vermek. Öte yandan tüketim nesneleri aynı zamanda, bazı özgül toplumsal sömürü ilişkilerini de cisimleştiriyordu. Aslında tüketim nesneleri, işçilerin kan, ter ve çabasının billurlaşması olan "donmuş emek süresinin" nicelikleridir (Marx, 1954: 30). Emeğin ürünü iki yönlü ve katmerli bir yabancılaşmadır: İnsan hem, Marx'ın nihayetinde kişinin kendisine karşı dönen trajik bir faaliyet olarak gördüğü emek faaliyetine yabancılaşır hem de diğer işçilere ve tüketim nesnelerinin nesnel dünyası olan emeğinin ürününe yabancılaşır. İşçi ne kadar üretirse, üretimin nesnelerine o kadar yabancılaşır. Bu demektir ki, işçilerin ürettikleri nesneler nihayetinde karşılarına, emeklerinden uzaklaşmalarını simgeleyen düşmanca ve yabancılaştırıcı bir şey olarak çıkarlar (Marx, 1975: 326). Marx böyle güçlü bir yabancılaşma ve sömürü teorisi geliştirerek meta nesneleri anlamak için en etkili çerçeveyi ortaya koymuştu. Analizi Adam Smith gibi kendisinden önceki ahlak filozoflarının kimi kaygılarıyla tali açılardan örtüşüyordu ve sonrasında Lukács, Horkheimer, Adorno, Fromm ve Marcuse gibi yazarların meta eleştirileri için temel ve esin kaynağı oldu; Jameson (1991 [1984]) gibi başlıca postmodernistlerin yazılarını da dolaylı olarak etkiledi. Bu bölümün geri kalanında, meta olarak maddi kültür konusundaki Marksist görüşün 20. yüzyıldaki mirasçılarına bakacağız.

Lukács, Şeyleşme ve Meta Formu

20. yüzyılın ilk otuz yılında Marksist geleneğe bağlı kalarak yazan Lukács'ın eserleri Marx'ın materyalist izahının kapitalizmin süregelen ilerleyişini açıklayamamasına bir yanıt olarak görülebilir. Lukács sömürülen sınıfların neden Marx'ın kapitalizmin yasalarına dair bilimsel, materyalist analizinin öngördüğü gibi kendilerini özgürleştirmek için ayağa kalkmadıkları sorusuna cevap arıyordu. Lukács'ın kapitalizmin çöküşünün neden engellendiğine yönelik açıklayıcı çözümü, öncelikle, kültür alanına ve toplumsal yaşamın ekonomik olmayan boyutlarına bakarak başlamayı gerektiriyordu. Lukács'ın çıkardığı sonuç, kültürün –bu gelenekte, yurttaşlar tarafından benimsenin ve köklü toplumsal ve ekonomik değişime engel olduğu saptanan değerler olarak tanımlanır– bir ideoloji biçimi olarak var olduğuydu. Marx gibi Lukács da analize meta formuyla başlar. Fakat emek sömürüsü, değerin işçilerden çekip alınması ve metada cisimleşmesi süreçlerine odaklanan Marx'ın aksine, Lukács'ın açıklamasının temelinde, köklü toplumsal değişimin önündeki kemikleşmiş kültürel engeller olarak tanımlanan metalaşma ve şeyleşme süreçleri vardır. Ayrıca bütün bir topluma yayılmış rasyonelleştirme süreçlerinin bilinç biçimlerini değiştirdiği ve bunun da sömürülen sınıfları mevcut toplumsal düzenlemeleri kanıksamaya ittiği tespitinde bulunmuştu.

Lukács 1918-1930 yılları arasında yazılmış siyasi denemelerinin bir araya getirildiği *Tarih ve Sınıf Bilinci* kitabındaki "Şeyleşme ve proletaryanın bilinci" başlıklı denemesine Marx'ın *Kapital*'de başladığı noktadan başlar: Meta biçiminin evrenselliğini ve metayı kapitalist toplumsal ilişkilerin temel bileşeni olarak kavramaya vurgu yapar. Tıpkı Marx gibi, Lukács da kapitalizmin temelini meta formu olarak görür. İnsan elinde bir meta tutarak, sırtına ya da ayağına bir meta geçirerek, bir meta satın alarak ya da üreterek, kapitalizmin çekirdeğini ve çağdaş toplumun sömürgen doğasını anlamanın kilidini elinde tutuyordu (tabii anlayabilirse). Meta bu tür Marksist açıklamaların amentüsüdür. Lukács "nihayetinde meta analizine geri götürmeyecek hiçbir problem yoktur"

ve kapitalist toplumu anlamanın sırrı "meta-*yapısı* bilmecesinin çözümünde saklıdır" (Lukács, 1971: 83) der.

Lukács'ın görüşünde meta nesnesin aynı zamanda büyülü bir aldatıcılığı vardır. İnsanların gündelik öznel tefekkür ve kullanımında nesne gayet akli ve şeffaf görünür. Ama gerçekte, farkında olmayanlardan ya da cahillerden gerçek doğasını gizlemeye yarayan "hayali bir nesnellik" edinmiştir (Lukács, 1971: 83). Dolayısıyla bekleneceği üzere, Lukács metanın arka planına bakmanın kapitalizmi anlamak olduğuna inanır. Ayrıca buradan şu sonuç da çıkar: Mal ve hizmetleri, üretimlerinin yapısal koşullarını (yani kapitalist üretim ilişkilerini) umursamadan tüketmek, toplumsal varoluşun temel bir gerçeğini göz ardı etmektir; meta nesneler, kapitalizm içerisinde insanları birbirine bağlayan birtakım sömürü ilişkilerini cisimleştirir: Burjuvazi (üretim araçlarının sahibi) ve proletarya (burjuva kapitalistlere satacağı işgücünden başka bir şeyi olmayanlar) arasındaki ilişkidir bu.

Dolayısıyla nesne, ideolojik bir işlev görür. Metanın gündelik değeri ya da "kullanım değeri" toplumsal faaliyetin canlandırıldığı sahnede aldatıcı şekilde bir payanda görevi görerek, tehlikeli bir ideolojik içeriği gizler. Sonuçta, şeyin üretilmesini sağlayan üretim ilişkileri toplumsal fail tarafından görülmez ve böylece toplumsal yapıya herhangi bir itirazın oluşmaması sağlanır. Lukács açısından temel olan şeyleşme sürecinin temelidir bu:

> Meta insanların bilincinin boyunduruk altına alınması ve bu süreci anlama ya da korkunç sonuçlara isyan edip kendilerini özgürleştirme girişimleri için hayati hale gelir (Lukács, 1971: 86).

Lukács muğlak bir vizyon sunar, zira nihayetinde, insanların metalaşmadan etkilenmeden var olmaları mümkün değildir. Ayrıca şeyleşme süreçleri ruh dünyalarına giderek daha fazla nüfuz etmeden yaşam tarzlarını sürdüremezler. Şeyleşmeyi parçalayıp aşmak devrimci çabaları "hiç durmaksızın yenilemeyi" gerektirir. Fakat bu da pek olası değildi, zira bu tür radikal duyguların modern toplumda devrimci sınıf bilincini geriye itme pahasına her geçen gün

daha da güçlenen statü bilinci nedeniyle yok olması kaçınılmazdı. Alışverişin –genel olarak meta kültürü hazlarının sembolü olarak– devrimci değerlere galebe çaldığı söylenebilir.

Frankfurt Okulu ve Meta Kültürü

Frankfurt Okulu adı, çoğu zaman "eleştirel teori" olarak nitelendirilen güncellenmiş bir Marksist geleneğe bağlı çalışma yürüten bir grup araştırmacı için kullanılmaktadır. "Frankfurt Okulu" tabiri yanlış adlandırma olarak görülebilir, zira bu bayrak altında toplanmış olan yazarları bütünlüklü bir akademik "okul" ya da gelenek olarak nitelendirmenin doğruluğu tartışmaya açıktır ve dahası sadece Frankfurt'ta ikamet eden kimseler de değillerdi. Frankfurt Okulu'nun başı çeken ve en bilinen isimleri Max Horkheimer, Herbert Marcuse, Theodor Adorno ve Erich Fromm'du. Frankfurt ya da eleştiri geleneğinin gelişiminde iki kilit odak noktası vardı: İlki 1923'te kurulan Frankfurt Sosyal Araştırmalar Enstitüsü'nden çıkan eserler, ikincisi Max Horkheimer'in 1937'de yayınlanan ses getirmiş manifestosu *Geleneksel Kuram ve Eleştirel Kuram*'dır (Horkheimer, 1982).

Kellner (1989a: 2) eleştirel teorinin gelişimini hem kapitalizmin hem de Marksizmin kriziyle ilişkilendirir. Kapitalizmin krizi teknolojik, ekonomik ve bilimsel gelişime dayalı akli bir toplum kurmayı amaçlayan modernite hedefinin akamete uğramasıyla bağlantılıdır. Marksizmin krizi Marksist teorinin sosyalist cumhuriyetlerin somut varlığını destekleyememesiyle ilintilidir, oysa teorinin temel önermeleri bu tür bir olaya dayalıydı. Ayrıca ortodoks Marksizmin bilimci temeli kavramsal olarak katıydı ve bütünü bakımından Aydınlanma tarzı önermelere fazla bağlıydı. Eleştirel teori ise disiplinlerarası, Marksist yönelimli bir toplumsal araştırma programı temelinde kuruldu. Felsefi çekirdeğinde geleneksel sosyal bilim yaklaşımlarının insanlara mekanik anlayış şemaları dahilinde salt nesne olarak davrandıkları inancı vardı. Ayrıca geleneksel sosyal bilim yaklaşımları sosyal bilimsel olguların toplumsal değerlerden kopartılabileceği gibi bir algı yaratıyordu. Eleştirel Teori, Mark-

sist teorinin yeniden değerlendirilmiş bir biçimi olarak görülebilir: Frankfurt Enstitüsü üyeleri Marksist geleneğe bağlı kaldılar, analitik önermelerinin ve yaklaşımlarının çoğunu benimsediler, ama anakronist klasik söz dağarcığının ve kavramsal özünün ötesine geçtiler (Kellner, 1989a: 12). Çağdaş Marksizme yapılacak en iyi hizmetin sadece toplumsal örgütlenmenin ekonomik temellerine değil, toplumsal-psikolojik bütünleşme meselelerine ve kültürün kapitalist dış hatlarına da önem veren bir disiplinlerarası araştırma programı geliştirmek olduğu eleştirel teorinin temel iddialarından biridir. Sadece ekonomiyi değil, kültür ve psikolojiyi de dikkate alan bu benzersiz Marksizm alaşımı Frankfurt Okulu'nun 20. yüzyılın hızla gelişen tüketim kültürünü kavrayış tarzında görülebilir.

Horkheimer ve Adorno: Mütehakkim Nesneler ve Modern Yaşamın Psikopatolojisi

Horkheimer ve Adorno *Aydınlanmanın Diyalektiği*'ne [1987 (1944)] Aydınlanma'nın amaçlarının (modern toplumsal yaşamın temelini oluşturan felsefenin) ütopyacı selamet vaat eden, ama bunun yerine tahakküm, kemikleşme ve nihayetinde psikopatoloji getiren bir mitik öğe taşıdığını iddia ederek başlar. Bu metni okuduğumuzda, bir insanın sinemaya giderek, pop müzik dinleyerek, gazete ve dergi okuyarak istemeden bu tür şeylerin kurbanı olabileceği izlenimine kapılabiliriz, en azından Horkheimer ve Adorno'un uyarıları bu yöndedir.

Horkheimer ve Adorno'nun amacı Aydınlanma felsefesinin iflas ettiğini teşhir etmekti: "Tamamen aydınlanmış yeryüzü, muzaffer bir felaket yayar" (1987: 3) Aydınlanma ideolojisi üzerine tetkiklerindeki kışkırtıcı açılış cümlelerinden biridir. *Aydınlanmanın Diyalektiği*'nin ilk kısımlarının odak noktasında Aydınlanma geleneklerinin felsefi temeli vardır ve eski toplumsal tahakküm biçimlerinin (dil ve askeri güç gibi) yerini teknolojinin aldığını savunurlar. Böylece teknoloji ilgi alanlarına girer ve modern yaşamın temel anlatısını simgelemeye başlar; yaşadıkları çağ dikkate alındığında hiç de anlaşılmaz değildir bu. Eleştirel teorinin teknolojiye ilgi gös-

termesinin nedeni ilginçtir ve bu ilgi, kuramsal yaklaşımlarının can alıcı bir boyutuna ışık tutabilir. Eleştirel teorinin araştırmacılarının teknolojiyle ilgileri, teknolojinin gündelik yaşamı dolayımlayışı ya da kolaylaştırması üzerinde durmaz ya da insanların teknolojiyle nasıl etkileştikleriyle, kendi amaçlarına uygun biçimde onu nasıl kullandıklarıyla alakalı değildir; bu ilgi daha ziyade, teknolojinin nasıl boş bir vaat, bir tahakküm tekniği olduğu üzerinde durur. Dolayısıyla teknoloji, ideolojik (toplumsal iktidar sistemlerinden kopartılamayacak yanlış fikirlere dayalıdır) ve maddidir (bedenleri kontrol altına almak için fiziki araç haline gelir).

Horkheimer ve Adorno modern toplumların yükselişiyle bağlantılı teknolojik ilerlemelere (kendi verdikleri adla, Aydınlanma projesine) dikkat çekmişlerdi. Bunlar Francis Bacon'ın vurguladığı matbaa, askeriyedeki ağır silahlar ve denizci pusulası gibi nesnelerdi. Modern Aydınlanma felsefesine göre, bu şeylerden her biri kontrol, üretkenlik ve aklilik vaat ediyordu: Matbaalar yaygın iletişime ve demokratik ideallerin teşvik edilmesine olanak tanırken; ağır silahlar ülkelerin yurttaşlarını korumalarına, yurttaşların da özel mülkiyetlerini korumalarına imkân sağlıyor; denizci pusulası ise seyrüseferlerin daha başarılı gerçekleşmesini, yeni toprakların ve kaynaklarının keşfini (istilasını) mümkün kılıyordu. Fakat bu tür nesneler özgürleştirici vaatlerine karşın, güçlü toplumsal grupların toplumsal gücü daha az olanları köleleştirmesi için birer kaynaktır; maddi kültürün bu öğeleri özgürleşmeden ziyade, toplumsal sömürünün araçlarıdır. Bunlar sömürü ve köleleştirme teknolojileri haline gelmektedir.

Gel gelelim Horkheimer ve Adorno için modern nesnelerdeki sorun bundan daha derindir ve onları önceki materyalist Marksist görüşlerden ayıran husus, toplumsal ilerlemenin psikolojik-kültürel bileşenine yaptıkları bu vurgudur. Modern çağdaki nesnelerde dert, bu tür nesnelerin (ilk kez Marx'ın dikkat çektiği gibi) insanları ve doğayı maddi olarak sömürmekle kalmaması, aynı zamanda bunlara sahip olan ya da kullananları psikolojik açıdan köleleştirmesidir. Aydınlanma ilerlemesinin tekinsiz öbür yüzü –Horkheimer ve Adorno'nun terminolojisinde, "negatif diyalektiği"– budur

ve nesnelerin ya da metaların genellikle gözüktükleri gibi olmadıkları şeklindeki Marksist görüşe bağlanmaktadır. İnsanların bir nesnenin (örneğin bir motorlu taşıt, iş elbisesi, bilgisayar ya da cep telefonu) toplumsal ilerleme ve bireysel gelişim için taşıdığı potansiyeller bakımından olumlu ya da en iyi ihtimalle sonuçları bakımından tarafsız olduğuna inanmakla yanıldığı iddia edilmektedir. İnsanlar bu tür nesnelerden yararlanırken aslında zihinsel olarak kendilerini köleleştirirler, onları özgürleştireceğine inanma yanlışına düştükleri modernliğin nesnelerinde cisimleşen ideolojinin kurbanı haline gelirler:

> İnsanlar otoritelerindeki artışın bedelini, egemenlikleri altına aldıkları şeylerden yabancılaşmakla ödüyorlar. Aydınlanmanın şeylere karşı tutumu, diktatörün insanlara karşı tutumu gibidir. O, insanları davranışlarını yönlendirebildiği kadarıyla tanır. Bilim adamı şeyleri üretebildiği sürece tanır. (Horkheimer ve Adorno, 1987: 9)*

Aydınlanma felsefesinin esas olumsuz yanı insanların ürettikleri şeylerden yabancılaşmalarıdır; bu tür nesneleri kullanmanın (belki de Horkheimer ve Adorno'nun dilinde "tapma" olarak görülür) sonucunda toplumsal ilişkilerin organik niteliği yara alır – modern yaşamın nesneleri ve teknolojilerinin yardımıyla toplumsal ilişkiler değişmez, boş ve mekanik hale gelir. Velhasıl, maddi kültür kapitalist ya da Aydınlanma ideolojisinin salt taşıyıcısı haline gelir. İnsanlar hayatta önem arz eden şeyleri (muhtemelen bir tür sahici insan ilişkisi kastediliyor, ama bu da tam açık değildir) gözden kaçırır, yeni teknolojilerin gücüne taparlar ve bunlar da akabinde insanlar arasındaki ilişkileri o şekilde düzenler ki, organik ilişkiler imkânsız hale gelir ve iltihap insan ilişkilerinin tüm boyutlarına yayılır.

Horkheimer ve Adorno'ya göre, geleneksel toplumlarda nesneler "tinselleştirilirken", modern sanayi toplumlarında "fetişleştirilir" (1987: 28). Horkheimer ve Adorno'nun yaşadığı dönemde henüz var olmasa da, bilgisayar bu noktada kişinin iddiasını kanıtla-

---

* Türkçesi için, bkz. *Aydınlanmanın Diyalektiği*, çev. Oğuz Özügül, Kabalcı Yay., 1995, s. 25.

mak ya da çürütmek için kullanabileceği iyi bir örnektir. Bilgisayar (içindeki donanım ve fare-monitör gibi eklentileri dahil) gerçekten de küresel nüfusun önemli bir kesiminin günlük yaşamını düzenleyen bir şeydir. Dahası varoluş parçalarını düzenlemek, hesaplamak ve ölçmek için güçlü –görünüşte vazgeçilmez– bir makinedir. Şu an belki de kitlesel olarak sahip olunan ilerleme ve başarının esas sembolüdür (belli bazı toplumsal gruplar için cep telefonlarının bu niteliğe sahip olduğu da söylenebilir). Dahası, bize yerküreyi sanal olarak dolaşma, uzaktaki ötekilerle etkili iletişim kurma ve kişisel ya da mesleki ağları sürdürme olanağı tanımaktadır. Ayrıca modern hayatın bir aracı olduğu kadar aynı zamanda bir boş zaman ve alışveriş nesnesidir: Masanızdaki o kutuyla internetten satın alamayacağınız tek bir şey var mı ki? Pazarlamacılar ve dev şirketler tarafından kullanmaya (ve güncellemeye) ikna edileceğimiz bir şeydir – sanki kişisel ve mesleki ilerlememiz için en önemli nesneymiş gibi. Ayrıca bilgisayar hayatlarımızı kolaylaştırmak şöyle dursun, görevlerimizi zorlaştırır ve bizi terbiye ederek bilincimizi bir Excel tablosuna benzer bir hale sokar.

Horkheimer ve Adorno –ayrıca *Kültür Endüstrisi* (1991) kitabında derlenen denemelerde tek başına Adorno– modern hayata dair en sıkı eleştirilerini o dönemin yeni ortaya çıkan kültür endüstrilerine ayırırlar. "Yeni" kültürel araçlara –sinema, radyo, televizyon– karşısındaki büyülenmeleri bugün biraz köhnemiş ve eski moda görünse de, böyle bir perspektifin (biraz) incelikli versiyonları çağdaş eleştirel kültür ve tüketim incelemelerinde yaygın olarak savunulduğu için, verdikleri mesaj halen gücünü korumaktadır. Ayrıca imalat pop müzikten kuşe kâğıtlı dergilere ve moda sneaker'lara kadar, çeşitli kitle kültürü biçimlerinin süprüntüleri konusunda kaygılı olanlar için verdikleri mesajın etkileyici bir doğruluk payı vardır: Kültür şu anda diğer şeyler gibi bir metadır ve aynı alçaltıcı sömürü, mülk edinme ve standartlaştırma mantığına göre üretilmektedir.

Peki, "(alt-)kültürel özgünlük ihtimaline ne oldu?" diye sorulabilir. Doğrusu, eleştirel teorinin kuramsal şemasına göre, bu tür özgünlük incelikli farklara sahip formlar halinde satın alın-

mak üzere mevcuttur, dolayısıyla kişinin kimlik tercihine uyacak şekilde tarz çeşitlilikleri temin edilmiştir: "Herkese göre bir şey arz edilir ki kimse eksik kalmasın; ayrımlar vurgulanır ve yaygınlaştırılır" (Horkheimer ve Adorno, 1987: 123). Horkheimer ve Adorno modern toplumsal ilerlemenin olguları (kültürel, sanatsal ve dini formlar dahil olmak üzere, genel olarak topluluğa ve yerelliğe dayanan geleneksel toplumsal düzenlemelerin kaybını da içeren çeşitli olguları) aklileştirip gizemden arındırdığına dikkat çekerler; toplumsal yaşamın büyük anlatılarının, artık gündelik yaşantıya (meta temelli) bir filtre sağlayan meta üreticisi kültür sanayileri tarafından tedarik edildiğine işaret ederler. Bu açıdan da klasik sosyolojideki teorik açılımlarla (özellikle de Weber ve Durkheim'la) bağ kurarlar.

Horkheimer ve Adorno görüşlerini açıklamak adına bazı örnekler verirler. Radyo yayınlarının standart ve kitleselleşmiş paket biçimler olduğunu söylerler. Katılımcılar ticari çıkarların sözcülüğünü yapan kontrollü ve güdümlü yayınları tüketecek basit kanallardan başka bir şey olmayan "dinleyiciler" haline gelirler. Bu açıdan Horkheimer ve Adorno'nun yaptıkları açıklamada kültürle ilişkide insan aracılığı ve yaratıcılığı reddedilir. Motorlu araçlarda da, benzer şekilde, tüketiciler kitlesel üretilen otomobillerdeki küçük farkların anlamlı ve önemli olduğuna inandırılırlar. Örneğin günümüz araba piyasasında, ekonomik/lüks, şehir/kır, gösterişli/hesaplı, gençlere/ailelere özel gibi karşıtlıklar üzerinden farklı seçenekler sunmayan bir modelin piyasaya sürüldüğü nadirdir (Satılma çalışılan arabanın, binek otomobili, arazi arabası, iki kişilik araba, lüks ya da spor model olmasına göre değişen karşıtlıklardır bunlar). Baudrillard *Nesneler Sistemi*'nde [1996(1968)] eleştirel teori geleneğinin bazı fikirlerini yeniden geliştirerek pazarlamanın bu veçhesini "modeller" ve "seriler" fikri üzerinden yazmış ve temel teknik işlevleri açısından bir arabanın diğerlerinden kolaylıkla ayırt edilemeyeceğini, tam tersine asli olmayan özelliklerin (mesela arka kaporta şeklinin) önem arz ettiğini söylemiştir. Baudrillard tam da Horkheimer ve Adorno'nun eleştirdiği "paket bireyselliğin" bu yönünü zekice özetler:

> En önemsiz bir nesne bile bu sistemde diğerlerinden renk, aksesuar, ayrıntı düzeyinde farklı olmaya çalışacaktır. Bu farkın ona özgü bir şey olduğunun altı çizilmeye çalışılacaktır. Örneğin: "Bu çöp sepeti kesinlikle orijinaldir, çünkü Gilac Decor onu sizin için çiçek desenleriyle bezemiştir." "Bu buzdolabı bir devrim yaratacak, çünkü buzluk bölümüne yeni bir raf ve tereyağı bölümüne de bir ısıtıcı yerleştirilmiştir." "Bu altıgen biçimli, anti-manyetik elektrikli tıraş aleti en son teknolojinin ürünüdür."*

Horkheimer ve Adorno'nun nihai korkusunun insanların psikolojik olarak bozulmaları ve Batı toplumunda anlam ve değerin çöküşü olduğu anlaşılmaktadır. Düşüncesiz eğlencenin kültürle birleştirilmesi kültür endüstrileri tarafından yetkinleştirilmektedir. Ayrıca aklilik ve ilerlemenin bilim ve teknolojiye duyulan inançta cisimleşen zaferi, Batı toplumlarının patolojik özellikleri haline gelmekte, bireyi aldatıp aptallaştırmaktadır. Ayrıca kültür endüstrileri devrimci sınıf bilincinin gelişimine ket vurmakta ve toplumsal kontrolün egemen aracı haline gelmektedir. Kapitalist meta kültürü toplumsal hayatın her veçhesine kılavuzluk eden bir güce dönüşmektedir; insan aracılığının nihai reddi ve metalaştırılmış kültürün zaferi bu tür bir şemada yegâne ihtimaldir. Horkheimer ve Adorno'nun (1987: 127) manidar bir şekilde ifade ettikleri gibi: "Sanayi toplumunun kudreti insanların zihinlerinde mukimdir." Bu bölümün bir sonraki kısmında bu düşünceyi daha da geliştiren Fromm ve Marcuse'un eserlerini ele alacağız.

Meta Kültürünün Psişik Etkileri: Fromm, Marcuse ve Hümanist Marksist Psikanaliz

Erich Fromm ve Herbert Marcuse'un çoğu zaman Marksizmin psikanalitik –ya da en azından oldukça psikolojik– bir biçimini geliştirdikleri söylenir. İki yazar da kapitalist toplumun bireylerin psikolojik özelliklerine ve bakış açılarına etkisiyle ilgileniyordu. Kapitalist toplumsal ilişkilerin yarattığı bir psikopatoloji mef-

* Jean Baudrillard, *Nesneler Sistemi*, çev. Oğuz Adanır-Aslı Karamollaoğlu, Boğaziçi Üniversitesi Yay., 2011, s. 174-75.

humunun Horkheimer ve Adorno'nun eserlerinde geliştirildiğini görmüştük, ama bu fikrin tümüyle gelişmiş hali için Marcuse'a ve özellikle de Fromm'a bakmamız gerekiyor. Sanki dönemin Marksist eleştirmenleri, fabrika ve işyerinde insanların bilincine hâkim olmak için verilen mücadelenin kaybedildiğini ve eleştiri alanının başka alanlara kaydırılması gerektiğini fark etmişlerdi (Bu yeni alanlar kültür endüstrisine ait mamullerin tüketimi, yeni teknolojiler ve insanların psişik yapısıydı). Böylece meta kültürünün insanların doğasına ve psikolojik bünyesine nasıl etki ettiğini açıklamaya çalışan, Marx'tan mülhem radikal hümanist bir sosyal psikoloji doğmuştu.

Fromm *Sağlıklı Toplum*'da (1955) analiz etmek üzere giriştiği psikolojik-toplumsal problemlerin bir "normallik patolojisi" oluşturduğunu söyler: Kapitalist toplumdaki günlük yaşam tarzlarından kaynaklanan insanın doğasıyla ilgili bir hastalıktır bu. Eserin bu temel tezi kitaba *"Sağlıksız" Toplum* adı verilerek daha iyi anlatılabilirdi, zira Fromm, Batı kapitalizminin savunduğu değerleri psikolojik açıdan ketleyici ve nihayetinde sahici bir insan etiğine ulaşılması açısından geriletici olarak görür. Fromm hangi değerleri eleştirir? Maddiyatçılık, mal biriktirme ve aşırı bireycilik esas hedefleridir ve Fromm'un fikirlerini önemli kılan (söz konusu patolojik değerlerin nedeni olarak saptanan) hâkim meta kültürü ile bu eğilimlerin ilişkisidir. Fromm Batı kapitalist toplumlarında orta sınıf refahı hakkında şunları söyler: Kapitalizm temel ihtiyaçları tatmin edici düzeyin ötesinde karşılamakla beraber, insanın arzu nesnelerine ve zenginliğe sahip olma isteği "insandaki derin ihtiyaçları karşılamayı başaramaz" (1955: 11). Böylece insanlar tüketim harcamalarına ve nesne biriktirmelerine karşın sürekli bir boşluk ve sıkkınlık hissinden kurtulamazlar ve sonunda insan olarak psişik gelişimleri güdük kalır.

Fromm bu patolojiyi Batı kültüründeki daha büyük nevrozlarla ilişkilendirir ve bir bütün olarak Batı toplumunun temel ilkelerinin "mutabakata dayalı tasdiki" gibi aldatıcı bir durumdan mustarip olduğunu yazar: "Milyonlarca insanın aynı zihinsel patoloji biçimlerine sahip olması bu insanları sağlıklı yapmaz" (1955: 15).

Fromm patolojiyi "toplumsal olarak örüntülendirilmiş bir kusur" diye nitelendirir. Zihinsel açıdan ciddi anlamda hasta hale gelmeden bu tür kusurlarla yaşayabilmek mümkündür gerçi, ama hastalığın nihai sonucu, benliğin sahici bir şekilde ifade edilememesidir. Bu tür patolojilerin açıkça nevrotik hale gelip kişileri günlük yaşamlarını idame ettiremeyecek kadar rahatsız etmesini engelleyen nedir? Bir kaçış olarak başvurulan –özellikle de sinema ve popüler dergiler gibi kültür alanındaki– tüketim biçimleri bu tür patolojileri azaltır, geçici mutluluk, tatmin ve kendine yeterlik hisleri yaratarak kontrol altında tutar. Fromm kapitalist toplumda toplumsal hayatın temel özelliğinin çalışma, tüketim ve diğer insanlardan yabancılaşma olduğunu iddia eder. Mesele başlı başına tüketim değildir, zira Fromm tüketimin "anlamlı, insani, üretken bir deneyim" olabileceğini görmüştü (s. 133-4). Sorun daha ziyade *insanların nasıl tükettikleri*, yani anlamsız, aşırı ve yanlış nedenlerle üstlenilen ihtiyaçların peşinde koşmalarıdır.

> Param varsa sanattan hiç anlamasam bile çok güzel bir resmi alabilirim; hiç müzik beğenim olmasa da en iyi pikabı satın alabilirim; yalnızca göstermelik de olsa kocaman bir kitaplık edinebilirim. Bana toplum içinde ek bir üstünlük getirmesi dışında hiçbir yarar sağlayamayacak olsa da, parayla öğrenim de edinebilirim.*

Fromm'un tüketimde gördüğü temel sorun; insan ihtiyaçlarına yabancılaştırılmış olması, gösteriş ya da toplumsal itibar gibi toplumsal açıdan bölücü ve bozucu kullanım biçimleriyle işliyor olmasıdır. Mal edinimi başlı başına hedef haline gelmiş, gerçek insan ihtiyaçlarının –bağlantılı olmak, yaratıcılık, kardeşlik, bireysellik ve akıl– yerini maddi mallarla ilgili boş vaatler almıştır. Fromm manidar bir başlığı olan *Olmak ya da Sahip Olmak*'ta (1976) bu fikirleri daha da geliştirir. Fromm bu kitabında, kapitalizmin teşvik ettiği hegemonyacı edinimci kültüre açık olan Batı toplumlarında yurttaşlığın karakter yapısını inceler. Fromm iki yaşam tarzını bir-

* Erich Fromm, *Sağlıklı Toplum*, çev. Yurdanur Salman-Zeynep Tanrısever, Payel Yay., 1996, s. 125.

birinden ayırır: "Sahip olmak" ve "var olmak"; ilki maddiyatçılık merkezliyken, diğeri insanların ve ilişkilerin etrafında döner. Sahip olma modunda mal biriktirme ve edinme arzusu öyle patolojik hale gelir ki, kimliğin gerçekleşmesi ketlenir:

> Tüketimin çok anlamlı nitelikleri vardır: Kaygıyı hafifletir, çünkü insanın sahip olduğu şey ondan geri alınamaz; ama aynı zamanda daha da fazla tüketim yapmasını gerektirir, çünkü önceki tüketim çok geçmeden tatmin edici niteliğini kaybeder. Modern tüketiciler kendilerini şu formülle ifade edebilir: *Ben = sahip olduklarım ve tükettiklerimdir.* (Fromm, 1976: 27).

Fromm Batılı tüketiciler ile Freud'un anal kişilik tarifi arasındaki benzerlikleri belirtir ve tüketim nesneleri biriktirmenin kimlik ve cinsellikle alakalı acı verici sorunlara yer değiştirtme stratejisi haline geldiğini, böylece psikolojik gelişimi güdük bıraktığını söyler. Anal karakter, esas yaşam enerjisi şeylere (nesnelere) sahip olma, biriktirme ve yığmaya yönelmiş insandır ve Fromm Batı toplumlarında birçok insanın edinmek için yaşıyor olmaları anlamında anal olduklarından toplumun genelinin hasta olduğu sonucuna varır. Fromm araba sahipliği örneğini (1976: 72-3) kullanarak, insanları kişisel otomobillerini eskidiği için düzenli olarak değiştirmeye teşvik eden kapitalist üretim sistemi ile "yeni" bir arabaya sahip olmanın önemli olduğu fikrini aşılayan kişisel sahiplik psikolojisi arasındaki bağları açıklar. Fromm yeni bir araba satın alıp ona sahip olmanın insanın kişisel psikolojisi açısından çeşitli amaçlara hizmet ettiğini söyler: Bu bir toplumsal statü sembolüdür, kişinin beninin sembolik uzantısıdır, bireyin "bir anlaşmanın tarafı olma" yeteneğini göstererek kendine yeterlik hissini artırır ve son olarak, aracın *yeni* olması başlı başına önemlidir. Tüketim toplumlarında insanların yeni nesneleri tüketme deneyimini yaşama ihtiyacı hiç bitmez, "çünkü eski uyaranlar yavan ve tükenmiştir" (Fromm, 1976: 73).

Marcuse'un *Tek Boyutlu İnsan*'ı [1976(1964)] özü bakımından, sömürülen emekçi sınıfların kapitalizmle bütünleşmesi sorununu ele alan Freud sonrası Marksist psikoloji geleneği dahilindeki bir diğer eserdir. Esas mesele, artan rasyonalite ve özgürlükler adına

yapılan ideolojik vaatlerin ve modern Batı ekonomilerinin şımartıp tuzağa düşürdüğü sömürülen emekçi sınıflarda, devrimci bilincin gelişimi potansiyeliyle ilgilidir. Fromm gibi Marcuse'un da hedefi kapitalist toplumun ideolojik temelini açığa çıkarmaktı. Marcuse yeni denetim biçimleri ("totalitercilik") olarak gördüğü şeyi teşhir eder: Pozitivist bilimsel değerlerde, bilginin teknik formlarında, aklın ve düşünme şeklinin araçsal biçimlerinde cisimleşen "bilimcilik" ideolojisi, kapitalist tahakkümün kalbinde yer alır. İleri kapitalizmde sınıf bir sömürü ve toplumsal kontrol biçimi olarak daha önemsizdir, yerini bilim ve teknolojiye bırakmıştır. Teknolojik rasyonellik, çağdaş dünyada rasyonalitenin siyasal formlarının yerine geçmiş ve yeni bir toplumsal denetim biçimi haline gelmiştir. Marcuse ileri kapitalizmi totaliterciliğin iki dirhem bir çekirdek süslenmiş biçimi olarak görür. Serbest pazar ideolojisi çerçevesinde, teknolojik üstünlüğe ve farklılaşmış soyut bilgi biçimlerine erişim başlı başına hedef haline gelir ve ayrıca insanların maddi ve psikolojik varoluşunu düzenler.

Marcuse'un "tek boyutlu" toplumu fikirlerin, emellerin ve geniş toplumsal hedeflerin ileri kapitalizmin çizdiği sınırlar bağlamında tertiplendiği bir toplumdur. İnsanlar kapitalist toplumda özgür olduklarına inanırlar, ama Marcuse sahip oldukları tek şeyin piyasa özgürlüğü olduğuna dikkat çeker. Bu nedenle (Bauman'ın yirmi küsur yıl sonra *Özgürlük*'te dikkat çektiği gibi) tüketme özgürlüğü vardır, ama bu özgürlük, pazarlama ve reklam yoluyla insanlarda sahte ihtiyaçların yaratılmasıyla oluşturulur. Marcuse'un belirttiği gibi,

> Özgürlük güçlü bir tahakküm aracı haline getirilebilir. Bireyin önündeki tercihler insan özgürlüğünün düzeyinin belirlenmesinde değil, bireyin *neyi* tercih edilebileceği ve neyi tercih *ettiği* noktasında belirleyici etkendir. (Marcuse, 1976: 21)

Marcuse "gerçek" ihtiyaçlar ile "sahte" ihtiyaçlar arasında ayrım yapar. Gerçek ihtiyaçlar beslenme, giyinme, barınma ve kültür gibi ihtiyaçlardır ve piyasa baskısının zorlaması olmadan, bireyin

gereksinimlerine dair kendi yargılarıyla uyumlu şekilde tüketilir. Kişinin gereksinimlerinin hakkaniyetli bir şekilde nasıl belirleneceği sorunu ancak gerçekten özgür bir toplumda, "ihtiyaç yaratan" sanayi ve ideolojilerin yardımı olmadan cevap bulabilir. İleri sanayi toplumu bu tür sahte ihtiyaçlar yaratma konusunda uzmandır. Bunu totaliterciliğinin temeli olarak gören Marcuse, bireylerin psikolojilerinin artık kapitalizmle bütünleştiği tespitinde bulunur; üretim faaliyetinin odak noktası sadece fabrikalar ve teknolojiler değildir. Birey kapitalist süreçlerin ifadesi ve aynı zamanda aracısı haline gelir. Sahte ihtiyaçlar insanları mevcut toplumsal düzene bağlar, özgürlüklerini, mutluluk, tatmin ve topluluk arayışlarını kısıtlar. Bu tür sahte ihtiyaçlar "yaşam tarzı" haline gelir (1976: 24) ve –psikolojik-toplumsal gelişimi kapitalist dürtüler tarafından patolojik şekilde çerçevelenmiş olan– birey bu yolla boşu boşuna sahici ve yaşayabilir bir kendilik kimliği arar:

> İnsanlar kendilerini sahip oldukları mallarda tanırlar; ruhlarını otomobillerinde müzik setlerinde, dubleks-tripleks evlerinde, mutfak araç gereçlerinde bulurlar. Bireyi topluma bağlayan mekanizmanın kendisi değişmiştir ve toplumsal kontrol ürettiği yeni ihtiyaçlara demir atmıştır. ... Kitlesel üretim ve kitlesel tüketim tüm bireyi esir alır; sınai psikoloji uzun zamandır fabrikayla sınırlı olmaktan çıkmıştır.(Marcuse, 1976: 22-3)

Bu tür iddiaları nereye koymalı? Kapitalizme karşı ateş püskürme olarak mı, yoksa Batı kültürüne dair candan, muteber eleştiriler olarak mı almalı? Toplum teorisi ve tüketim incelemelerinde son dönemde kültürel meselelere ağırlık verildiği dikkate alındığında, bu görüşler modası geçmiş ve sınırlı bir retoriği andırmaktadır. Dahası, insanların nasıl ve neden tükettiklerine dair bugün sahip olduğumuz bilgilerle pek uyuşmadığı da görülmektedir. Fakat eleştirel yaklaşımları bir kenara atmak yerine, belki de dikkatli ampirik yaklaşımlardan ve yeni teorik çerçevelerden yararlanarak bunları geliştirmenin ve uygulamanın yeni yollarını bulmak gerekiyor. Miller ve Rose (1997) reklamcılığın "üretken" öğelerine, yani yeni psikolojik ve öznel yaklaşımları harekete geçiren

ve insanlar ile metalar arasında ilişki kuran öğelerine yönelik bir araştırma yaptılar. Günümüzde reklamcılığın insanları meta alanı içine dahil edip kapitalizmin gündelik aktörleri haline getirerek dönüştürdüğünü söyleyen Marcuse'un içgörüsünden yola çıkarlar. Miller ve Rose reklam, tüketim ve ekonomik aktörler arasındaki ilişkiye dair incelemelerde, tüketicilerin en iyi ihtimalle pasif ve eylemleri bakımından robota benzer, en kötü ihtimalle ise akıldışı ya da aptal yaratıklar olarak görüldüğüne dikkat çekerek farklı bir görüş geliştirmişlerdir. Marcuse'un kültür endüstrilerinin yarattığı tek boyutluluk hakkındaki analizi iki bakış açısını da birleştirmeyi başarır ki, insan-nesne ilişkilerinin anlamını irdelemek istiyorsak bunun bir sorun olduğunu söylememiz gerekir. Fakat Marcuse yeni endüstrilerin tüketicilerin arzularını saptamak için bilimsel hesaplama ve ölçüm tekniklerinden giderek daha fazla yararlandığını görmeyi başarmıştı. Miller ve Rose, İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra dondurma, bira, petrol ve çikolata gibi farklı farklı ürünler satan şirketlerin reklamcıları adına çalışma yapan Tavistock İnsan İlişkileri Enstitüsünün arşiv kaynaklarından yararlandılar. Miller ve Rose tüketicilerin –ve tüketici olarak her birinin öznelliğinin- bazı teknikler yoluyla nasıl "tedavüle sokulduğunu" gösterdiler. Bu teknikler yeni yaşama etikleri ve teknikleri sağlar, gündelik yaşamın sıkıntılarını ve gailelerini tüketim malları dolayımıyla müzakere etme biçimleri sunar, usul ve edebe aykırı düşmeden kendi kendilerini tatmin etme fırsatı tanır (1997: 32). Güçlü dev şirketlerin tüketim arzusunu manipüle ettiği yollu bir açıklamayı tekrarlamak yerine, eylem uzam ve tarzlarını bir araya toparlayan, bireylerin içinde harekete geçirilen tüketim duygularının yönetimini örgütleyen teknolojiler söz konusudur:

> Mesele pasif tüketicilerin vicdansızca manipüle edilmesi değildir: Tüketim teknolojileri potansiyel tüketicilerin aktif tercihleri ile üründe yansıtılan nitelikler, hazlar ve tatminler arasında incelikli bağlar üretmeye dayanıyordu. Üründe bu unsurlar, kısmen reklamcılık ve pazarlama pratikleri yoluyla örgütlenir ve her zaman insan öznelliğinin doğası hakkındaki inançlar ışığında işlemden geçirilirler. (Miller ve Rose, 1997: 31)

Meta Kültürünün Popüler Eleştirileri

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra tüketim toplumunun temelini ve etiğini ele alan ve halk ile akademi arasında köprü kurarak etkide bulunan birtakım eserler yayımlandı. Geniş ölçekte düşünürsek, iktidar ve kamu politikalarındaki liberal eleştiriden doğan meta kültürü ve tüketim toplumu eleştirileri ile yeni toplumsal hareketlerden, özellikle de çevrecilikten doğan eleştirileri birbirinden ayırabiliriz.

John Kenneth Galbraith'in *The Affluent Society*'si [Müreffeh Toplum, 1987 (1958)] belki de Amerikan kurumsalcı geleneği içinden yöneltilen liberal eleştirinin en iyi örneğidir (ayrıca bkz. Vance Packard, *The Hidden Persuaders*, 1957 ya da *The Status Seekers*, 1959). Galbraith *The Affluent Society*'de "üretim problemini" çözmüş olmasına karşın diğer temel kamu sektörü problemleriyle başı ağrıyan Batı ekonomilerinin yol açtığı bozuk duruma parmak basar. Yurttaşları için istihdam ve gelir artışı sağlamayı, bu suretle modernlik öncesi toplumlara tebelleş olan yoksulluk tehlikesinden kurtulmayı (çoğu yurttaş açısından) başarmışlardı. Fakat bu "müreffeh toplumun" değerleri sorunluydu, zira bu değerler kamusal servet ya da kamu yararından ziyade kişisel servet edinimini vurgulayıp baş tacı ediyordu. Müreffeh toplumun ironisi, artan servetin kamusal refahın çoğalmasına yol açmaması, aksine zarureti tartışmalı yeni tüketici isteklerinin ifade edilmesini cesaretlendirmesiydi. Dolayısıyla günümüz ekonomik faaliyeti, örneğin açlık ve barınma, mükemmel yollar ve devlet hastaneleri gibi ihtiyaçları tatmin etmekten ziyade, parlak yeni lüks arabalara, ipekli gömleklere, mutfak araç gereçlerine, kuşe kâğıda basılmış dergilere, içeceklere vb. duyulan arzuları tatmin eder. Galbraith yeni istekleri tatmin eden üretim süreçleri tarafından yeni ihtiyaçların yaratıldığı bir "bağımlılık etkisi" teşhisinde bulunmuştu: Mal üreticileri tüketicilerin içinde yeni arzular oluşturabilirler. Ekonomi teorisi genellikle ve Galbraith açısından sorunlu bir biçimde, tüketici isteklerinin ahlaki doğasını ve bu isteklerin önemsiz mi yoksa asli olarak mı sınıflandırılacağını dikkate almak şöyle dursun, değerlendirme-

ye bile yanaşmamıştır. Hepsinden öte, Galbraith üreticilerin, tüketiciler açısından asli olmayan ya da lüks mallara talep yaratmalarının ekonomik ve toplumsal açıdan değerli ve sürdürülebilir bir şey olarak düşünülüp düşünülemeyeceğini değerlendirmemizi ister:

> Bir toplum müreffeh hale geldikçe, istekler giderek, bu istekleri karşılayan süreç tarafından yaratılmaya başlar. Bu süreç pasif bir şekilde gerçekleşebilir. Üretimdeki artışların muadili olan tüketimdeki artışlar telkin ya da örneklendirme yoluyla istekleri yaratacak şekilde hareket eder. Elde edebilirlik arttıkça beklentiler de aynı oranda artar. Veya üreticiler reklamcılık ve satıcılık yoluyla istekler yaratacak şekilde aktif rol oynayabilir. Böylece istekler üretime bağımlı hale gelir. Daha yüksek bir üretim düzeyi, istek yaratımının daha ileri bir düzeyini içerir ve o da daha yüksek bir istek tatmini düzeyini gerektirir. (Galbraith, 1987: 148)

Galbraith'in eleştirisi liberal ekonomi geleneğinden geliyor olsa da, hemen aynı dönemde kapitalist tüketim kültürüne ilişkin çevresel eleştiriler de ortaya çıkıyordu. 1973'te E. F. Schumacher son derece etkili ve popüler bir "Budist ekonomi" manifestosu yayınladı: *Küçük Güzeldir*. Schumacher'in eseri Batı toplumunun popüler çevreci eleştirileriyle [örneğin Rachel Carson'un dönüm noktası niteliğindeki *Sessiz Bahar* (1962) eseri gibi] aynı bağlamda değerlendirilebilir. Schumacher, Batı toplumu ve ekonomik ilkeleri hakkında "sanki insan önem arz ediyormuş gibi" bir analiz sunmuştu. Batı'nın "daha büyük ve daha iyi" teknolojiler ve ekonomik verimlilik arayışında cisimleşen kâr ve ilerleme değerlerini eleştirmişti. Schumacher indirgeyici teknolojilere ve işyerlerine ve de "gerçek" insan ihtiyaçlarını göz ardı eden sömürücü, insanlıktan çıkartıcı ekonomi ilkelerine karşı çıkıyordu. Galbraith gibi Schumacher de insanları üretim probleminin çözüldüğüne inandırdığı için ekonomi disiplinini eleştiriyordu. Batı toplumları maddi açıdan daha iyi durumda gözükse de, bunun maddi iyileşme adına çevreye ve insan ruhuna verilen büyük zararı maskeleyen bir yanılsama olduğuna dikkat çekmişti. Schumacher Budist bakış açısının Batılı değerlerle bütünleştirilmesi gerektiğini savunmuştu: Çalışma

hayatını daha anlamlı ve tatminkâr kılmak; ekonomik büyüme teknolojileri ve programları bakımından yerele ve küçük ölçeğe odaklanmak; çevreyi tahakküm altına almaya çalışmak yerine, çevreyle birlikte çalışmak; zenginlik ve servet edinimi peşinde koşarken tüketim isteklerinin "verili amaçlara asgari araçla ulaşacak şekilde" tatmin edilmesi gerektiği ilkesini unutmamak (1973: 48).

"Faydalı" Tüketim Biçimlerini Satmak: Etik Hijyen Malzemeleri ve Materyalizm Karşıtı Üstün-Tasarımcılar

Schumacher ve Galbraith gibi çevreci ve toplumsal eleştirilerin, insanları nasıl tükettiklerini ve maddeci değerleri düşünmeye sevk etme konusundaki başarıları pazarlama alanına akıllıca dahil edilmiştir. Birçok piyasada tüketicilerin, şirketlerin bağlı kaldıkları etik standartlar konusunda ilgili ve eğitimli olmaları bu şirketlerin etik standartları uygulama, bazı durumlarda ise sadece sunma tarzında değişiklikler doğurdu. Bazı ürünleri pazarlamak tüketicileri, çevre dostu olan (örneğin güvenli böcek ilaçları, plastik alışveriş çantaları, sprey kullanımının azaltılması) ve etik ilkelere göre üretilen mallar (örneğin yumurta, et gibi hayvan ürünleri, moda ve spor giyim) aramaya teşvik eder. Kişilerin "doğru" malları tükettiklerini varsayarsak, kişisel edinimin daha adil bir topluma ve çevre koşullarının iyileştirilmesine hizmet ettiği düşünülebilir.

Anita ve Gordon Roddick'in "Body Shop" felsefesi burada iyi bir örnektir. Body Shop 1976'da yatırımcılara kâr, müşterilereyse lüks makyaj malzemeleri ve kozmetik ürünler sağlamak gibi bir amaçla (yani diğer şirketlerle çok benzer amaçlarla) ticaret hayatına atıldı. Ancak Body Shop aynı zamanda toplumsal ve çevresel sorumluluk ve değişimi teşvik etmeye de çabalıyordu. Body Shop işletme pratiğine etik yaklaşımını tanımlamak için "Değerler Misyonu" adında bir bildiri yayınlamıştı. Bu değer bildirimleri şirket için iyi bir halkla ilişkiler çalışması oluyor, şirketin büyüyen etik yatırım sanayisine eğilimini ön plana çıkartıyor, ürünlerini alma konusunda tüketicilerin "iyi hissetmelerini" teşvik ediyor, belki de

kimi insanların tükettikleri güzellik malzemelerinin kökeni ve ilgili testler yüzünden duyabilecekleri vicdan azabını azaltıyordu. Body Shop'un etik yaklaşımının temel ilkeleri şunlardır: İnsan haklarını savunmak, gezegeni korumak, toplum yararına ticaret, insanlık onurunu ön planda tutmak, hayvanlar üzerinde uygulanan testlere karşı çıkmak.

Tıpkı Schumacher'in "Budist ekonomi" önerisi gibi, Budist tüketimcilik geliştirmek de mümkün mü? Body Shop bu olasılığa kafa yormanın bir yoludur. Fransız tasarımcı Philippe Starck'ın tüketici aşırılığını azaltmayı amaçlayan postmodern yaklaşımı da bir diğeridir. Body Shop örneğinde teşvik edilen şey çevresel ve etik açıdan sorumlu tüketimdi. Philippe Starck imzalı tasarım ürünlerinin pazarlanmasındaysa, kişinin evini Starck tasarım eşyalarıyla tepeden tırnağa döşediği için duyabileceği vicdan azabını hafifletmek gibi tuhaf bir amaç vardır. Starck'ın tasarımları hevesli orta sınıf evlerinde o kadar yaygındır ki, onu son yarım yüzyılın en yaratıcı ve ilgi çekici tasarımcılarından biri haline getirmiştir. Modern tasarım dendiğinde akla Arne Jacobsen, Charles ve Ray Eames, Le Corbusier, Mies van de Rohe ve Verner Panton gibi ustalar gelmektedir. Starck'ta sadece tasarım nesnelerini değil, tasarımcının marka ve şöhret olarak ilahlaştırıldığını da görüyoruz. Önemli olan Starck'ın tasarladığı nesneler değil, Starck'ın tasarımcı olarak aura'sıdır.

Starck'ın imzası, oyunculuk özelliğiyle ön plana çıkan bir imaj portföyü yardımıyla idare edilir. Oyun, fantezi, ironi ve çocukları eğlendirme alanları ve nesneleri yaratan soytarı ya da provokatör olarak Starck. Starck'ın ev eşyası tasarımlarında postmodern bir ironi görürüz; mizah ve saygısızlık karışımının estetik açıdan fakir düşmüş kitlelere "iyi tasarım" satmak gibi modern bir arzuyla birleştiği hissedilir: Tasarladığı şakacı ağız sağlığı ürünlerini (diş fırçasına "Doktor Buse", diş kürdanına da Dr. Kleen" adını vermişti) ya da ünlü tuvalet fırçası ve sinekliği ("Dr. Skud") düşünün. Otel, havaalanı kontrol kuleleri, atık dönüştürme sanayileri, motosiklet, butik, bira fabrikaları ve kitapçı dükkânı dahil olmak üzere çok çeşitli çevreler, nesneler ve binalar tasarlamış ve dekore etmiş olmasına karşın, Starck birçok müşteri açısından az miktardaki

birikmiş parasıyla tasarım piyasasına ve Starck markalı ürünlere ulaşma imkânı veren gündelik ev eşyalarıyla bilinir.

Starck'ın olumsuz taraflarından biri tasarımlarının 1980 ve 90'lardaki lüks ve aşırılık dönemiyle özdeşleştirilmiş olmasıdır. Mesela Starck nakit para zengini "yupiler" ve özenti tasarım meraklıları için kusursuz bir tasarımcıydı. Ama elbette Starck bu şekilde anılmak istemiyordu. Bu yüzdendir ki 1990'ların sonunda geliştirdiği "İyi Malların" (Good Goods) reklamı şöyleydi: Herhangi Bir Ahlaklı Pazarda Tüketici Olmayanlar için Ürün Olmayanlar Katalogu" (bkz. Sweet, 1999). Tüketimcilik ve maddiyatçılık gibi edinimci değerlere yönelik bir karşı duruş sergilemeye çalışan Starck (işin ironik yanı, kendisinin tasarım malları imparatorluğu bu tüketimcilik ve maddiyatçılık üzerinde yükselir) bu andan itibaren "ürün olmayan" şeyler üreteceğini iddia eder:

> Bu küresel bir öneri, son büyük çalışmam ve hayat araç gereçleriyle ilgili: gıda, çamaşır tozu, kıyafet, müzik, kitap, ulaşım, mobilya, oyuncakla alakalı şeyler. Bunlara "ürün olmayanlar" diyorum. Bunlar ürün olmayanlar çünkü pazarlama ya da reklamcılık yoluyla veya para yığmak isteyen açgözlü insanlar aracılığıyla yaratılmıyor. Bunlar belli bir işi saygı, fantezi, yaratıcılık, şefkat, mizah ve sevgiyle yerine getirmek için yaratılan, hayatın temel unsurlarıdır. (Starck, Sweet içinde, 1999:9)

Starck'ın maddiyatçılık karşıtı manifestosunun samimiyetini ölçmek zordur, ama tasarım sanayisinden elde ettiği kişisel kârlar düşünüldüğünde oldukça ikiyüzlü gözükmektedir. Tüketicilerin "çok maddiyatçı" ya da lüzumsuz ve tuhaf şeyler alma meraklısı gibi görünmeme endişesinin tasarım tüketimini doğrudan etkilediği Starck örneğinde görülmektedir. Şevkli tüketiciler başkalarının gözünde sahici ya da "gerçek" bir kimlik olarak görülen şeyi pekiştirmek ile kişinin kendisini beğeni sahibi ya da güzellikten anlayan bir insan gibi göstermek adına "doğru" ev tasarım koleksiyonu oluşturma konusunda hissettiği baskı arasında kalır (bkz. Woodward, 2003). Starck'ın pazarlama stratejisi onlara endişelerini azaltacak bir taktik sunmaktır: Onun tasarım ürünleri alıcıyı

tutarlı bir estetik anlayışa sahip biri olarak ayırt eder, ama aynı zamanda matrak ve ironiktir, kendi kendini yapısöküme uğratır. Starck için bir diğer mesele de markasının bu kadar farklı tasarım ürünüyle bağlantılı olması ve tüketicilerin kaşeli nesnelere duydukları arzuyla birlikte anılır hale gelmesinin yarattığı sorunlardır. Bu bölümü tamamlamadan önce, Starck'ın kendi müşterileri için hazırladığı postmodern manifestoyu kısaca ele alalım:

> Daha az daha çoktur. Son beş yılda tamamen değiştim. Ben artık eski ben değilim; artık çok daha iyi akort edilmiş biriyim. Medeniyetimizin temelinde ilerleme kaydetme fikri var, bu yüzden duramıyorum; işleri daha iyiye götürmem lazım, bu şiirsel bir şey. Güzel şeyler yaratmak yetmez ama. Aynı zamanda iyi de olmalı. Güzel nesne belli bir kültürel anlayışın, estetik konusunda saplantılı bir rejimin ürünüydü. Buradaki sorun rejimin beğeni yasaları, neyin moda olup neyin olmadığı tarafından yönetiliyor olmasıydı. Bu yasalar tüketimciliğin en önemli kaldıraçlarından biridir ve aşırı tüketime yol açmaktadır. (Starck, akt. Sweet, 1999: 15)

Sonuç: Meta Nesneye Eleştirel Yaklaşımlar

Eleştirel perspektifi değerlendirmeye geçmeden önce, maddi kültürün eleştirel izahına dair genel özelliklerin şu özetini ele alalım:

- Marx'ın materyalist kapitalizm analizinde insan ilişkilerine dair tüketim değil, üretim temelli bir izah sunulur. Maddi kültür, tüketim edimindeki sahiplenmeyle dönüşmekten ziyade, esasen ekonomik üretim alanıyla ilişkili bir şey olarak görülür. Marx sömürüldüğü işyerinde meta üreten işçilerin başka bir toplumsal alanda (piyasada) bu metalarla yüzleşmek zorunda kalmasına odaklanmıştı. İşçi sınıfının yanlış bilincinin temeli budur, zira işçiler arzuladıkları ve satın aldıkları meta nesnelerin üretilme sürecinde emeklerinin nasıl sömürüldüğünü fark etmezler. Marx'ın kapitalizm analizinde, gündelik yaşamda kullandığımız metalaştırılmış maddi kültür işçilerin kan, alın teri ve çabasında cisimleşen sömürülmüş emeğin maddi ifadesidir.

- Tüketiciler maddi kültürle kendilerine dışsal bir şey olarak, yani mazisi olan bir şey değil, sanki dükkân raflarında sihirli bir şekilde yerini alıyormuş gibi karşılaşırlar. İnsanlar maddi kültürü hiç sorgulamadan özerk, tarih-ötesi ve toplumsal ilişkilerden ayrı bir şey olarak kabul ederler. Marx'ın tezinin ideolojik içerimlerini geliştiren Lukács buna "şeyleşme" adını vermişti. Şeyleşme nihayetinde, tüketicileri, tükettikleri nesnelerin kökeni hakkındaki "gerçeği" eleştirel bir tarzda anlamaktan uzaklaştırır.
- Bunun bir sonucu olarak Lukács tüketim nesnelerinin kapitalist ideolojinin taşıyıcısı olduğunu savunur. Tüketiciler tüketim nesnelerini satın alma ve kullanma sürecinin parçası olarak aslında burjuva ideolojisinin bir timsalini satın alır, böylece kapitalist ilişkileri yeniden üretirler.
- Frankfurt Okulu aydınları maddi kültürün ve tüketim kültürünün insanların eleştirel ve estetik yetilerini nasıl bastırdığını ve nihayetinde öldürdüğünü vurgulamıştı. Yeni toplumsal kontrol biçimleri pazarlama endüstrileri yoluyla tüketici arzusunun haritalandırılması (ve yaratılması) etrafında gelişir ve insanlar tükettikleri nesneler tarafından psikolojik olarak köleleştirilirler. Bu tür bir tüketim nihayetinde insanların birliktelik, yaratıcılık ve akıl gibi "sahici" beşeri ihtiyaçlarının altını oyduğu için bize düşen lüzumsuz mallarla aptalca avunmak olur. Marksizmden mülhem bir psikanaliz geliştiren araştırmacılar olarak Fromm ve Marcuse için bu durum, patolojik bir toplumsal sistemi simgeliyordu; bu sistemde insanlar mal sahibi olmak için (Fromm'un hâkim toplumsal "sahip olma" tarzı adını verdiği şey için) çabalarlar ve bu sahip olma belli bir "olma" biçimine dayanan sahici, içten insani özelliklerin gelişmesinin yerini alır.

Marksizm ve eleştirel teori maddi kültürü anlamak için ne ölçüde uygulanabilir bir teorik model sunar? Bu teorik modelleri savunmak adına şu görüşler öne sürülebilir:

- Meta nesneler hakkındaki eleştirel izahat bize tükettiğimiz nesnelerin dünyada başka bir yerde, başka birileri tarafından

üretildiği ve dağıtıldığını hatırlatır. Çoğu zaman fabrikalarda üretim sürecinde "tezgâhta" yer alan insanlar tüketimi gerçekleştiren bizler kadar ayrıcalıklı değildirler. Dolayısıyla eleştirel izahat bize üretim ve tüketim rejimlerinin arkasında birtakım eşitsiz yapısal koşullar olduğu ihtimalini hatırlatır.

- Eleştirel izahat kişisel tüketimimizin doğası ve kökeni hakkında etik bir muhasebe yapabileceğimizi de telkin eder. Küresel ve bölgesel düzeyde ekonomik ve toplumsal eşitsizlikler, çevreye ve hayvanlara zarar gibi şeylerin hepsinin tüketim pratiğimizde uyduğumuz etik standartların belirlenmesinde rol oynaması gerektiğine dikkat çeker.
- Eleştirel teori bize tüketim pratiklerimizin neden fetişist olabileceğine dair düşünme imkânı sağlar. Tüketim nesnelerini bu tür bir tüketimin benlik imgesi ve öz-yeterliğin olumlu gelişimiyle ne alakası olduğunu hiç düşünmeden, haris ya da saplantılı nedenlerle edinmemiz buna delalettir. Örneğin bir ayakkabı koleksiyoncusu neden bu kadar çok çifte ihtiyaç duyduğunu sorgulayabilir ya da bir moda meraklısı neden sürekli "modaya uygun" olma ihtiyacı duyduğu üzerine düşünebilir.

Eleştirel ve Marksist izahat tüketim ve maddi kültür çalışmalarında genel olarak gözden düşmüştür. Aşağıdakiler çoğu zaman başlıca kusurları olarak görülmektedir:

- Eleştirel ve Marksist açıklamalar genellikle *maddiyatçılık* hakkındadır ve analitik tarzı bakımından *maddecidir (materyalisttir)*ama *maddilikle* ilgilenmez. Bu nedenle insanlar ile nesneler arasındaki ilişkileri anlamak için sundukları modeller yetersizdir. *Maddiyatçılık* izahları toplumsal edinim tarzlarına ve buna eşlik eden, insanları egemen yaşam tarzı olarak tüketim nesneleri edinmek üzere güdüleyen tüketimcilik ideolojisine odaklanır. *Maddeci* izahlar ise üretim aracı sahipleri ile işçiler, üreticiler ve tüketiciler arasındaki maddi ilişkilere odaklanır, bu tür kategorilerin temel toplumsal eşitsizliklere yol açtığını savunur. Diğer yandan, eleştirel ve Marksist izahlar insanlar ile nesneler arasındaki ilişkilere,

özellikle de toplumsal yaşamın teknoloji ya da bellek nesneleri gibi eşyalarla gündelik ilişkileri tarafından içsel olarak yapılandırıldığına atıfta bulunan *maddiliği* (maddi kültür anlayışlarındaki en hayati boyut) göz ardı eder.

- Eleştirel ve Marksist açıklamalara yönelik en ciddi itiraz insanlar ile nesneler arasındaki ilişkiye dair teorilerinde failliğin (*agency*) yeterince önemsenmemiş olmasıdır. Maddi kültürle ilişkilerde failliğin söz konusu oluşu insanların maddi kültürle ilişkilerinde haz ya da özgürlük hissi duyabilmelerinden ibaret değildir, maddi kültürle ilişkilerinin yıkıcı olabileceği anlamına da gelir. Eleştirel ve Marksist izahat insanlar ile tüketim kültürünün maddi parçaları arasındaki ilişkilerin yaratıcı, özgürleştirici, yapıcı, anlatımsal ve duygusal olabileceğini düşünemez. Daha ziyade, her türlü meta nesnesinin sömürüyü cisimleştirdiğini ve metaların ideolojik çıkarlara hizmet ettiğini savunan indirgemeci ve belirlenimci bir model koyutlamakla yetinir. Bu izahatın en incelikli teorik eleştirisi, tüketicinin malı satın aldıktan sonra yaptıklarının, tüketim ediminin özünü tanımladığını savunan Miller'a (1987) aittir:

> Faaliyet olarak tüketim nesneyi başkasına devredilebilir olmaktan çıkartıp tam tersine dönüştüren bir fiil olarak; yani ücret değerinin ve yabancılaşmanın sembolü olmaktan çıkıp özel birtakım yan anlamlarla yüklü bir eşya haline gelmesi olarak tanımlanabilir. (Miller, 1987: 190)

Miller kitlesel üretilen tüketim mallarını yüzeysel ya da alakasız şeyler diye bir kenara atmak yerine, bunları kültürün asli öğeleri olarak kavramamız gerektiğini savunur. Kitlesel üretilen mallar gezindiğimiz maddi çevreyi oluşturmakla kalmaz, gündelik hayatta kimliklerimizi, bağlılıklarımızı ve pratiklerimizi oluşturmamızı sağlayan nesnelleştirme süreci açısından da aslidir. (Miller, 1987: 215)

- Eleştirel ve Marksist açıklamalar teşhis ettiği sorunları ele almak için hangi önerilerde bulunulacağı konusunda kararsızdır. İnsanların günlük yaşamda ilişki kurdukları meta nesneler gerçekten de sömürüyü cisimleştirip tüketicinin

> eleştirel yetilerini öldürüyor olsa bile, insanların genellikle daha fazla mal ve bununla bağlantılı olarak yükselen yaşam standartları istedikleri dikkate alındığında bunu değiştirmek için hangi adımlar atılabilir? Dahası "gerçek" bir ihtiyaca hizmet eden "sahici" bir mal diye bir şey var mıdır? Bunun kararını kim verebilir? (Miller, 1987: 188)

Ek Okuma Önerileri

Marx'ın *Kapital*'inin giriş kısımları, maddi kültürün nasıl ve niçin her şeyden önce ve öte bir meta nesne olarak anlaşılması gerektiği konusunda temeldir. İlk sayfalar orta düzey üniversite öğrencileri tarafından kolaylıkla anlaşılabilir. Benzer şekilde, eğer esrarengiz teknik dili aşmayı (ya da göz ardı etmeyi) başarırsanız, Lukács'ın "Şeyleşme ve proletaryanın bilinci" (Lukács, 1971) ile Horkheimer ve Adorno'nun *Aydınlanmanın Diyalektiği*'ndeki giriş denemesi (1987) meta kültürünün zararlı sonuçları hakkındaki Marx-sonrasının temel görüşleridir. Ayrıca kendi tüketim modellerinizde çok mal canlısı olduğunuzu hissediyor ve daha basit bir yaşama dönmek istiyorsanız Erich Fromm'un *To Have or to Be?* (1976) kitabına bakınız. Bu kitaplar "maddi kültür" terimini kullanmamakla birlikte, bu yazarların toplumda maddi kültürün yerini nasıl anladığını çıkarsayabiliriz. Eleştirel teori ve onun Marksizmle ilişkisi konusuna kapsamlı ve sağlam bir giriş için, Douglas Kellner'in *Critical Theory, Marxism and Modernity*'sine bakınız. Yine bu meyanda, David Held'in *Introduction to Critical Theory*'sine (1980) bakınız. Tüketimcilikle alakalı kişisel ve etik problemlere dair çağdaş, akılcı bir değerlendirme için, Juliet B. Schor'un araştırmasına bakmak ve dergilerdeki yazılarına geçmeden önce *Do Americans Shop Too Much?*'ı (2000) okumak yararlı olacaktır. Taylor ve Tilford'un çalışması (Schor ve Holt, *The Consumer Society Reader* (2000) içinde) durmadan artan tüketim modellerine karşı ekoloji davasını savunmaktadır. Tanıdık argümanları yineliyor olsa da, bunu hiç değilse güncel verilerden yararlanarak yapması önemlidir.

4

Sembolik Kod Olarak Nesne. Yapısal ve Göstergebilimsel Yaklaşımlar.

BÖLÜM İÇERİĞİNİN ÖZETİ

Bu bölümde maddi kültür ve genel olarak meta kültürü teorilerine göstergebilimsel ve yapısal açıdan yaklaşan kilit yazarların eserleri ele alınmaktadır. Dört kısma ayrılmıştır:

- Yapısalcılığa ve Saussure'ün gündelik hayatın göstergebilimini konu alan temel çalışmasına bir giriş.
- Lévi-Strauss'un kültür nesnelerinin incelenmesine yönelik yapısalcı programının incelenmesi.
- Barthes ve Baudrillard'ın tüketim toplumları ve maddi kültür üzerine eserlerinin incelenmesi.
- Hebdige'ın alt-kültürler üzerine yaptığı, yapısalcı göstergebilim geleneği ve eleştirel alt-kültür teorisinden yararlanan çalışmalarının bir özeti.

Onu kutsallaştıranın bu (kendi yerinde olması) olduğu bile söylenebilir, çünkü düşüncede bile olsa, ortadan kaldırıldığı zaman, evrenin tüm düzeni yıkılmış olur; öyleyse, kendine düşen yerde kalmakla, düzeni ayakta tutmaya katkıda bulunmaktadır. ... Kendisine bir sınıf içinde yer verebilmek için hiçbir varlığı, hiçbir nesneyi, hiçbir görünüşü gözden kaçırmamak.*

Claude Lévi-Strauss, *Yaban Düşünce*, çev. Tahsin Yücel, YKY, 2000, s. 35-6.

Yapısalcılık, Göstergebilim ve Maddi Kültür Okumaları

Maddi kültür çalışmalarına göstergebilimsel yaklaşımın temel ilkesi, nesnelerin kendilerinden başka bir şeye atıfta bulunan göstergeler olduğudur. Eco'nun (1976) aldatıcı şekilde ifade ettiği gibi, gösterge içsel olarak bir yalandır. Yani, bir nesnenin başka bir şeyin "göstergesi", başka bir toplumsal anlamın taşıyıcısı olduğu düşünülür. Örneğin bir nesne; falanca kişinin mesleği, dini ya da toplumsal cinsiyeti gibi toplumsal statü kategorisine göndermede bulunabilir. Veya bir nesne bir insanın bağlılıkları ve ilişkileriyle bağlantılı kimliğinin tikel bir özelliğine göndermede bulunabilir. Dolayısıyla göstergebilimsel yaklaşıma göre, maddi kültür eşyayla başkalarına mesaj ileten, bir tür toplumsal "işi" yerine getiren bir "gösterendir".

İlkini göstergebilimci Roland Barthes'ın *Çağdaş Söylenler*'de [1993 (1957)] kullandığı bir çift örneği düşünelim. Barthes bir buket kırmızı gülün sadece estetik ve kokusal haz değil, bir kültürel romans ve aşk sembolü olduğuna dikkat çekiyordu. Benzer şekilde, evlilik yüzüğü romantik aşkın güçlü bir geleneksel sembolüdür. Keza, bir işadamının giydiği kravatı düşünün. İnsanların genellikle rahatlık uğruna kravat takmadıkları açık olsa gerek. Aksine, insanlar başka birtakım nedenlerle, örneğin önemli bir insan olarak statülerinin sembolü olsun diye veya bir işyerinin kıyafet yönetmeliğine uymak ya da bir toplumsal duruma resmiyet katmak için kravat takarlar. Yahut Rolls-Royce arabası olan ve kullanan bir insan düşünelim. Bu size ne anlam ifade eder? Bu tür yargılarda hiçbir kesinlik yoktur, ancak muhtemelen insanın varlıklı olduğuna işaret eder. Ayrıca kişinin genel toplumsal değerleri hakkında da bir şey anlatıyor olabilir. Örneğin "köklü" bir aileden geldiğini –ya da böyle görünmeye çalıştığını– veya toplumsal açıdan muhafazakâr olduklarını anlatıyor olabilir.

Maddi Kültür Okumaları

Maddi kültürü kültürel anlamı üzerinden "okuyabilmek", gündelik yorumlarımızın ayrılmaz parçası olan vazgeçilmez –ama

biraz sorunlu– bir toplumsal beceridir. Bu özellikle de yurttaşlar arasında göz teması potansiyelinin yüksek, ama kişisel etkileşim olanağının düşük olduğu büyük metropol merkezlerinde geçerlidir. Görünür maddi kültürün bu şeklide "okunması" konuşma ihtiyacı olmadan hızlı toplumsal iletişim sağlar. Bu sayede insanlar, çeşitli kent ortamlarında birbirlerinin görme alanına girdiklerinde toplumsal durumları hakkında hızla yargıda bulunabilirler. Ama tersinden bakıldığında, bu yetenek aynı zamanda, insanları ya da şeyleri toplumsal düzen açısından bir tehdit ya da tehlike olarak hatalı biçimde sınıflandırarak aceleci, basmakalıp ya da ayrımcı yargılarda bulunmaya zemin sunabilir. Örneğin bir alışveriş merkezinde ya da başka bir özelleştirilmiş kamusal uzamda kaykay taşıyan bir genç yerel güvenlik tarafından potansiyel açıdan baş belası olarak görülebilir. Kaykay bu tüketim bağlamında bir toplumsal tehdidi ya da tehlikeyi simgeleyebilmektedir.

Maddi kültür hakkında bu tür kaba bir okuma yapmanın sonucu ortaya çıkabilecek toplumsal ve kültürel ayrımcılığa ilaveten, toplumsal ve kültürel anlamlara gündelik hayattaki maddi kültür parçalarıyla ilgilenerek ulaşma çabamızla bağlantılı temel bir risk daha vardır. Maddi kültürün anlamlarına dair herkesçe doğru, evrensel okumalar olabileceği fikri üç önemli nedenle sorunludur. İlkin, bir bireyin maddi kültürün bir öğesini giyme, sergileme ya da buna sahip olmaya hangi anlamı verdiğini bilmemiz her zaman mümkün değildir. Gerçekten de, bir bireyin bir nesneyi kullanma ya da sergilemeye hiçbir anlam yüklenmemesi gerektiğini savunması da mümkündür. İkincisi, kimi zaman nesnelerin anlamını yorumlamak için gerekli kültürel yeteneğe ya da kültürel "sermayeye" sahip değilizdir. Eğer şeyler –kıyafet ya da ayakkabı gibi– hakkındaki yorumda bulunmak, bihaber olduğumuz uzman işi kültürel bilgileri ya da nüansları elde bulundurmayı gerekiyorsa... Üçüncüsü, maddi kültürden yararlanma hep belli bir zamansal ve mekânsal ortam içerisinde, bir bağlama oturur ve bu belirli ortamlarda, toplumsal uygunluk ve saygınlık gibi toplumsal uzlaşımlar hâkimdir. Maddi kültürün belli bazı parçaları, anlamlarını tanımlayan zaman ve mekân sınırlarının dışında değerlendirildiğinde, aykırı, tutarsız, hatta rahatsız edici görünebilirler.

Maddi kültür okumalarının karmaşıklık ve nüanslarını sergileyebilecek birkaç örneği ele alalım. İlk olarak, bir dans partisi ya da gece kulübünde ne giyebileceğinizi düşünün. Bir akrabanın düğününde ya da cenazesinde giyeceğiniz kıyafetle aynı olması pek muhtemel değildir. Aksi takdirde, yaptığınız bir *faux pas* (düz anlamıyla "yanlış adım") olacaktır: Yanlış bir hareket ya da toplumsal gaf. Akrabalarınız dans partisi kıyafetinizi bir cenazenin ciddiyetiyle uyumsuz bulacaktır muhtemelen; aynı kıyafet, pek çok düğünde beklenilen zarif ortam için de uygunsuz kaçacaktır tabii ki. İkinci olarak, kişinin boynuna haç takması muğlak bir mesaj olabilir, ama bu da zamana ve mekâna ve ayrıca haç takan kişi hakkında edinebileceğimiz diğer bilgilere bağlı olabilir. Haç takmak Hıristiyanlığa bağlılığı sergiliyor olabilir: Kişinin kendisi ve başkaları için Hıristiyan mitolojisindeki kilit sembolik edimi sergilemenin görünür bir sembolüdür. Ama haç takmak, başka bir açıdan, gotik alt-kültürlerin kıyafet ve müzikal tarzlarıyla da alakalıdır. İkisinin de haç takıyor olmasından hareketle bir "gotik" ile Hıristiyan bir kilise müdavimini karıştırmak mümkün müdür? Mümkündür, ama kabul etmek gerekir ki pek muhtemel değildir. Bunun tek nedeni birçok gotiğin genellikle alternatif cinsel inançlara bağlı olması ve ana akım Hıristiyanlığa tümüyle karşı çıkması değil, sınıflandırma konusunda yardımcı olacak başka maddi ipuçlarından yararlanabilmemizdir. Çoğumuzun bildiği gibi, gotikler genellikle siyah kıyafetler giyerler, koyu palto ve siyah deri bot gibi alametifarikaları vardır ve siyah saçları, piercing'leri, solgun tenleri ve şaşalı takılarıyla sivrilirler. Dini bütün Hıristiyanların kendilerini bu şekilde takdim etmeleri beklenmez, zira genellikle daha ılımlı ve muhafazakâr olmalarını, daha yumuşak renkler, daha mütevazı kıyafetler kullanmalarını, saçlarının abartısız olmasını bekleriz.

Son olarak, maddi kültür okumaları yapmanın karmaşıklıklarını gösteren başka bir örnek olması adına, son yıllarda moda spor ayakkabılardaki artışı düşünün. Yaklaşık on yıldır sneaker ya da spor ayakkabısı, modanın farkında olan şehirli gençler arasında başlıca ayakkabı türü haline gelmiştir (bkz. Miles, 1996). Spor ayakkabıları tasarım ve estetik özelliklerini çoğu zaman önceki

dönemlerin spor giyiminden ödünç almakta, 1970'lerin ve 80'lerin moda ve trendlerini kendine mal etmektedir. Dolayısıyla bugün Puma ya da Adidas gibi belli başlı spor markalarının ürettiği en popüler spor ayakkabılarından bazıları 1970'lerde öncelikle basketbolcular, tenisçiler, hatta güreşçiler için tasarlanmış olan spor ayakkabısı modellerini yeniden üretmektedir. Günümüzde bu spor ayakkabıları giyenler, bu tür ayakkabıları giymekle basketbol, tenis ya da güreşle doğrudan bir bağları olduğunu ifade etmiş oluyorlar mı? Cevap genellikle hayırdır. Ayakkabı tasarımının tarihine dair bilgi sahibi olmak ayırt edici bir kültürel sermaye biçimi olarak giyen için önemli olabilir. Gel gelelim spor ayakkabısının anlamı zamansal bağlamda değerlendirilmelidir; bunun için çoğu zaman derin ironi taşıyan incelikli kültürel sermaye biçimlerinden yararlanılır. Üzerinden yıllar geçtikten sonra, bu modeller bugün artık tamamen bir moda ürünü haline gelmiş, ilk başta tasarlandıkları amaçla alakalı faydasını tamamen kaybetmiş ve bir moda mantığı tarafından özümsenmişlerdir. Bu mantık dahilinde söz konusu ürünler, bunları giyerek moda oyununa hükmetmeye çalışan insanların keyfine göre çeşitli ve birbiriyle çatışan mesajlar verebilir. İronik, oynak okumalarla ilgilenecek kültürel yeteneklere sahip olmayanlar bu tür spor ayakkabısı modellerini tuhaf, eksantrik ya da sadece uygunsuz bulabilirler.

Bu örneklerin amacı şudur: Bir toplumsal mesajın, sanki maddi kültürün çerçevesini çizen çoklu kodlara dair evrensel ya da kusursuz bir toplumsal bilgi varmış gibi her zaman doğrudan ya da basitçe bir nesnede kodlandığını varsayamayız (bkz. Campbell, 1995a, 1996). Ama insanların maddi kültürden nasıl yararlandıklarını anlama yolundaki en önemli katkılardan bazıları (Veblen, Goffman ve Bourdieu'nün eserleri), toplumsal mesaj vermek amacıyla aktörlerin maddi kültüre toplumsal bir işlev yüklediklerini anlamaya dayalıdır. Bu tür yazarlar tüketimin ve maddi kültürün toplumsal kullanımının anlaşılmasına göstergebilimsel analizden resmi olarak yararlanmadan özgün katkılarda bulunmuş olsalar da, teorileri belli oranda bir "*semiosis*" (maddi kültür öğelerinin değer ve anlamının toplumsal olarak tanınması) modeline yaslanır:

Tüketimin, ilişkisel anlam ağları dahilinde belli toplumsal anlamlar aktardığı varsayılır. Bu tür teorileri masaya yatırmadan önce, bugün bildiğimiz toplumsal göstergebilim alanının yapısalcılık diye bilinen teorik gelenekten nasıl doğduğunu incelememiz gerekiyor.

Kültürü Anlamaya Yönelik Bir Genel Model Olarak Yapısalcılık

Smith (2001) kültür analizine yapısalcı yaklaşımın temel özelliklerine dair beş noktaya dikkat çekerek titiz bir taslak sunar.

- Birincisi, toplumsal yaşamın "yüzeyi" karmaşık, çeşitli ve kestirilemez gözükse de, gerisinde bu tür ince ayrıntıların ortaya çıkmasına kılavuzluk eden üretici süreçler vardır. Dolayısıyla toplumsal yaşamın yüzeyinde saptadığımız her şeyle hesaplaşmak için, daha derin, yapıcı süreçlere bakmamız gerekir.

  Bu derin yapıcı süreçler ilişkisel modele göre oluşturulmuştur ve aynı zamanda sayıca sınırlıdır. Dolayısıyla bir toplumda görece az sayıda temel üretici kültürel şema mevcuttur ve bunlar çeşitli şekillerde yeniden birleştirilebilir. Lévi-Strauss [1966(1962)] bu sürece "dönüşüm sistemleri" adını vermişti.
- Bu yapısalcı üretici şemayı kullanarak analiz yapan kişi nesneldir. Keşfedilmeyi bekleyen derin üretici ilkeler vardır. Fakat her gün bunlarla ilgilenen gündelik hayattaki toplumsal failler bunları ve toplumsal yaşamdaki birçok veçhe ve olayı verili kabul ederler. Dolayısıyla onlar bu tür yapıları saptayamazlar. Bu yapıların kültürel yaşamın yüzeyinde yaratıkları örüntüleri gözlemlemenin ve analiz etmenin en iyi yolu yapısalcı analitik yaklaşımdan yararlanan yansız bir bilimsel araştırmadır.
- Erken dönem yapısalcılığı, 20. yüzyılın başında, Peirce ve Saussure'ün teorilerindeki dilsel kökenlerden geliştiyse de Barthes ve Lévi-Strauss'un 20. yüzyılın ortasındaki katkıları dil ile kültür arasındaki benzerlikleri genişletti ve kültürün

yiyecek, yemek pişirme ya da motorlu taşıtlar gibi veçhelerinin yapısalcı yöntemlerle analiz edilebileceğini savundular. Mesela yiyecekler ya da yemek pişirme sıcak ve soğuk, çiğ ya da pişmiş yemek konusundaki kültürel tercihlerle bağlantılı kurallara göre anlaşılabilirdi. Dolayısıyla kültürel nesneler yapısalcı yaklaşıma başvurularak, adeta bir dil gibi deşifre edilebilirdi.

- Son olarak, yapısalcı yaklaşımlar insan öznenin rolünü yadsıma eğilimindedir. Yapısalcı analizin odak noktasında "kültür dilinin" toplumsal yaşamın kalbindeki sistemli kurallara göre işleyişi vardır. Bu tür kuralların gerçekleştirilmesi ya da dolayımlanmasında insan öznenin aracılığını vurgulayan yaklaşımlarla bir karşıtlık söz konusudur. Sosyoloji teorisinde bu tür aracılı yaklaşımların dilsel yapısalcılığın doğuşundan epey sonra geliştirildiğini belirtmek gerekiyor.

Saussure ve Dilsel İletişim Sistemleri

Genel olarak, Smith'in (2001) ana hatlarını çizdiği ilkelerin doğuşu yapısal dilbilimin kurucusu Ferdinand de Saussure'ün eserlerinde görülebilir. Saussure'ün *Genel Dilbilim Dersleri* [1966(1916)] kitabı, 1907-11 yılları arasında Cenevre Üniversitesindeki öğrencilerinin aldığı notlardan yola çıkılarak hazırlanmış ve ölümünden sonra yayınlanmıştır. Saussure'ün büyük katkısı dilin sistemli yapılarını kavramsallaştırması, çalışmasını dilbilimin gelişimi için temel hale getirmesi oldu. Bu noktada, Saussure'ün dil üzerine fikirlerinin neden çığır açıcı olduğu ve daha önemlisi maddi kültür çalışmalarıyla dilbilimin ne alakası olduğu sorulabilir. Cevap şudur: Saussure'ün dilsel yapıları kavramsallaştırırkenki otoritesi ve becerisi; kültürün (kıyafet, teknolojik nesneler, gıda, çevre dizaynı ve motorlu araçlar kadar çeşitli nesneler sistemi dahil) çeşitli yapıları daha geniş bir mercekle tetkik edilirken, onun dili incelemek için geliştirdiği analiz tarzından yararlanılmasını sağladı. İşte bu nedenle Saussure'ün teorilerini bilmek önemlidir. Aşağıdaki kısımda Saussure'ün etkili fikirleri irdeleniyor.

Saussure'ün yaklaşımının önemli bir özelliği artzamanlı değil, eşzamanlı dil incelemelerine ilgi göstermesiydi. Dilbilim alanında önceki araştırmalar esasen dil sistemlerinin zaman içindeki tarihsel evrimine, yani artzamanlı özelliklerine odaklanmıştı. Saussure zamanda belli bir noktada dilin bir sistem olarak var olması gerektiğini savunuyordu: Birbirinden kopartılamayan ve bir dilsel iletişim sistemi oluşturan birbiriyle ilintili parçalar söz konusuydu. Bu sistemin kapalı, bozulmaz ya da katı olması gerekmiyordu, zira bildiğimiz gibi dil uzlaşımları zamanla değişir. Ama zamanda herhangi bir noktada dil bir iletişim sistemi olarak analiz edilebilirdi. Dolayısıyla Saussure "konuşma edimlerinin" (kelimeler, sesler, ses imgeleri ve alfabetik metinler) sayısındaki artışla ilgilenmek yerine, araştırmacıların bu dilsel yapıları şu şekilde anlamaları gerektiğini savunuyordu: Dilsel yapılar (i) indirgenemez şekilde psikolojiktir, (ii) dış çizgileri toplum-topluluk kodlarıyla içeriden belirlenmiştir ve (iii) bir sistem olarak ele alınmalıdır. Dolayısıyla dil, yapıları kendi terimleriyle –"kendi içinde" ve bir ilişkiler sistemi olarak– anlaşılması gereken bir toplumsal kurumdur (Saussure, 1966: 16). Dolayısıyla Saussure'ün sistemik perspektifinden kavramsallaştırılan dil "kendi kendine yeterli bir bütün ve bir sınıflandırma ilkesi" (1966: 9) – bir göstergeler sistemi (1966: 15)– haline gelir.

Dilsel olguların "sistemliliği" Saussure'ün "*langue*" (dil) ile "*parole*" (söz, konuşma) arasında yaptığı önemli ayrımla daha da vurgulanmaktadır. Kısaca, *langue*'ın dil, *parole*'ün de konuşma anlamına geldiği düşünülebilir. Ama daha da irdelendiğinde *langue*, dil kullanımını yöneten temel kuralları ve ilkeleri anlatır ve Saussure tarafından dilin sistemik niteliğini, örneğin kelimeleri anlam yaratacak şekilde birleştirme düzenimizi ifade etmek için kullanılır. *Parole* ise dilin yüzeyini oluşturan, sesle ilgili ve psikolojik tezahürlerini (konuşma, sözceler ve sesler) anlatır. Bunlar insanların her gün bol bol ürettikleri sayısız konuşma edimidir.

Saussure *parole*'ü oluşturan konuşma olgularının yoğun yüzeyinden ziyade, "heterojen konuşma olguları yığını içerisinde iyi tanımlanmış bir nesne" adını verdiği (Saussure, 1966: 14) *langue*'ın üretici kapasitesiyle ilgileniyordu. *Langue*'ın kritik öğelerinden biri

ilişkisel farklar sistemi olarak anlaşılabiliyor olmasıydı: Bir şey ancak farklı olduğu diğer şeylerle yapısal ilişkisi içinde anlaşılabilir. Dolayısıyla "anlamın olduğu yerde ... yapı vardır" (Pettit, 1975: 3). Örneğin evcil hayvan kategorisi olarak "kedi" ile "köpek", "papağan" ile "ördek" arasında fark olduğunu biliriz. Benzer şekilde, "yeşilin" anlamını "kırmızı", "sarı" ve "maviden" farklılığıyla bir renkler sistemi içinde kavrarız. Benzer şekilde, bir maddi kültür örneği vermek gerekirse, farklı ayakkabı kategorileri olduğunu anlar, bunlara kullanımlarına göre farklı roller biçeriz: tenis ya da koşu için spor ayakkabısı, sokakta giymek için sneaker, resmi ortamlar için siyah kösele, evde rahat giyim için mokasen ve gece yarıları ya da şaşalı davetler için deri ayakkabı. Bir ayakkabı türünü diğerinden farkı sayesinde biliriz; farklı bir rengi, şekli, tabanı vb. vardır. Dolayısıyla Saussure'e geri dönecek olursak, dilimizde kelimelerin bolluğunun eşgüdümünü sağlayan şey bir şeyin anlamının diğerlerinden farkı ya da diğerlerine karşıtlığı üzerinden anlaşıldığı ilişkisel farklar sistemidir. Saussure'ün sözleriyle, *langue* "göstergeler yaratan ayrımların ve birleşim kurallarının bir dökümüdür" (1966: 33).

Göstergeler sistemi Saussure'ün "gösteren" ve "gösterilen" fikirlerine atıfla daha da iyi anlaşılabilir. "Gösterge" bir kavram ve bir ses-imgesi tarafından yaratılan birliktir. Dil sistemi içinde gösterilen (yani kavram) ile gösteren (yani kavrama göndermede bulunan kelime ya da ses-imgesi) arasında bir karşıtlık vardır. Mesela, belli bir flora ya da yeşillik kategorisini bu tür gösterenler yoluyla anlayabiliriz – "ağaç", "çalı" ya da "etli yapraklı" fark etmez, bunlar ayırt edici şekilleri gibi "gösterilen" adı verilen imgeler yoluyla görsel olarak saptanabilir. Açıklayıcı olması adına Saussure bu kavramları ilkin sanki ayrıymış gibi ele alır, ama kültürel anlam edinmek için ancak tek bir göstergenin bileşenleri olarak var olabileceklerini savunur: "iki öğe (gösteren ve gösterilen) birbirine sıkı sıkıya bağlıdır ve biri diğerinden ayrı düşünülemez" (1966: 66). Bu tür göstergeler dilin temel birimleri olarak anlaşılmalıdır. Saussure'e göre, gösterge doğası bakımından kaçınılmaz olarak keyfidir, bu demektir ki bir gösteren ("ağaç", "köpek", "sarı ayakkabı") yaratmak için kullandığımız ses silsilesi keyfidir

ve belli bir topluluğun fertleri tarafından zaman içinde kolektif kullanım yoluyla kabul edilir.

Maddi kültür çalışmacıları açısından Saussure'ün belki de en önemli katkısı –*Dersler*'de başlangıç kabilinden bir telkinde bulunmanın çok da ötesine geçmemiş olmasına karşın– çok daha geniş ölçekte tasavvur edilmiş olan "toplumdaki göstergelerin yaşamını inceleyen bir bilim" önerisidir (1966: 16). Dolayısıyla dilbilim genel "semiyoloji" biliminin sadece bir parçasını oluşturur. Genel semiyoloji biliminin görevi toplumda göstergeler olarak faaliyet gösteren anlam alışverişinin anlaşılmasına katkıda bulunmaktır. Saussure'ün yapısalcı yaklaşımına göre, göstergeler sistemi olarak işlev gösteren temeldeki kodlar, uzlaşımlar ve ilişkiler bu göstergeleri yaratmalıdır. Bu program bir bilim dilinden daha fazlasıdır, semiyolojinin diğer kültür alanlarına uygulanmasıdır. Saussure'ün sözleriyle:

> Dilbilim genel semiyoloji biliminin sadece bir parçasıdır, semiyolojinin keşfettiği yasalar dilbilime uygulanacak ve dilbilim de antropolojik olgular içinde iyi tanımlanmış bir alan oluşturacaktır. Bu işlem dil sorununu netleştirmekten daha fazlasını sağlayacaktır. Âdetleri, gelenek görenekleri vb. göstergeler olarak incelemekle gerçeklere yeni bir ışık tutacağımıza ve bunları bir semiyoloji bilimine dahil edip onun yasalarıyla açıklama ihtiyacına dikkat çekeceğimize inanıyorum. (1966: 16-7)

Dolayısıyla bu tür bir ilkeyi maddi kültür çalışmalarına nasıl uygulayacağımızı düşünürken, maddi nesnelerin ya da şeylerin yalıtık, tekil şeyler olarak değil, daha geniş bir nesne-göstergeler sisteminin parçası olarak görülmesi gerektiğini söyleyebiliriz. Şimdi Saussure'ün toplum ve kültür kuramındaki gelişmeler üzerindeki etkilerinden bazılarını saptamaya başlayabiliriz. Baudrillard'ın tüketim nesneleri hakkındaki proto-yapısalcı eseri *Nesneler Sistemi*'ni (1996) ya da Saussure'cü dilsel buyruğun, nesnelerin az rastlanır bir bolluk içinde var olduğu bir analizi yönlendirdiği Barthes'ın *Moda Sistemi*'ni (1967) ele alalım. Saussure'ün teorisi 20. yüzyıl yapısal antropolojisi, gelişen göstergebilim (semiyotik) alanı (artık Saussure'ün koyduğu "semiyoloji" adı kullanılmamaktadır)

ve bilimsel çalışmalarda (ilişkisel nesneler ve bağlantılı nesneler mefhumunun modern düzen ve akışkanlık sistemlerini anlamak açısından hayati olduğu) yakın döneme ait düzenleme ve teknoloji sistemlerinin açıklanması açısından da önemli içerimlere sahiptir.

Lévi-Strauss: (Maddi) Kültür Kodunu Kırmak

Saussure'ün yapısalcılığının etkilerinin önemli çizgilerinden birini Claude Lévi-Strauss'un antropolojik incelemelerinde görebiliriz. Lévi-Strauss'un genel yaklaşımı yapısalcı teorik şemanın temellerinin atılmasında bilgilendirici ve son derece etkilidir; kendisi bu şemayı antropolojik mit, akrabalık ve bilinç incelemelerine büyük bir entelektüel maharet ve netlikle uygulamıştır. Lévi-Strauss'un analitik modelinin gücü ve hırsı *Mit ve Anlam* (1979) kitabının altbaşlığından anlaşılabilir: "Kültür Kodlarını Kırmak". Bu altbaşlıktan Lévi-Strauss'un eserlerinin hiç de yabana atılmayacak bir hevesle yazıldığını görebiliriz: Altta yatan yasaları açığa çıkarmak ("kodları kırmak") için kültür incelemelerine Saussure'ün geliştirdiği yapısalcı modeli uygulamak.

Öncelikle, Lévi-Strauss'un fikirlerinin fenomenoloji karşıtı olarak görülebileceğini teslim etmemiz gerekiyor. Kendini anlamanın bilimsel anlamaya aykırı olduğuna inanıyordu ve bu yüzden yorumlama ve anlama için öznel bir zeminin var olması gerektiği düşüncesini reddetmişti (bkz. Pettit, 1975). Yapısal yaklaşımın bu kilit ilkesi maddi kültür çalışmalarındaki çoğu çağdaş esere zıt düşer, zira bu eserler –Marksist belirlenimcilik biçimlerine karşı durarak– yapısal üretim ve tüketim ilişkilerinden genel olarak kopartılmış bir anlam alanında bireysel yorum ve anlatıya öncelik verir. Lévi-Strauss ise kilit eserlerinde bir yapısalcı belirlenimcilik çizgisini savunuyordu (Pettit, 1975), yani insan zihninin ifadelerinin günlük hayattaki failler ya da uzman olmayanlar tarafından bilinemeyecek olan dil yasaları ve göstergebilim sistemleri tarafından belirlendiğini söylüyordu.

Lévi-Strauss, zihnin dilsel ifadelerini anlamanın bilimsel bir yolunu sunma amacındaydı: İki felsefeci Haudricourt ve Granai'nin

izinden giderek, bu göstergebilim sistemlerini açığa çıkarmanın Kopernik devrimine ya da fizik bilimlerinde nükleer fiziğin oynadığı devrimci role benzediğine inanıyordu. [1968(1963): 33]. Lévi-Strauss geleneğine bağlı olarak tasavvur edilen yapısal dilbilimi, hakkıyla bilim diye adlandırılabilecek yegâne "toplum bilimi" olabilirdi. Ayrıca sadece dili anlamak için değil, her türlü kültürel iletişim için de söyleyeceği şeyler olacaktı: Konuşmayı konu alan formel dilbilimin haricinde antropoloji, sosyoloji ve psikoloji gibi çeşitli alanlarda da uygulamalara sahip olabilirdi (1968: 31). Buradan hareketle, maddi kültür alanıyla ve çağdaş meta kültürüyle bağlar kurmaya başlayabiliriz. İleri toplumlarda bir meta fazlalığı vardır, ancak metaları ve sahip oldukları iletişim kapasitesini nasıl anlamlandırabiliriz? Bunları anlaşılabilir bir silsile ya da sistem biçiminde bir araya getirebilir miyiz? Lévi-Strauss'un savunduğu bilimsel ve dilsel modelden yararlanarak, metaların anlamını, kültürel iletişim biçimleri olmaları bakımından, sistemli bir düzeyde kavramak mümkün müdür?

Lévi-Strauss *Yaban Düşünce*'de (1966) "ilkellerin" bilimsel pratiklerini araştırır. İlkel düşünceyi, Batı'daki insanların çoğu zaman zannettikleri gibi, geri diye yaftalama girişimlerine (Smith, 2001: 105) direnen Lévi-Strauss, ilkel sınıflandırma ve kültürel düzenleme biçimlerinin Batı toplumlarında "bilim" adını verdiğimiz şeye benzediğini gösterir. Aslında hem pratik hem de entelektüel alanlarda uygulama sahası bulan ilkel düzenleme süreçleri, ileri "bilim" süreçlerine benziyordu. Saussure'ün temel iletişim sistemleri ilkesini aklında tutarak çalışan Lévi-Strauss evrenin sınıflandırma ve taksonomi sistemlerine göre düzenlendiğini savunuyordu. Dolayısıyla sistemli kültürel kurallar ve kodlar, nesnelerin anlamını şekillendirip bir bağlama oturturlar ve nesneler de ancak bu belli bağlamlar içinde anlaşılabilir. Bu yüzden nesnelerin kendilerine has kültürel mekânları vardır.

Örneğin kutsal bir nesne olarak çarmıhı ele alalım. Çarmıhın anlamları ve çağrışımları hakkındaki kültürel bilgilerimizi sıfırlamak mümkün olsaydı, çarmıhı belli açılarla birbirine tutturulmuş iki kazık parçası olarak görebilirdik. Ama eğer Hıristiyanlığın

egemen din olduğu bir ülkede yaşıyorsanız, o zaman birçok insan için çarmıh iki ağaç parçasından çok daha fazlasıdır. Çarmıh, Hıristiyan dinine bağlı olan ve Hıristiyanlığın en önemli hikâyesinin hayati bir öğesine işaret eden büyük bir sembolik anlam taşır. Çarmıh belli kültürel bağlamlarda büyük sembolik güce sahiptir ve bu gücünü dini mitlerin tedavülde oluşundan alır. Bambaşka bir düzlemde –belki de bakış açınıza bağlı olarak din dışı bir alanda– 1970'lerde İngiliz punk alt-kültüründe kullanılan kıyafetleri düşünün. Punk tarzının bir motifi olan çengelli iğneyi ele alalım. Punk tarzından ayrı düşünüldüğünde, çengelli iğne kendi halinde bir nesne gibi görünür, esas işlevi bir kıyafeti geçici olarak, örneğin bir düğme eksik olduğunda ya da bir fermuar bozulduğunda tutturmaktır. Ama punk tarzı sisteminde çengelli iğne normalde olduğundan farklı ortamlarda giyilir, ceket ya da gömleklere tutturulur ve tam da *bağlamı dışında* giyildiği için sembolik güce sahiptir. Hedbige'ın gençlik alt-kültürlerinin göstergeleri kullanma tarzları üzerine klasik incelemesinde dikkat çektiği gibi, punk'ın görsel sunumu uzlaşımları yok etmekten ziyade başka bir yöne saptırır:

> Çengelli iğneler ev içinde "faydalılık" bağlamlarından çıkartılmış ve yanak, kulak ya da dudakta tüyler ürpertici bir ziynet olarak kullanılıyordu. ... Sapkın ve anormal olan daha en baştan değerli görülüyordu. (Hedbige, 1979:107)

Punk alt-kültürü örneğini aklımızda tutarak Lévi-Strauss'a geri dönersek, nesnelerin tam da kendilerine ait bir yere sahip oldukları için sembolik güce sahip olduklarını anlayabiliriz. Dolayısıyla onlara ait olmayan bir yer, bağlamdan kopuk oldukları bir yer de vardır. Kültürel bir yere sahip olmak, Lévi-Strauss'un yapısal dilbilim şemasının saptayabildiği daha geniş bir sınıflandırma şemasının var olduğu anlamına gelir:

> Bunları kutsal yapan kendi yerlerinde olmalarıdır, zira düşüncede bile olsa, yerlerinden çıkartıldıklarında, evrenin tüm düzeni altüst olacaktır. Bu yüzden kutsal nesneler evrende düzenin bekasına kendilerine tahsis edilen yeri işgal ederek katkıda bulunurlar. (Lévi-Strauss, 1966: 10)

Mitik düşüncenin doğasını –sınıflandırmaları, ritüelleri ve tabakaları nasıl oluşturabildiğini– açıklarken Lévi-Strauss "brikolajcı" kavramına başvurmuştu. Lévi-Strauss bu fikri ilk başta bir entelektüel stratejiyi anlatmak için kullanmış olmasına karşın, bu terim insanların maddi nesnelerle nasıl ilişki kurduklarının incelenmesi alanında da (ister kılık kıyafet, ister ev dekorasyonu, ister koleksiyon) geçerliliğe sahiptir. Brikolajcı, maddi sorunları çözmek ya da yeni yapılar yaratmak amacıyla birçok yaratıcı aleti ve stratejiyi bir araya getiren bir tür "amatör tamircidir". Çeşitli inşaat ya da tamir/bozma aşamasında etrafta bulunan malzemelerden yararlanan brikolajcı, eğreti malzemeler çeşitli derecelerde yararlı ya da yararsız olduğunu gösterdiğinden bir görevin her daim değişen gerekliliklerine sürekli yanıt vererek çalışır. Bu açıdan brikolajcının, totemci mesajların doğal dünyanın en basit malzemeleri içinde kodlanmasını ve yeniden kodlanmasını sağlayan bir tür "somutun bilimi" ile iştigal ettiği söylenebilir. Araç maddi nesnelerden geçse de, brikolajcı göstergelerle iş görür.

Brikolajın büyüleyici örneklerinden biri Avustralya'nın kırsal bölgelerinde, yerlilerin "çalı tamiri" örneğinde görülebilir. Bu insanlar yaşadıkları yerin coğrafi yalıtılmışlığından (ve ayrıca ekonomideki marjinal konumundan) ötürü motorlu araçları tamir etmek için profesyonel yardım alamamaktadır. Bu yüzden araba yedek parçası olarak etraftaki çalılıklardan zekice yararlanırlar: Fren balatası yerine tahta parçalarını koyarlar, dalları ikame tekerlek aksı olarak, bumerangları debriyaj plakası, eski gömlekleri uyduruk cam sileceği olarak kullanırlar. Brikolajcı eldeki nesnelerin sabit, insan elinden çıkma doğasıyla sınırlı kalmak yerine, nesneyi akıcı ya da değiştirilebilir bir şey gibi görerek bu tür kısıtlamaları aşar. Lévi-Strauss'un ifade ettiği şekliyle, brikolajcı yapılacak işleri, doğrudan belli hammaddelerin mevcut olup olmamasına bağlamaz, zira brikolajcının araçları belirli bir proje düzeniyle ilintili değildir (1966: 19). Brikolajcı nesneleri çok çeşitli birleşimlerde derleyip toparlar ve kullanır. Bu birleşimler "hiçlikten" çıkıp gelmez, keza o an orada da uydurulmaz: Zaten var olan dil yapılarından türetilir. Böylece nesneler çeşitli birleşimlerde düzenlenebilir, ama zaten var

olan dil yapılarından türetilir. Demek ki brikolajcı dönüşüm sistemlerini hayata geçirmek için pratik-teorik mantıktan yararlanır, yani nesnelerin sınıflandırma ve mübadele sistemleri içinde değişken anlamları olabilir. Dolayısıyla brikolajcı sadece şeyler *ile konuşmaz*, aynı zamanda *şeyler aracılığıyla* konuşur (Lévi-Strauss, 1966: 21).

Lévi-Strauss *Totemism*'de (1962) insani anlam sistemlerinin hayvanlara, gökcisimlerine ve diğer doğal olgulara nasıl bağlandığını kavramak için şeylerin kültürel anlayışlar üretilmesinde aracı olduğu ilkesine başvurur (1966: 135). Antropolog Boas'ın içgörülerinden yola çıkan Lévi-Strauss totem inançlarının benzersiz ya da yalıtık bir sınıflandırma pratiği oluşturmadığını, daha ziyade insanlar ile doğal nesneler arasındaki genel bir ilişkiler alanı dahilinde en iyi şekilde anlaşılacak bir pratik olduğunu savunur. Dolayısıyla totemizmin başlı başına doğayı ya da insanları sınıflandırmakla bir alakası yoktur, daha ziyade temel bağlantısı kültür ve medeniyetin mantıksal düzeniyledir. Böylece totem nesne, mitlerin açıklamak zorunda olduğu bir şey olmaktan ziyade, kültürel mitlerin olguları açıklamasını sağlayan bir araç haline gelir (1966: 95).

Totemizm dünyayı ve onun sistemli örgütlenmesini anlamayı amaçlayan bir kültürel girişimdir. Olguların kültürel yerlerine göre sınıflandırılmalarını sağlar. Bu demektir ki, bitki ve hayvanlara belli tür bir kültürel mesaj sisteminin öğeleri olarak bakılmalıdır; bu sistemin göstergeleri ve imzaları ("mantık") insan faaliyeti tarafından keşfedilmekle kalmaz, aynı zamanda düzenlenir. Bu nesnelerin uğruna kullanıldığı amaçlar basit bir şekilde teknik ya da faydacı amaçlar değildir, kültürel gramerin parçasıdır. Lévi-Strauss'un *Totemism*'in sonlarına doğru (1962: 162) kısa, ama çok alıntılanan ve bilgilendirici olan bir kısımda dikkat çektiği gibi, "doğal türler 'yenilecek şeyler' olduğu için değil, 'düşünülecek şeyler' olduğu için seçilir." Bu içgörüden hareketle Lévi-Strauss'un teorik modelinin temel özelliğinin maddi nesnelerin sadece bariz, faydacı amaçlara hizmet etmek üzere var olmadığı sonucunu çıkarabiliriz. Aslında nesnelerin daha önemli, sembolik rolü insanlara kültürel evrenleri dahilinde anlamlar inşa ve tahsis etme imkânı tanımasıdır. Bu önerme maddi kültür çalışmaları dahilinde bir –belki de *tek*– temel varsayımdır.

Barthes: Burjuva Meta Sembollerin İdeolojik Temelinin Teşhiri

İnsanların kendi dünyalarında bir şeylere anlam vermek ve anlam oluşturmak için nesneleri kullandığı yönünde Lévi-Strauss'un savunduğu ve Batılı olmayan toplumlarda antropolojik araştırma yoluyla geliştirilen ilkenin, birçoğu görünüşte anlamsız, kişisel ve kültürel değeri az olan meta fazlalığının bulunduğu ileri tüketim toplumları için hâlâ geçerli olup olmadığı ilgi çekici bir problemdir. Bu problemle yapısalcı yaklaşımı uygulayarak ilgilenmiş önemli bir yazarı ele alacağız şimdi de. Fransız göstergebilimci Roland Barthes'ın eserleri, kendisi ileri tüketim toplumlardaki maddi kültürün sembolik anlamını sistemli olarak düşünen ilk kişi olduğu için önemlidir. Barthes'ın metalar üzerine çalışması Saussure ve Lévi-Strauss'un yapısalcı programını Marksizmin eleştirel gücüyle heyecan verici tarzda birleştirmişti. Eserleri 20. yüzyılın ileri toplumlarında meta nesnelerin bollaşmasına dair yeni ve ikna edici bir yorum sunmuştu. Fakat bence, malların mitik anlamlarını vurgularken teorik görüşü son noktada, malların tüketicilere sunduğu son derece yüklü şahsi anlamları açıklayamıyor ve dolayısıyla maddi kültürü anlamak için ancak kısmi bir teorik şema sunabilir.

Barthes temel eseri *Söylenceler*'in [1993(1957)] 1970 baskısının önsözünde, kitabın ve daha genel olarak da göstergebilimsel yaklaşımının iki kilit amacından bahseder. İlki, kitle kültürünün ideolojik eleştirisini yapmaktır. Bu eleştiri kitle kültüründeki belli mitolojilere yoğunlaşacaktı, ama kilit nokta Barthes'ın meta nesneye odaklanmasıdır. Barthes burjuva kültürünün mitik niteliğini araştırmanın en iyi yolunun belli nesnelere odaklanmak olduğuna gerçekten inanıyordu. Dolayısıyla nesnelerin anlatacak çok güçlü bir hikâyesi vardır, bir analist (ya da Barthes'ın terimleriyle, bir "mitolog") açısından nesneler burjuva kültürünün yaygın ideolojik mitlerini irdelemekte bir araştırma yolu sunar. Meta nesne bu tür bir analitik hamle için kusursuzdur, çünkü doğal ve şeffaf gözükür ve görünüşte sadece sihirli şekilde "var olur". Ama –bu muhakeme tarzının önceki bölümde anahatlarıyla ortaya serdiğimiz Marx'ın

meta analiziyle benzerliklerini görebiliriz– meta nesne kapitalizmin ideolojik temelinin ayrılmaz bir parçasıydı. Meta nesne kapitalist mitolojinin somutlaşmış haliydi, fakat aynı zamanda akıllıca gizlenmişti; böylece kurtuluş, romans, iktidar ya da zarafet gibi arzu edilen özellikler tüketiciler tarafından bu nesnelere atfedilebiliyordu. Barthes'ın metaların toplumsal ve psikolojik kapasiteleri hakkında bu tür bir fikir öne sürmekle metalar hakkındaki çok teknik –ama soğukkanlı– Marksist analizin çok ötesine geçtiği açıktır.

Söylenceler'in ikinci kilit amacı, kapitalizmin ideolojik sisteminin "dilini" açığa çıkarmak amacıyla semiyolojik analize başvurmak ve böylece Saussure'ün dar şekilde düşünülen dilbilimin ötesine geçecek bir göstergebilimi yaratma yönündeki arzusunu gerçek kılmaktı. Saussure'ün yazılarından ilham alan Barthes bu ideolojik sistemi anlamanın en iyi yolunun, onu bir göstergeler sistemi olarak analiz etmek ve metayı da bu tür ideolojilerin başlıca "taşıyıcılarından" biri olarak görmek olduğunu savunmuştu. Barthes Saussure'ün sıkı yapısalcı metodolojisinin, meta temelli ideolojik sistemin dilsel işleyişini gün yüzüne çıkarıp göstereceğine inanıyordu. Bu metodoloji aynı zamanda "mit" fikri yoluyla, bu işleyişin burjuva kültürlerindeki temellerinin nasıl olup da bir "doğaya" dönüştüğünü, yani doğal, insanın elinin değmediği bir şey olarak gözükebildiğini de ortaya koyacaktı. Barthes ikili görevini ifade ederken kullandığı şu cümlelerle eserinin nihai amacını da özetliyordu: (i) burjuva normlarını put kırıcı bir tavırla açığa çıkarmak ve mahkûm etmek ve (ii) Saussure'ün sıkı bilimsel, yapısal yaklaşımını uygulamak. Barthes'ın bu iki emelini birleştirmek için kullandığı neolojizm, yaklaşımı açısından manidardır: "Gösterge-kırıcılık" (1993: 9).

Söylenceler'de Barthes'ın saiki, çağdaş burjuva kültürünün ideolojik temelini gözler önüne sermekti. Barthes bu ideolojik sistemin tüketimci nesnelerin sahte vaatleri tarafından şekillendirilmiş olduğunu görmüştü. Sıradan, gündelik inançlar, gazeteler, sanat, filmler, reklamlar, tüketim nesneleri hep birlikte gerçekliğe, doğal ve şeffaf şeyleri taklit eden, ancak Barthes'a göre açıkça sahte, aldatıcı ve örtük biçimde ideolojik olan cilalı bir görünüm "giydirir". Eşyanın gündelik, sağduyuya uygun düzeni doğal olmak bir yana, tersine,

ideolojik çıkarları, esasen kapitalist çıkarları gizler. Barthes'ın sürekli tekrarladığı gibi yapmaya çalıştığı şey, "doğal" olanı açığa çıkarmak ve onun tabiatı gereği ve son derecede "tarihsel" olduğunu –kapitalist güçlerce şekillendirilmiş olduğunu- göstermektir:

> Doğa ile Tarih'in her fırsatta birbirine karıştırılmasından rahatsızlık duyuyordum ve kökenleri "söylemeye bile gerek olmayanın" dekoratif sergilenişinde saklı olan ideolojik istismarın izini sürmek istiyordum. (Barthes, 1993: 11)

Barthes kapitalizmin mitleri yaygınlaştırarak özneleri kandırdığını savunuyordu. Bu mitler motorlu taşıtlardan beyaz eşyalara, kriket ya da beyzbol sopası gibi araçlardan ayakkabı ve kıyafetlere kadar sayısız gündelik nesne ve deneyimde cisimleşmiştir. Barthes'ın lügatinde "mit" tam olarak ne anlama geliyordu? Barthes ilkin mitin yanlış yönlendirmeye ve kafa karıştırmaya yol açan bir konuşma türü olduğuna işaret eder. Culler'ın ifade ettiği şekliyle: "Mit, teşhir edilmesi gereken hezeyan demektir" (Culler, 1993: 109). Dolayısıyla Barthes ne kastettiğini mitin bir iletişim ya da mesaj sistemi olduğuna dikkat çekerek netleştirir. Mit bir fiziki nesneden daha fazlası, nesnelere bağlanan bir imleme tarzıdır. (Barthes, 1993: 109). Bu yüzden mit nesnelere belli bir patina ekler, onları özel nitelikler ve yetilerle donatır: Beyzbol yıldızı Joe Di Maggio ya da kriketçi Bradman gibi efsanevi sporcuların sopaları, Hendrix'in gitarı ya da Miles Davis'in trampeti, Ali'nin boks eldivenleri, merhum Presley'nin ikonik beyaz tulumu ya da Monroe'nun bir zamanlar giydiği kıyafet gibi mitik nesneleri düşünün. Dolayısıyla mit eşittir saf madde, artı ideoloji. Barthes miti ikinci düzey bir semiyoloji sistemi olarak adlandırır (1993: 114). Her semiyolojik sistemde ilk düzlem dil, ikinci yüksek düzlem ise mitolojidir ve bu mitoloji aksi durumda sıradan bir nesne olarak görülebilecek olan şeylere dair yorumlarımızı şekillendirerek bir üst-dil işlevi görür. Barthes mitin tarihi defetme –tüketim nesnelerinin üretiminin maddi diyalektiğinden kurtulma ve böylece tarihi doğaya dönüştürme– yeteneğinden ötürü mitolojiye "siyasetten arındırılmış bir konuşma"

biçimi adını verir (1993: 142). Barthes; meta hakkındaki klasik Marksist analize oldukça benzer şekilde meta nesnenin, saadetli bir yalınlığa ve açıklığa sahip gözüktüğünü savunur. Ama mitoloğun yapısalcı araçlarını kullanarak yüzeyi kazıdığımızda, bunların belli mitolojilerin kisvesine bürünerek üretimlerinin vahşi ve sömürgen bağlamını gizlemekten başka bir işe yaramadığını görebiliriz. Tüketim toplumlarında nesneler her zaman siyasidir, fakat nesnelere bir kez mit eklendiğinde nesnelerin siyasi yoğunluğu uçar gider:

> Mit tarihten doğaya geçerken ekonomik düzlemde hareket eder: İnsan edimlerinin karmaşıklığını ortadan kaldırır, bunlara özlerin yalınlığını verir, her türlü diyalektiği, derhal görünür olanın ötesine geçmeyi bir kenara atar, derinlikten yoksun olduğu için çelişkilerden de azade olan bir dünya, tamamen açık ve gün gibi aşikâr bir dünya örgütler, mutluluk verici bir netlik ortaya koyar: Şeyler kendi başlarına bir şey ifade ediyor gözükür. (Barthes, 1993: 143)

Barthes'ın çeşitli kültürel mitler üzerine bir dizi kısa denemeyi bir araya getiren iki bilindik eseri vardır: *Çağdaş Söylenceler* [1993(1957)] ve *Eiffel Kulesi ve Açılış Dersi* (1979). İki eser de Fransa'da çeşitli vesilelerle yayınlanan kültür eleştirisi denemelerini bir araya getirir ve Barthes'ın eleştirel göstergebilimi için aklında olan analiz türüne örnek teşkil eder. Barthes bu eserlerde muazzam çeşitlilikte nesne analiz eder ki, bunların arasında imgeler, metinler, sanat, kent ortamları, ticari ortamlar, olaylar, spor, gıda ve kitaplar da vardır. Barthes'ın metodolojisini anlamak için maddi kültürün çeşitli kalemlerinde cisimleştiğini düşündüğü mitlere dair analizlerinden bazılarına bakmakta yarar var.

Yeni Citroën

Barthes önce, motorlu taşıtlar hakkında genel bir saptama yapar, ama şunu söylerken aklında açıkça yeni Citroën, DS19 (arabanın motoru 1,9 litredir) vardır: "Eskiden büyük gotik katedraller neyse, bugün de arabalar odur" (1993: 88). Barthes bunu derken sınai

meta üretiminin metaları tapınılacak yeni şeyler haline getirdiğini kasteder. Zaten "DS'nin" Fransızcada tanrıça anlamına gelen *Déesse*'nin kısaltması olması da tesadüf değildir. Bu model Parislilerin karşısına ilk kez 1955'te Paris Motor Şovunda çıkmıştı. DS, araba meraklıları ve Fransız hayranları arasında iyi bilinen bir markadır ve yeni, hidropnömatik süspansiyonu ve aerodinamik tasarımından ötürü sık sık övülmektedir (performanstan taviz vermeden bu zamana kadar görülmedik düzeylerde rahatlık sağladığı düşünülmektedir). Barthes Citroën'in üstün bir nesne türü, bize adeta gökten zembille inmiş gibi gözüken bir şey olduğunu yazar. Ayrıca DS19'un doğanın üzerinde yer alan kitlesel üretilmiş bir nesne olduğunu da ekler, çünkü insan üretiminin kusursuzluğu (tasarım, cila, kalite, şekil, büyüklük) ile belirgin bir insan eli değmemişliği birleştirmiştir.

Barthes'a göre, DS19'un kilit estetik çekiciliği göze çarpar pürüzsüzlüğü ve yuvarlak hatlarıdır. Arabanın sınai üretimin kaba güçleriyle toparlanmış bir şeye benzediğini söylemek güçtür. Aslında bir agresiflikten ziyade hafiflik, hız ve zarafet havası vardır. DS19'un ön ve arka camlarındaki geniş kavis; bir ışık, hava ve ferahlık hissi katmaktadır. Barthes bu yeni tasarımı bir değişiklik emaresi olarak görür: Kirli ve kaba üretim yöntemlerini ele veren sınai nesnelerden, davetkâr ve tinsel, artık II. Dünya Savaşı sonrası lüks ev eşyalarının yeni felsefelerine daha uyumlu olan nesnelere kayış söz konusudur. Araba artık rahat ev uzamının bir uzantısı haline gelir. Burada, Barthes evdeki ve iç mekânlardaki rahatlık teknolojilerini hayatın diğer alanlarına yayma amaçlı erken dönem trendi yakalamış olabilir. Bugün mesela kap tutucusu, çiçek vazoları, DVD oynatıcısı, elektrik prizi ve küçük buzdolabı gibi şeylerin motorlu taşıtlara eklenmesi gibi bir moda yok mu? Barthes'ın yeni Citroën'le ilgili analizinin nihai sonucu nedir? Bir tür psikanalitik analiz koyutlar ve arabanın cinsel itkilerin yerini alan yoğun, şehvetli bir arzu nesnesi haline geldiğini savunur: Görme ve dokunma duyuları yoluyla bu teknolojik nesne temellük edilir ve nihayetinde insanların arzularına hizmet edecek şekilde kullanılır.

Barthes'ın Citroën yazısını okuduktan sonra, insan şu soruyu sormadan edemiyor: DS19'un bugünkü muadili ne olabilir? Doğ-

rusu, bu sorunun cevabı ancak kişisel zevklere göre belirlenir, ama birkaç öneride bulunabiliriz: BMW 7 serisinden bir motorlu taşıt, Apple iPod, bir çift Manolo Blahnik ayakkabı, Tiffany'den bir bilezik, Eames'ten sandalye. Hepsi de kendi çapında Barthes'ın Citroën DS19'unun bugün cisimleşmiş hali olarak görülebilir. Elbette, her okur listeye kendi "DS19'unu" ekleyebilir.

Oyuncaklar

Barthes bu yazıda bize çocuk oyuncaklarının bir masumiyet nesnesi, salt fantezi ya da oyun nesnesi olmadığını hatırlatmaya kararlı görünür. Barthes'a göre, oyuncaklar modern yetişkin dünyasının çeşitli ideolojilerini kodlarlar. Birincisi, Barthes oyuncakların –yetişkin dünyasının minyatürleri olarak– çocukları dünyada özerk bir şekilde hareket edebilen benzersiz bir kişi olarak nesnelleştirme imkânı sağladığına dikkat çeker. Oyuncaklar genellikle yetişkin dünyasını küçültülmüş haliyle yeniden ürettiğinden, yetişkinlere çocukları becerileri ve tavırları geliştirilmesi gereken, oyuncaklara da bu yüzden ihtiyaç duyan "küçük yetişkinler" olarak görme imkânı tanır. Böylece oyuncaklar modern dünyanın mit ve ideolojilerini (savaş, ulaşım, bilim, moda ya da saç şekilleri gibi) cisimleştirerek ideolojik bir amaca hizmet ederler. Burada çocuklar için neyin uygun oyuncak olduğu tartışmalarını düşünebiliriz: Küçük kızlar için bir Barbie bebekle oynamak doğru mudur? Küçük bir erkek çocuğu için basmakalıp erkek kodlarıyla yüklü oyuncaklarla (asker, silah, kılıç vb.) oynamak doğru mudur? Barthes oyuncakların kullanıcılarına kendilerini dünya üzerinde nesnel aktörler olarak tanımlamaya başlama imkânı da verdiğini söyler: Yaratıcı değil de "sahip", "kullanıcı" ve "yapan" olarak tanımlanırlar. Böylece –özellikle de oyuncaklar plastikten yapılmışsa– dünyayla doğadan kopuk bir ilişki yaratılmasına yardımcı olur.

Plastik

Bu ilginç bir yazıdır, çünkü Barthes belli bir nesneye ya da nesneler grubuna değil, yazmakta olduğu dönemde her an her yer-

de hazır ve nazır hale gelmeye başlayan bir malzemeye odaklanır: Plastik. Yine bir nesnenin büyüleyiciliğini vurgulayan Barthes plastik için "alelade olmaya rıza gösteren ilk sihirli öz" der (1993: 98). Plastik harika bir nesnedeki tezahüründen ziyade her an her yerde hazır ve nazır olması ve son ürünlerinin kapsamından ötürü büyüleyicidir: "Mücevher de olabilir kova da" (1993: 97). Barthes plastik karşısındaki şaşkınlığımızın, onun gündelik yaşamımızda nasıl bollaştığını görmekten kaynaklandığını söyler. Meseleyi şöyle ifade eder: Plastiğin tek bir kökeni, ama birçok sonucu vardır. Plastik bu nedenden ötürü bize modern üretimin zaferini temsil eden, her yerde mevcut bir malzeme haline gelir.

Ama Barthes'ın tipik mit kırıcılığıyla bakıldığında, plastiğin bir de olumsuz tarafı olmalıdır: Barthes'ın plastik mitinin ötesine geçerek plastiğin gerçekten neyi temsil ettiğini görmemizi sağladığı trajik bir karşı kod. Bu noktada Barthes plastiğin şihrine karşın –sağlamlığı ve uzun ömürlülüğü– ödememiz gereken bedelin, plastiğin, asli değeri (sadece) dayanıklılık olan soğuk, yabancılaştırıcı bir malzemeye dönüşmesi sürecinde saklı olduğunu söyler. Pek de altın gibi hamasi, güzel bir malzeme olduğu söylenemez! Plastiğin nihai trajedisi her an etrafımızda mevcut olmakla, tözler hiyerarşisini neredeyse ortadan kaldırmasıdır. Barthes'a göre, plastikte artık gümüş, altın, alüminyum ya da çinkoya ihtiyacımız yoktur: "Tüm dünya plastikleştirilebilir" (1993: 98).

Barthes'ın analizi dikkate alındığında, cevaben birkaç soru sormak isteyebiliriz. İlkin, plastiğin kitlesel üretimde kullanılan yaygın bir malzeme olarak statüsünü iyice görünür kılacak yüksek statülü nesnelerin yapımında plastikten yararlanmak mümkün müdür? Bunun bir örneğini plastik biçimlerin son derece değerli görülebildiği mobilya ve tasarımda buluyoruz. İkincisi, Barthes'ın dediği gibi tüm dünyanın "plastikleştirildiği" göz önünde tutulursa, bu durum, ahşap gibi yüksek statülü malzemeler adına plastiği değersiz gören karşı-söylemler doğurmayacak mıdır? İyi bir örnek, lüks motorlu araçların üretimidir. Bunların çamurluk ve aksesuarlarında ahşap kaplamaların özgürce kullanılması iç mekânları-

na bir sıcaklık ve kalite hissi katmaktadır. İşin ironik yanı –lüks piyasasının alt kısmında ve statü gösterme amaçlı bazı motorlu araç markalarında– plastik malzeme ceviz ağacı kaplamaları taklit edecek tarzda üretilmektedir. Barthes bunu görse, analiz etmekten gerçekten hazzederdi.

Eyfel Kulesi

Barthes bu yazıda mitolojiler üzerine denemelerde sık kullanılan bir anlatı aygıtından yararlanır: Bir nesnenin her an her yerde hazır ve nazır olması ve mitik niteliğinin paradoksu. Farklı şekilde ifade edecek olursak, bir nesnenin nasıl hem bu kadar sıradan, hem de kültürel açıdan bu kadar güçlü olabildiğini sorar. Paris ikonu Eyfel Kulesi'ni ele aldığı denemesinde bu analitik tarzı benimser. Eyfel Kulesi "oradadır" der Barthes (1979: 3). Tartışılmaz ve dolayısıyla tamamen sıradan bir "olgusallığa" sahiptir: "Bir kaya ya da nehir gibi, anlamı sonsuza dek sorgulanabilecek, ama varlığı tartışılmaz olan bir doğal olgu kadar düz anlamlı, yalındır" (1979: 3). Barthes, Eyfel Kulesi'nin ikonik statüsünü birkaç düzeyde edindiğine dikkat çeker. Eyfel Kulesi Parisliler için bir sembol işlevi görür: Onlara şehrin içinde yön bulma ve hep beraber bir şeye bakma imkânı verir. Metropoldekiler için Eyfel Kulesi bir merkezdir. Dünya için ise evrensel bir seyahat sembolüdür, binlerce turistin çektiği fotoğraflarla yeniden üretilir ve Paris'in sembolik merkezini oluşturan bu yüksek yapıya hayranlık duyabilecek tanıdıklara götürülür. Ayrıca Barthes bu kulenin modernlik, iletişim, bilim ve kozmopolit seyahatin evrensel bir sembolü olduğunu da söyler. Barthes'a göre burada paradoks ve biraz da kaba güldürü niteliği taşıyan–ama nihayetinde kulenin gösterme kapasitesi bakımından hayati olan– şey, onun faydasız bir yapı olmasıdır. Kendi sözleriyle, Eyfel Kulesi bir hiçtir, bir "sıfır abidedir" (1979:7), orada öylece durur. Tamamen işlevsiz olması sonsuz mitolojik anlam için bir paratoner işlevi görme kapasitesiyle ters orantılıdır. Bir "boş gösteren" olarak Eyfel Kulesi anlamları çekmeye daha açıktır.

Baudrillard'ın Tüketim Nesnelerine İlişkin Yapısal Analizi

Baudrillard 1960'ların sonu, 1970'lerin başında kariyerinin ilk döneminde yazdığı yazılarda esasen o dönemin genişleyen tüketim toplumuyla ve Marksizmin tüketim nesnelerinin istisnai bir bolluğa eriştiği bir toplumu anlamak için uygulanabilir bir çerçeve sunup sunamayacağıyla ilgileniyordu. Lévi-Strauss'un yapısalcı vizyonundan ve Saussure'ün dilbilimsel modelinin öncül büyük arzularından, Barthes'ın günlük hayattaki nesnelerde cisimleşen mitolojiler üzerine çalışmalarından ve ayrıca (daha dolaylı olarak) eleştirel teorinin metalaşma yazılarından ilham alan Barthes ilk iki kitabında [*Nesneler Sistemi*, 1996(1968) ve *Tüketim Toplumu*, 1998(1970)] 20. yüzyılın ikinci yarısında Batı kültürlerini tanımlamaya başlayan tüketim, maddi kültür ve tüketim kültürleriyle alakalı önemli soruları doğrudan ele almıştı. Baudrillard'ın son dönem yazıları hakkında ne düşünürsek düşünelim, ilk iki kitabı Baudrillard külliyatı içinde özel bir yere sahiptir. Rex Butler'ın dikkat çektiği gibi (1999: 5), bu kitaplar ve hemen ardından gelen iki kitap doğrudan sosyolojik nitelikteydi: Baudrillard'ın 1977 sonrasında yayınladıklarıyla karşılaştırıldığında, "gözlemci, ampirik, bilinseldiler". Bu eserler maddi kültür çalışmaları yapanlar için son derece önemlidir ve hem erişilebilir ve karmaşık hem de parlak ve karanlıktır. Bunları okumak Marksizm ile eleştirel teoriyi, yapısal göstergebilim ile psikanalizi birleştirmeyi amaçlayan yorucu bir seyahat olabilir. Gel gelelim Baudrillard bolluk, aşırılık, anlamlama ve yapı ile bağlantılı sorunlarla boğuşmayı tercih ettiğinden, bu eserler tüketim toplumlarında maddi kültür hakkındaki en ilginç ve değerli incelemelerden biri mahiyetindedir.

Baudrillard'ın maddi kültür hakkında söylediklerine bakalım. Bu ilk eserlerinde Baudrillard'ın amacı tüketim hakkında tüketim merkezli olmaktan çok nesne merkezli olan sistemli bir inceleme yapmaktır (belki de buna "tüketim sosyolojisi" adını verecek kadar ileri gidebiliriz). Baudrillard yapısalcı hedeflere uygun olarak, çağdaş maddi kültürün "mimarisi" hakkında, yani anlamlar ve

kodlarla ilgili genel bir yapıya nasıl uyduğuna ilişkin bir analize girişmeye çalışır. Bu kararlı yapısalcılığın olumsuz yanı, Baudrillard'ın analizinin öznelerin söylev ve pratiklerini göz ardı etmesi anlamında görece failsiz olmasıdır. Ama Baudrillard'ın yaklaşımı maddi kültür çalışmalarındaki temel özelliklerden biriyle tutarlıdır: Bizatihi nesneleri incelemek.

Baudrillard'ın nesne analizi güçlü bir yapısalcı tekniği eleştirel teorinin güncelleştirilmiş bir versiyonuyla birleştirir. Peşine düştüğü amaç Lévi-Strauss'çu gelenek açısından bile iddialıdır: Genel bir iletişimsel davranış teorisine nesneleri de katmaktan azına razı değildir. Baudrillard analizinde tüketimi ciddiye almaya kararlıdır. Tüketimi özerk bir şekilde, bireysel ihtiyaçların peşinde koştuğumuz ve bunları karşıladığımız bir alan olarak görmek yerine, onu sınıf, statü ve itibar gibi toplumsal güçlerin ölçüldüğü ve sergilendiği önemli bir toplumsal kurum olarak görmek gerektiğini söyler. Bu bakımdan, Baudrillard'ın eseri 1980-90'larda tüketim üzerine yazılmış postmodern külliyatın önemli bir öncülüdür ve Bourdieu'nün *La Distinction*'unun (biraz eksantrik) bir tamamlayıcısı olarak görülebilir. Baudrillard'ın analizinin gerisinde iki ilke vardır: (i) Tüketim ediminin indirgenemeyen unsuru olarak nesnelere odaklanma ve (ii) nesneleri kullanım-değeri ya da mübadele-değeri olarak değil, sembolik değere sahip şeyler olarak kavramlaştırma. Baudrillard'ın ilk aksiyomunun terimleriyle düşündüğümüzde, benimsediği hedef maddi kültür çalışmalarında güçlü bir program geliştirilmesiyle tutarlıdır: Nesneler "toplumsal davranışın genel yapısındaki" yerleri üzerinden tanımlanmalıdır (1981: 35). Baudrillard sosyoloji açısından gerçek bir nesne teorisinin önemli olduğunu, ama nesnelerin bu zamana kadar "sosyolojik araştırmada figüran rolünde" olduğunu belirtir (1981: 34). Ayrıca sosyolojinin toplumsal aidiyetin işaretleri olarak nesneleri inceleme görevi sadece başlangıçtır ve nesneleri küresel bir çevre yapısı için temel olarak görme noktasında çok daha hayati yere sahiptir (1981: 35). Dolayısıyla temel kaygısı insanlar ile nesneler arasında var olan süreçler ve bunlardan doğan davranış ve ilişki sistemleridir. Lévi-Strauss geleneğindeki güçlü kültürel duyarlılığı çağrıştıracak

şekilde, nesnelerin sürekli olarak teknolojik yapılarından ikincil anlamlara, teknolojik sistemden bir kültürel sisteme doğru hareket halinde olduklarını iddia eder (Baudrillard, 1996: 8).

Baudrillard'ın ikinci aksiyomu tüm nesnelerin kullanım ya da mübadele değerlerinden ziyade, gösterge değerleri üzerinden incelenmesi gerektiğidir. Nesneler pekâlâ pragmatik, faydacı bir bileşene sahip olabilir (gerçi Baudrillard bunu "ampirist bir hipotez" diye başından savar), ama bunu pek önemi olmayan bir pratik "garanti"den öte görmemek gerekir (1981: 29). Nesnelerin sembolik değeri çok daha önemlidir. Baudrillard şöyle yazar: "Nesneler asla sergiledikleri işlevlerle sınırlı değildir" (1981: 32), yani nesneler, her şeyden öte, sınıf, statü ve itibarla ilgili sembolik işaretler olarak işlev gösterir. Dolayısıyla Baudrillard'ın Marksizme nasıl tüketim yönelimli bir yaklaşım kazandırdığını görmeye başlayabiliriz. Aslında diğer Marksist yorumların aksine, Baudrillard çağdaş kapitalizmi ancak *üretimin karşıtını* inceleyerek anlayabileceğimiz gibi radikal bir önermede bulunur. Doğru bir nesne teorisinin toplumsal "yükümlülüğü" (statü ve prestijin sembolik düzeyde sergilenişini kasteder) ve toplumsal anlamlamayı dikkate alması gerekir: Gösteren olarak nesneler toplumsal iktidar ilişkilerinin yeniden üretiminde kayda değer rol oynar. Bir nesneyi tüketmek bir kültürel göstergeler sistemiyle ilişki kurmaktır: "Sosyolojik bir 'tüketim' analizi için temel kavramsal hipotez, kullanım değeri ya da ihtiyaçlarla ilişki *değil*, *sembolik* mübadele değeri, yani toplumsal yükümlülüğün, rekabetin ve nihayetinde sınıf ayrımlarının değeridir" (Baudrillard, 1981: 30). Bunlar güçlü kanaatlerdir, ama Baudrillard'ın daha sosyolojik nitelikteki bu ilk yazılarından nihayetinde kopmuş olmasının tohumları da burada saklıdır. Baudrillard nesnelerin kültürel itibar ve gösteriş sistemlerindeki gösterge değerlerini bağnazca vurgulayarak analizini yeni ortaya çıkan post-yapısal eleştirilerin ardından somut revizyona açık hale getirmişti ki, bu eleştiriler Baudrillard'ın modelinin görünüşte temelini oluşturan gösterge ile gösteren arasındaki ilişkiyi paramparça edecekti.

Baudrillard; *Nesneler Sistemi*'nde (1996) modern tüketici yurttaşı, kimliklerinin ayrılmaz bir parçası olarak göstergelerle oynayan biri olarak tanımlar. Bunun en büyük kanıtını modern nesnelerin

"liberalleşme" sürecinden geçtiği iç tasarım alanında gördüğümüzü söyler. Soy sop, dini ve ahlaki doğruluk ya da özel kültürel eğitim gibi ahlaki kısıtlamaların gereklerine sembolik olarak hizmet etmesi gerekmeyen ev içi mekân artık sakinlerinin isteklerini temsil etmekte özgürdür: "Eski mobilyaların özü ve biçimi son derece serbest bir işlev oyunu adına tamamen terk edilmiştir" (1996: 21). Modern yaşam alanları ve bunların içindeki nesneler ahlaki nitelikleri nedeniyle değil, istenen ambiyans, tasarım ve atmosferle ilgili sorunlardan ötürü sorunludur: Örneğin havadarlık, sıcaklık, renk, kendiliğindenlik, düzen (1996: 30). Baudrillard camın havadarlık, şeffaflık, parlaklık, özgürlük ve kesintisiz görüş imkânı sağlaması gibi nedenlerle modern çağda *mükemmel dekorun* ifadesi olduğunu savunur. Nesnelerle ve malzemelerle bu ilişkinin geniş anlamı Baudrillard'a göre modern ev sahibinin bir tür sembolik teknisyen (nesnelere hükmeden, kontrol altına alan ve bunları düzenleyen biri) haline gelmiş olmasıdır. Dolayısıyla tüketim, nesneleri bütünlüklü bir anlamlandırıcı doku haline getirmekle alakalıdır:

> Tüketim gücül düzeyde, her an tüm nesneler ve mesajların katkısıyla oluşturulan az ya da çok uyumlu bir söylevdir. Tüketim, olsa olsa göstergeleri sistemli bir şekilde güdümleme biçimi olarak tanımlanabilir. (Baudrillard, *Nesneler Sistemi*, s. 241)

Baudrillard geliştirdiği maddi kültür teorisine "nesne göstergeler" teorisi adını verir. Saussure'ün *langue* ve *parole* modelini her tüketim nesnesinin daha geniş bir nesne dili sisteminin parçası olarak görülmesi gerektiğini göstermek üzere yeniden ele alan Baudrillard, tüketimin bir mübadele, farklılık ve anlamlama sistemi olarak statüsü tarafından, yani "genelleşmiş gösterge mübadelesi" (1981: 87) aracılığıyla tanımlandığını savunur: Baudrillard çağdaş gösterge-değeri mantığına ilerleyen evrimi göstermek için dört aşamalı bir tarihsel model geliştirir. Bu aşamalar şunlardır:

1. *İşlevsel mantık* adı verilen fayda mantığı. Bir nesnenin işlevsel bir ihtiyacı görme kapasitesine işaret eder. Marx'ın kullanım değeri kavramına denk düşer. Örneğin tükenmezkalemin amacı yazmaktır, motorlu taşıtların "A noktasından

B noktasına götürmek", fincanın sıvıları tutmak, sandalyenin ise kişinin dik pozisyonda oturmasını sağlamak.

2. *Mübadele değeri* adı verilen piyasanın mantığı. Bu bir nesnenin değeri ölçme kapasitesine işaret eder. Mesela bir tükenmezkalem değeri bakımından kabaca bir portakala, bir bilgisayar bir aylık maaşa ve bir çeyrek altın birkaç dolara denk olabilir. Piyasa ekonomisinde trampa görece marjinal bir faaliyettir, zira evrensel değeri ölçmenin aracı olarak paradan yararlanırız.
3. *Sembolik mübadele değeri* adı verilen hediye mantığı. Bu da bir nesnenin özneyle ilişkili olarak sahip olduğu değeri anlatır. Örneğin bir pırlanta yüzük birine duyulan sevgi ve bağlılığı simgelemesi için verilen bir hediyedir, bir buket kırmızı gül aşk hislerini simgelerken, bir şişe şampanya ise başarı ya da tebrik simgesidir.
4. *Gösterge değeri* adı verilen statü mantığı. Burada değer semboliktir ve bu nedenden ötürü içsel olarak ilişkilidir. Bu demektir ki bir nesne, ancak karşılaştırma için kullanılacak başka nesnelerle ilişki içinde değere sahiptir. Örneğin bir Mercedes statü değeri bakımından kabaca aynı ebatta bir BMW'ye denk olabilir, ama ikisinin de statüsü bir Chrysler, Honda ve Hyundai'den daha yukarıdadır. Mont Blanc kalemle yazmak başarı işareti ya da başarı hevesinin işareti olabilir ve sıradan bir tükenmezkalemden daha yüksek statüye sahip olması muhtemeldir. Bir sanat baskısının imzalı, sınırlı bir edisyonuna sahip olmak bir afişten daha yüksek bir statüye sahip olacaktır. Rolex saatin Seiko'dan daha yüksek statüye sahip olarak görülmesi muhtemeldir. Baudrillard'ın görüşüne karşı çıkmak adına, kültürel ürünlerin değerlendirilmesinde ironiden giderek daha fazla yararlanılması, *kitsch*'in artan popülerliği ve punk ve trash kültürlerinin kapsayıcılığı gibi kültürel pratikler statü değerinin bu hiyerarşik mantığıyla belli ölçüde çatışmaktadır. Bu sayede bazı çevrelerde ucuz, sakil ya da çerçöp sayılan şeylerin en yüksek sembolik değere sahip olması mümkündür.

Baudrillard'ın burada ele alınan eserleri genellikle en somut, ampirik ve doğrudan sosyolojik eserleri olarak görülür. Bunlar çok geleneksel nitelikte kayda değer bir entelektüel çabanın ürünüdür. Akabinde simülasyon ve hipergerçeklik üzerine çalışmalar, postmodern gezi günlüğü *Amerika* dahil olmak üzere bir dizi otobiyografik tefekkür ve Körfez Savaşı ile Prenses Diana'nın ikonografisi gibi popüler siyasal ve kültürel konular üzerine bazı eserler gelir. Bu eserlerde Baudrillard'ın ilk eserlerinde görülen analitik ve siyasi kavrayışın yerini eleştirel bilincin bir tür mütevekkil düzleştirilmesi almıştır. Bryan Turner'ın dikkat çektiği gibi, Baudrillard'ın yazıları "postmodern kültüre karşıt eleştirel bir tarz üretmekten ziyade aktarmak istediği koşulu taklit eder" (1993: 85). Bu kabullenmişlik havası Baudrillard'ın sonraki eserleri açısından tipik olmakla birlikte, burada bahsi geçen eserler için aynısı geçerli değildir. Marksistler açısından Baudrillard'ın yazıları –entelektüel açıdan disiplinli ilk eserleri bile– çağdaş Marksizmin ikna edici bir gelişimi olmayı başaramaz. Avrupa kıtasındaki teori ve kültür incelemelerinden gelen bazı yenilikleri sahiplenmesi daha muhtemel olan sosyologlar için Baudrillard'ın eserleri kışkırtıcı, manidar ve değerlidir. Burada en önemli soru, Baudrillard'la birlikte simülasyon ve simülakrların kendi kendine göndermeli dünyasına ne kadar girmek istediğinizdir.

Hedbige ve Alt-Kültürel Moda Kodları

Nesnelere yapısal yaklaşımdaki güçlü ilkelerden biri iç bütünlük, ilişkililik ve göstergebilimsel düzeni vurgular. Bu ilkenin doğal sonucu, her türlü tekil nesnenin gösterme kapasitesini daha geniş bir söylemsel alan dahilinde diğer nesnelerle ilişkisel farklılığı sayesinde edindiğidir. Lévi-Strauss'un dediği gibi, nesnelerin yeri vardır. Bunların yerini bilmenin yollarından biri ne zaman yerinin dışında (yersiz) olduklarını, göstergebilimsel düzenin ne zaman ihlal edildiğini görmektir. Dolayısıyla "yerinin dışında" (yersiz) olmak –dolayısıyla göstergebilimsel bütünlüğü ve şeylerin "doğal düzenini" bozmak– bir nesneye kültürel gücünü kazandırır. Hedbige'in

(1979) gençlik alt- kültürlerine dair analizi kültürün bu temel önermesini çok canlı şekilde göstermektedir.

Hedbige bu analizde iki sorunu ele alır. Birincisi, alt-kültür gruplarının içinde çeşitli gösterenler (örneğin kıyafet, benlik sunumu, müzik tercihleri ve diğer çeşitli aksesuarlar) yoluyla anlam yaratma nasıl sağlanmaktadır? İkincisi, alt-kültürler (özellikle de punk) "düzensizliğe" duyulan merkezi bir inanç etrafında nasıl toplanabilir? Hedbige "stili" alt-kültür gruplarının bir tür kültürel cephaneliği olarak görür ve hem grup içindeki üyeler hem de "düzgün" (*straight*) ya da geleneksel kültüre mensup genel kitle için işlev gösteren bir "niyet iletişimi" tekniği olarak kavramlaştırır. "Alt-kültür stili" kişinin benlik sunumunu oluşturan özellikler bütününü anlatır. Hedbige'in ele aldığı alt-kültür grupları (esasen müzik ve moda etrafında kümelenen gençlik alt-kültürleri) için stil; kıyafet, dans, argo, müzik tercihi, saç rengi ve tarzı ile tarak, bilezik, küpe ya da saat kösteği gibi aksesuarların "empatik bileşimidir". Hedbige'a göre, alt-kültür stilini anlamak için, daha bilinçsiz şekilde oluşturulduğunu düşündüğü geleneksel tarzdan farklı olarak bu stilin kasıtlı, bilinçli oluşturulduğunu görmek gerekir. Örneğin punk tarzı drama ve gösteri ilkelerine göre oluşmuştur. "Düzgün" ya da kitle tarzının karşıt kültürel kodlar ve pratiklerden yararlandığı düşünülür. Bu anlamda, o da bir tür niyet iletişimidir, ama iletişimsel niyet "münasip", "mütevazı" ve "yerli yerinde" olmalıdır. Egemen kültürel söylemler bizi düzgün ya da geleneksel tarzı belli bir şekilde göremeye iter; ideolojik kod ve sembollerin belli bir toplamı üzerinden değil de, tamamen doğal ve Barthes'ın kastettiği anlamda "tarihsiz" bir şey –ideolojisiz bir şey– olarak görmeye teşvik eder. Düzgün tarzı kişinin benliğini sunmanın *tek* "doğal" yolu olarak gören bu görüş elbette açıkça yanlıştır.

Alt-kültürel iletişimin gücü "düzgün" tarzın sembolik gramerinden stratejik olarak yararlanmasından ve çeşitli incelikli yollarla vb. onun altını oyabiliyor olmasından gelmektedir. Hedbige, burada Saussure'cü bir muhakeme çizgisini takip eder ve ayrıca kültürel iktidar ve toplumsal katmanlaşmaya duyduğu ilgiyi de katarak, her türlü bileşimin bir iç farklılıklar sistemi içinde yere

sahip olduğunu ve her kültürel farklılaşmanın kılık kıyafetle ilgili "geleneksel" söylem tarzı karşısında belli bir konum alması gerektiğini söyler. Göz kamaştırıcı alt-kültürlerin açıkça yapmacık olan bir görsel bütünü olduğunu, benlik sunumunun geleneksel kurallarını bilinçli olarak *kullanarak ve kötüye kullanarak* kendisi için sembolik güç biriktirdiğini savunur. Bu anlamda, göz kamaştırıcı alt-kültürler "nesneler dünyasını yeni ve gizliden muhalif okumalara" tabi tutarak doğayla zıtlaşırlar (1979: 102). Lévi-Strauss'un "dönüşüm sistemleri" adı verilen bir süreç yoluyla nesnelerin anlamlarını sürekli değiştirdiğini ve genişlettiğini söylediği brikolajcı fikrinden yararlanarak, alt-kültür üyelerinin nesnelerin anlamlarını farklı bir bağlama yerleştirmek suretiyle dönüştüren bir tür brikolajcı olduklarını söyler. Burada, dada ve gerçeküstücülük de dahil olmak üzere 20. yüzyılın başındaki önemli sanat hareketleriyle benzerlikler görebiliriz. Duchamp, Dali, Breton ve Ernst gibi sanatçılar, gündelik hayattaki nesneleri bağlamından *kopartarak* ve *yeniden* bağlamsallaştırarak nesnelerle ve bunların kendilerine has kültürel yerleriyle oynamışlardı. Örneğin Duchamp bir bisiklet tekerleğini, imzalı bir idrar kabını, bir kar küreğini, şişe rafını ve bir yan sehpayı sanat olarak sunmuştu. İnsanın burada sorma ihtiyacı duyduğu önemli soru, "buna sanat denir mi?" olacaktır. Ayrıca tanımlayıcı bir yorum teorisini sarfınazar edersek, sanatı yaratan nedir diye de sorulabilir. Saussure ve Lévi-Strauss'un eserlerinden yararlanan bir göstergebilimci, Duchamp'ın toplama nesnelerle oluşturduğu hazır heykellerinin neden kültürel açıdan bu kadar kışkırtıcı görüldüğünü açıklayabilir.

Hedbige'in analizinin verileri, esasen 1960 ve 70'lerde Britanya'daki çeşitli gençlik alt-kültürlerinin kullandığı malzemelerin yakından incelenişiyle elde edilmiştir. Mod ve –özellikle de– punk değerlendirmeleri maddi kültür hakkındaki göstergebilimsel yaklaşımları anlamak bakımından büyük önem taşır. Mod gençliği [ayrıca Cohen'in (1972) *Folk Devils and Moral Panics* kitabına bakınız] metaları öyle bir simgesel toplam içinde bir araya getiriyordu ki nesnelerin özgün, "düzgün" anlamları ya siliniyor ya da değişime uğruyordu. Küçük motosiklet (motorlu skuter) Hedbi-

ge'in ele aldığı önemli bir örnektir. Skuter esasen gençlerin ve işçi sınıfının şehir içi ulaşım ihtiyaçlarına elverişli bir yanıttı, ama Mod gençliği tarafından "grup dayanışmasının tehditkâr bir sembolüne" dönüştürülmüştü. Mod gençliği bu makineleri çeşitli dekorasyonlar ve araçlarla kişiselleştirip fetişleştiriyor, ve düşük motorlu – ama ekonomik ve çevresel açıdan akılcı– bir küçük taşıt olan şeyin zahiri "tehdit katsayısını" artıracak şekilde bunları çoğu zaman gruplar halinde kullanıyorlardı (Hedbige, 1979: 104). Mod gençliği orta sınıf iş dünyasının takım elbise, yakalı gömlek, kravat ve kısa saç gibi geleneksel nişanlarını da kendine mal etmiş, ama bunların anlamını boşaltarak boş fetişlere dönüştürmüştü: "Nesneler başlı başına bir değer olarak görülmeli, arzulanmalı ve sevilmelidir" (1979: 105). Dünyadaki bazı pazarlarda, Mod gençliğinin değerli gördüğü markaların da kendi dönüşüm sürecini yaşıyor olması ironiktir. Bunun büyük örneklerinden biri, gömlek markaları Fred Perry ve Ben Sherman'dır. İkisi de "eski ekol" Londra tarzı giyim markası olup, 1960'larda Mod gençliği tarafından o kadar tercih edilmiştir ki gardıroplarının ikonik bir parçası haline gelmiştir. Bugünlerde iki marka da Mod için popülerliğini korumaktadır, ama ana akım piyasalara da yayılmıştır. İkilem şudur: Mod'un "eski ekol" yorumu ile bu markanın yeni, ana akım pazarlara yayılması nasıl uzlaştırılabilir? Bu hem markalar için sorundur (zira eski müşterilerinin sadakatini korumak, ama diğer yandan da yeni pazarlara açılmak isteler), hem de markanın meraklıları için bir sorundur (zira eski marka kesinliklerine duygusal bağlılıklarını sürdürmek isterler). Çözümün bir ayağı, gömlek üretiminin farklı pazarlara göre farklılaştığının görülmesinden geçiyor: Benzersiz şekiller (başlangıçtaki tasarım, sonra üretilenlere kıyasla, daha vücuda oturan "dar kesim" tarzdır), çeşitli renk ve modeller (yeni modeller geleneksel ekose ya da çizgileri olan ana akım beğenilere hitap etmektedir) söz konusudur. Bazı tüketicilere göre, üretimde böyle bir değişim markanın aura'sını kaybetmesine yol açabilir.

"Kolaj estetiğini" en açık şekliyle punk alt-kültüründe görüyoruz. Hedbige punk estetiğinin anlamları yeniden düzenleyip sahiplenerek altüst ettiğini gösterir. Bunun "kesme biçmelerden" yarar-

lanarak nasıl gerçekleştirildiğini tarif eder. Bu süreç en sıradan ve basit nesnelerin "doğal" bağlamlarının "inşa edilmiş" bağlamlarla parçalanmasına dayanan yeniden bağlamsallaştırma yoluyla güçlü ve yeni bir anlam edinmesine olanak tanır. Nasıl ki geleneksel kıyafet standartlarının iç bütünlüğe sahip "doğallığı" (buna "homolojik bütünlük" adı verilmiştir) sembolik otorite sağlamışsa, punk tarzı da bunun tam karşıtlarını ifade ederek –ve böylece "sapkın ve anormal olanı içsel olarak değerli görerek" (Hedbige, 1979: 107)– güç edinmişti. Punk'ın geleneksel tarzın karşısına çıkardığı ikili karşıtlıklardan bazıları (Hedbige'in "üst" söylevinden başlayarak) aşağıda sıralanmıştır:

doğal	yapılandırılmış
geleneksel	geleneksel olmayan
cinsel açıdan saygın	cinsel açıdan sapkın
münasip	bağlamdan kopuk
incelikli	cırlak
sessiz	gürültülü
yumuşak	keskin
zevkli	kitsch/uygunsuz
profesyonel	amatör
ahenk	kakofoni
düzen	kaos

Punk tarzının ikili karşıtlık oluşturan kodları (Hedbige, 1979'dan hareketle)

Maddi Kültüre Yapısal Yaklaşım Üzerine Değerlendirme

Yapısal perspektifi değerlendirmeye geçmeden önce, maddi kültüre yapısal ve göstergebilimsel izahın genel özelliklerinin özetine bir bakalım:

- Maddi kültüre yapısal yaklaşımın temel ilkesi, her nesnenin anlamını başka bir nesneyle göstergebilimsel ilişki içinde edindiğidir. Yani nesneler *ilişkisel* ve *bağlamsallaşmış*

anlamlara sahiptir. Saussure'ün yapısal dilbilimdeki çığır açıcı eseri bunu kabul ettirmiştir. Dolayısıyla bir nesnenin anlamını diğer nesnelerden *farklılığı* bağlamında *okuyarak* anlayabiliriz. Örneğin Ford marka bir motorlu araç büyüklük, şekil, kalite, marka çağrışımı vb. üzerinden diğer motorlu araçlardan ayrılabilir. Mesele şu ki, "Ford" marka bir motorlu aracın ne olduğunu ancak diğer motorlu araç türlerine kıyasla farklarını nasıl algıladığımıza göre biliriz.

- Yapısal gelenek, analistlerin maddi kültürün söz (parole) düzleminden ziyade dil (langue) düzlemini incelemesini önermektedir. Bu öneri Saussure'ün dilin yüzeyi (*parole*) ile derin, üretici yapısı (*langue*) arasındaki ayrımdan yararlanmaktadır. Yapısalcılara göre, ancak bu *langue* öğelerini inceleyerek kültürün üretici güçlerini anlamaya başlayabiliriz.
- Yapısalcılığın kökenleri Saussure'ün yapısal dilbilim teorisinde saklıdır, ama Saussure'ün belirttiği gibi, kültürün başka boyutları da "dile benzer" niteliklere sahiptir; bunların kodlar, anlatılar ve sembollerle bağlantılı kendi iç, sistemik yapıları vardır. Dolayısıyla kültürün ya da genel olarak toplumsal yaşamın herhangi bir boyutu, örneğin yiyecek, giyecek, alkollü içecekler, çevre vs sistem içindeki bağlantıları açısından bu minvalde incelenebilir. Brikolaj pratiği ve "düşünme kaynakları" olarak nesneler hakkında yazmış olan Lévi-Strauss bu ilkenin güçlü bir savunucusuydu. Tüketim kültürleri bağlamında bu fikir ilk kez ve belki de en iyi şekilde Roland Barthes tarafından etkili çalışması *Çağdaş Söylenceler*'de (1993) geliştirilmişti.

Yapısalcılık ve göstergebilim hangi ölçüde maddi kültürü anlamak için uygulanabilir teorik kaynaklar sunmaktadır? Bu teorik modelleri destekleyici mahiyette aşağıdaki görüşler dile getirilebilir:

- Bu yaklaşımın kilit özelliği kültür incelemelerine "güçlü" ya da "özerk" bir yaklaşım sunmasıdır (Alexander, 2003). Yani bu yaklaşım günlük yorumlarımızı ve eylemlerimizi şekillendiren kodları ve sembolleri teşrih etmeye çalışırken kültür pratiklerini ve süreçlerini açıklamada materyalist,

ekonomik ya da diğer dışsal etkenlere yaslanmak zorunda değildir. Daha ziyade, kültür günlük yaşamın tüm veçhelerine (ister eşitsizlik, ister aile yaşamı, ister ilişkiler, ister moda, ister eğitim olsun) sinmiş bir şeydir. Yaşamlarımızın tüm veçheleri kültür sistemlerine bir şey borçludur. Bunu bize anlatılar, kodlar ve semboller biçiminde anlamak için kaynaklar sunan yapısalcı entelektüelin alet takımı gayet zengindir (Bunlar, hep "son kerteden" bahseden materyalist argümanlardan ya da sınıf ve toplumsal cinsiyetin olumsallıklarından ayrı bir şekilde kavramsallaştırılabilir). Eşitsizlik ya da toplumsal farklılık diye bir şey yoktur demez, sadece bu tür boyutları ancak bunları şekillendiren kültürel kodları ve süreçleri açığa çıkardığımızda tam olarak anlayabileceğimizi savunur.

- Bu vurgunun doğal sonuçlarından biri göstergebilimin kültür araştırmacılarına kültürün farklı veçhelerini analiz etmek için bir tür yöntemsel ve kavramsal alet takımı sunmasıdır. Sonraki biçimiyle bu yaklaşımın kuvvetli yanı anlamayla ilgili öğelerin ("hermenötik") kültürel yapı öğeleriyle kaynaşmasındadır, böylece analistler anlam ile yapı sorunları arasında gezinebilirler.

Aşağıdaki görüşler göstergebilimsel, yapısal yaklaşıma yönelik yaygın eleştirilerdir:

- Yapısal yaklaşımın, özellikle de Saussure, Lévi-Strauss ve Barthes'ın savunduğu daha saf biçiminin en önemli potansiyel kusuru, faillerin ve sağladıkları aracılık sorununu dikkate almamış olmasıdır. Bu yüzden, Lévi-Strauss ve Barthes gibi kültür ve kültürel şeyler konusunda usta yazarlar olan isimlerin yorumlarını takdir edebiliriz etmesine, ama nihayetinde –belli bir ölçüde– onların çoğu zaman faillerin kendi açıklama veya yorumlarına ters düşen değerlendirmelerine güvenmek zorundayızdır. Örneğin Barthes, insanların Citroën'i çağdaş bir gotik katedral gibi gördüklerini ve bunun küçük burjuva sınıfının nihai ilerleme sembolü olduğunu söyler. Sosyal bilimler açısından bakıldığında, bunu en iyim-

ser yaklaşımla akla yatkın (ama biraz cüretkâr) bir tez; en kötü şekliyle ise uçuk bir edebi spekülasyon olarak görebiliriz. Benzer şekilde, Barthes'ın bahsini ettiği Eyfel Kulesi gibi bir ikonik mimari yapının ya da iş oraya geldiyse, Golden Gate Köprüsü'nün ya da Sydney Opera Binası'nın insanlar açısından gerçek anlamı nedir? Kültür çalışmalarının bazı versiyonlarında gerçeklikten ve faillerin seslerinden ve zihinlerinden kopuk bu tür teoriler son derece soyut ve verimsiz bir hale gelebiliyorlar. Ünlü yazarların nesnelerle ve onların yeriyle ilgili virtüözce yaptıkları okumaların bu sapkın sorgulanışı, kimileri tarafından kuramsal kötü niyet olarak görülebilir. Bu sembollere ilişkin yorumlar sunmak için belli ölçüde Barthes gibi yaratıcı analistlere ihtiyacımız var, ama sonunda dile getirdikleri iddialar için ampirik bir temel olup olmadığını da sormak zorundayız. Bu noktada, (örneğin Barthes'ınki gibi) güçlü teorik iddiaları dikkate alan, ama bunları incelikli ampirik yaklaşımlarla değiştirip düzelten klasik ortalama sosyolojik yaklaşımlar önemli role sahiptir.

- Bu yaklaşımın ayrılmaz ikilisi olan eleştiri: Toplumsal yaşamın metinsel ve dilsel özelliklerini vurgularken, gerçek failler ve onları toplumsal yaşamda engelleyen sıkı toplumsal güçlükler, nispi olarak konuşacak olursak, yeterli teorik temele oturtulmamış, hatta belki de göz ardı edilmiştir. Dolayısıyla bu eleştiri "dünya bir metin değildir" sloganıyla özetlenebilir. Burada karşı görüş ise, "evet dünya metin değildir, ama metinsel özellikleri vardır" olmuştur: Konuşma ve söylem, anlatı, anlatımsallık ve duygular toplumsal yaşamın önemli veçheleridir. Ayrıca, kültürel yaşamın kodları, anlatıları ve söylevleri yoluyla ifade edilen bu metinsel özellikler siyasal mücadele ve kurtuluşta önemli bir rol oynayabilir, tıpkı özgür faillerin sınırlanması ve kısıtlanmasında rol oynadıkları gibi.
- Son eleştiri post-yapısalcı kamptan gelmektedir. Saussure, Lévi-Strauss ve ilk kitaplarını dikkate alırsak Barthes ve Baudrillard'ın eserlerinin temsil ettiği klasik yapısal yaklaşım-

ların yerleştirdiği eski kesinliklerin artık geçerli olmadığını iddia ediyorlar. Özele inersek, temel yapısal dilbilimin savunduğu gibi gösterge ile gösterilen arasında doğrudan, basit bir ilişki olduğunu varsayamayız. Aslında, göstergelerle aşırı yüklü bir dünyada neyin hangi göstergeyle gösterildiği artık net değildir. Dolayısıyla bu bağlamda anlam herkesin erişimine açıktır ve anlamın dil benzeri ilişkiler tarafından yapılandırıldığına karşı çıkılır. Gerçeğe bu karşı çıkışın en aşırı biçimlerinden biri –bu bölümün başında gördüğümüz gibi– bir zamanlar Lévi-Strauss'çu yapısalcılığın savunucusu olan Baudrillard'ın sonraki eserlerinde yer almıştır. Baudrillard'a göre, gösterge ve gösterenin yerleşik anlamlarına artık güven olmaz ve tüketimci, kitle dolayımlı bir kültürde bu tür ilişkiler oyun ve jeste indirgenir, öyle ki gerçeklik ile simülasyon arasında ayrım zorlaşır, hatta aslında modası geçmiş ve güçsüz bir savunu haline gelir.

Ek Okuma Önerileri

Roland Barthes'ın *Çağdaş Söylenceler* (1993[1957]) ve *The Eiffel Tower*'daki (1979) denemeleri yapısal yaklaşımın bazı ilkelerini (özellikle de bu tür ilkelerin bir tüketim toplumu bağlamında nasıl sergilendiği noktasında) anlamaya başlamak açısından muhteşem bir yerdir. Bu denemeler genellikle 2 ila 5 sayfa uzunluğundadır. Ardından *Söylenceler*'in sonunda Barthes'ın göstergebilime dair eleştirel-yapısalcı vizyonunun temelini atan teorik yazıyı incelemeyi deneyin. Ayrıca Lévi-Strauss'un bir Kanada radyosundaki mülakatlarını bir araya getiren *Mit ve Anlam* (1979) düşüncesinin ve yapısalcı analiz vizyonunun ve bu vizyona bağlılığının süzülerek sunulmuş halleridir. Dick Hedbige'in yapısalcı ilkeleri eleştirel içgörülerle birleştiren *Subculture, The Meaning of Style* (1979) kitabında gençlik alt-kültürleri üzerine çalışmasına zaten değindim. Buna ilaveten, Hedbige'in *Hiding in the Light* (1988) kitabını, özellikle de İtalyan skuter'in öyküsü ya da biyografisiyle ilgili bölümü tavsiye ederim.

5

Kültür Dünyasını Temsil Eden Malzemeler. Nesneler, Semboller ve Kültürel Kategoriler

BÖLÜM İÇERİĞİNİN ÖZETİ

Bu bölümde maddi kültür hakkındaki "kültürel" teoriler ele alınıyor. Bu yaklaşımlar önceki bölümde ele alınan modeller gibi biçimsel bakımdan göstergebilimsel ya da yapısal değildir, fakat nesneleri kültür pratiği ve süreçlerinde kritik bir öğe olarak görmektedir. Bölüm beş ana kısımdan oluşmaktadır:

- Belli nesneler ve şeylerle ilgili beğeni ve tercihlerin kültürel anlatılara nasıl bağlandığının anahatları.
- Durkheim ve Mauss'un kültür ve sınıflandırma konusundaki temel eserleri hakkında, maddi kültür çalışmalarıyla ilintisini gösteren bir değerlendirme.
- Günümüz araştırmacılarının teknolojik nesnelere dair incelemelerde Durkheim geleneğini nasıl kullandıkları, inceltikleri ve geliştirdiklerine dair bir değerlendirme.
- İnsan-nesne ilişkilerinin ve daha genel olarak tüketim pratiğinin merkezinde anlam ve kültüre bir yer olduğu iddiasının esas sorumlusu olan Mary Douglas ve Daniel Miller'ın eserlerinin incelenmesi.

  Nesnelerin kültür içinde nasıl dönüştürüldüğü ve anlamlarının zaman-mekân bağlamlarına bağlı olarak nasıl değiştiğine ilişkin bir inceleme.

> Tüm dünya gerçekte sadece zihnimizde var olan güçlerle dolu görünüyor. Bayrağın asker için ne olduğunu biliyoruz, oysa bayrak kendi içinde sadece bir bez parçasıdır... Eski bir posta pulu bir servet değerinde olabilir, oysa bu değerin hiç de doğal özelliklerinden kaynaklanmadığı açıktır. Kolektif temsiller çoğu zaman şeylere onlarda var olmayan özellikler atfederler. (...) Bayrağını savunurken düşen asker kuşkusuz hayatını bir bez parçası uğruna feda ettiğine inanmaz (...) kendi fikirlerimizi kendimize ifade etmek için bile bu fikirlere onları simgeleyen maddi şeyler eklememiz gerekir. [Durkheim, 1995(1912): 228-9]

Nesne Çalışmalarına Yaklaşımların Özeti

Bu bölüm kısa bir değerlendirmeyle başlıyor. Önceki bölümlerde nesne yorumlarına yaklaşımdaki iki temel teorik gelenek ele alındı. İlk teorik gelenek Marksist ve eleştirel yaklaşımlardan türemiştir (3. Bölüm). Bu perspektif konusunda iki genel husus vurgulanabilir. Birincisi, bu gelenek nesnelerin onları üreten insan emeğinin maddi tecessümleri olduğu ve son kertede, her nesnenin –meta olarak– sömürülmüş insan emeğini ve insan yaratıcılığının ve kimliğinin alçaltılmasının son noktasını temsil ettiği tezini kabul ettirmiştir. Marx'ın eserlerini 20. yüzyılda inceltmiş ve geliştirmiş olan yazarlara ait olan ikinci husus ise, tüketim toplumlarında bol miktarda olan nesnelerin, aslında yurttaşlara bir tür psikolojik ve duygusal zarar vermesidir: Yaratıcılığı öldürür, duygusal ihtiyaçları istismar eder ve gerçek insani ihtiyaçlara ters düşen benlik gelişimlerini teşvik eder. Dolayısıyla bu gelenekte nesneler her şeyden önce ve öte kapitalist nesnelerdir. Kültür içinde olumlu, yapıcı anlamlara sahip olma ihtimalleri meta statüleri nedeniyle kısıtlanmıştır. 4. Bölümde ele almış olduğumuz ikinci teorik alan ise, yapısal ve göstergebilimsel yaklaşımla ilgiliydi. Burada da yine, bu geleneğe mensup birkaç temel hususu ayırt edebiliriz. Birincisi, anlamın siyasal iktisat çerçevesinde değerlendirildiği Marksist ve eleştirel yaklaşımlardan farklı olarak bu geleneğin nesnelerin sembolik anlamıyla alakadar olduğunu söyleyebiliriz. Ayrıca nesneler esasen Saussure'ün yapısal dilbilim programına borçlu olduğumuz özerk

bir teorik çerçevede açıklanır, yani nesneler Saussure'ün geliştirdiği analitik gösterge ve gösteren modeli yoluyla anlaşılan geniş bir nesne çağrışımları alanı yoluyla "ilişkisel olarak" yerleştirilmiş anlamlara sahiptir. Ayrıca Barthes'ın gösterdiği gibi, nesnelerin dili başka bir meta-düzeyde, mit düzeyinde konuşur. Dolayısıyla bir nesne kendisi dışında bir şeye göndermede bulunur. Başka bir düzeyde, örneğin başarı, statü, erillik, bireycilik, hatta toplumsal mutabakat ve egemen inanç sistemleri gibi büyük sorunlar hakkında büyük kültürel mitlere ya da söylemlere işaret eder.

Bu bölümde, maddi kültürü anlamak için üçüncü ve son büyük teorik yaklaşım ele alınacak. Buna "kültürel" yaklaşım adı verilebilir. Göstergebilimsel, yapısal gelenekle ortak yanları eleştirel yaklaşıma kıyasla daha fazla olan bu yaklaşımın bazı farklılıkları da vardır. Saussure'ün geliştirdiği ve en güçlü şekilde Lévi-Strauss'un savunduğu ve uyguladığı göstergebilimsel ve yapısal gelenek, nesnelerin, bir göstergebilimsel kod sistemi dahilinde ilişkili olduklarında ısrar eder. Maddi kültüre "kültürel" yaklaşım adını verebileceğimiz tutum ise bu güçlü dilbilimsel yapısalcılık modeline ve göstergebilimsel metodolojiye daha az bağlıdır. Ancak nesnelerin önemli kültürel anlamları olduğunda ısrar eder ve kültürün dış çizgilerinin (toplumsal farklılık meseleleri, toplumsal kimliği oturtmak ya da toplumsal statüyü idare etmek dahil) temsil edilmesiyle alakalı bir tür "kültürel iş" gördüğünü iddia eder. Kültür antropolojisindeki son dönem çalışmaların çoğu, tüketim nesnelerinin bu şekilde kültüre kök salmış olduğuna, yani insanların edindikleri ve kullandıkları nesnelerin toplumsal, kültürel ve duygusal kapasitelerine dikkat çekmiştir [Douglas ve Isherwood, (1996)1979; Kopytoff, 1986; Miller, 1987]. İşte bu bölümde bu çalışmalar ele alınacak.

Nesne İçindeki Dünya: Nesneler ve "İyi-Kötü" Sınıflandırmaları

Bu giriş kısmında insanların beğeni kavramı yoluyla nesneler hakkında yargıda bulunmak için yararlandıkları dağarcığı ele alıyoruz. İnsanlar, kültürün sınırlarını bu tür sınıflandırıcı yargılar

yoluyla tanımlarlar. Günlük yaşamdaki "beğeni" mefhumları insanların sahip oldukları maddi mülklerin analizi ve tartışılması için ve tercihlerinin muhtemel nedenleri için sosyolojik bir bağlam sağlar. Beğeni kavramı bize maddi kültürü bireysel tercihle ve onu konumlandırıp ifade eden söylevlerle (yani "neyi sevdiğim ve neden sevdiğim") ve akabinde bir bireyin kültürel konumuyla (yani "tercihlerimin diğer insanların tercihlerinden nasıl farklı ya da onlara benzer olduğu") ilişkilendirme imkânı tanır.

Keza insanların bu tür tercihlerde bulunurken aslında daha genel meselelerin söz konusu olduğu ve maddi kültürün sunumu ve meşrulaştırılmasında daha büyük, kültürel bir anlatının işbaşında olduğu da savunulabilir. Düz anlamda kişinin beğenisi şu tür şeylerle alakalıdır: Renk uyumu, uygun etek boyu ya da ayakkabı topuk yüksekliği, boş zamanını geçirmenin en iyi yolu, selamlaşma tarzları, oturma odası takımının seçimi, antika ya da yeni mobilya tercihi, mutfak tadilatının nasıl planlandığı ve kişinin evini, evin içini ya da üstünü başını nelerle süsleyeceği gibi. Daha soyut düzlemde, beğenilerimiz ve sahip olduğumuz nesneler, çağdaş kültürün belli dış hatları ya da söylemleri hakkında ne anlatabilir?

İyi-kötü fikirleriyle başlamak en iyisidir, zira bu görünüşteki iki basit kelime şeylere değer atfetme anlamında tabiatı gereği kültürel mefhumlardır. Değer fikirleri hakkında sosyolojik olarak olduğu gibi felsefi olarak da düşünebiliriz. Neyin iyi neyin kötü olduğu mefhumları antikçağdan modern çağa kadar filozofların kafasını kurcalamıştır. Bir şeyi ya da bir insanı iyi ya da kötü diye adlandırmak önemli bir felsefi problemdir; zira arzulanırlık, istekler ve ihtiyaçlar, tatmin, doğruluk, verimlilik, haz ve yükümlülük gibi mefhumları içine alan bir dizi düşünce sürecini içerir (Sparshott, 1958). Ayrıca sosyolojik açıdan bakıldığında, bizim için, başkaları için, gruplar ya da toplumlar için neyin iyi neyin kötü olduğuna ilişkin yargılar; gündelik hayatın rutin, sık ve zaten kabul edilmiş öğeleri olarak görünecektir. Gündelik hayatta neyin "iyi" neyin "kötü" olduğuna dair değerlendirmeler ne kadar bulanık ve isabetsiz olursa olsun, toplumsal varoluşun kaçınılmaz bir parçası gibidir ve gündelik hayattaki sayısız histe görülebilir: Mesela,

"bir şeyler yemek iyi bir fikir", "spor yapmak bana iyi gelecektir", "falanca projeyi bitirmek iyi olacak", "yeni bir gömlek almak iyi olacak", "falanca kişi kafa dengim değil".

İngiliz felsefeci Francis Sparshott (1958: 122), "iyinin" basit anlamını "söz konusu kişi ya da kişilerin isteklerini karşılayacak olan" diye tarif eder. Sparshott kötü şeyler mefhumlarıyla ilgilenmese de, kötü şeyleri istekleri karşılamayan şeyler ya da en azından insanların belli isteklerini karşılamayacağına inandığı şeyler diye tanımlayabiliriz. Gündelik hayatta neyin tatmin edici olup neyin olmayacağına dair mefhumların neredeyse evrensel insan alışkanlıkları ve yargılama özelliklerini yansıtıyor olması muhtemel görünmektedir. Bu tür tatmin mefhumları hep tamamlanmamışlık durumuna, Baudrillard'daki [1996 (1968)] muadiliyle söylersek, "eksiklik" durumuna atıflar içerir, zira bu zamana kadar eksik olan, ama istenen "iyi" ya da istenmeyen "kötü" bir nesne ya da insana zımni bir gönderme vardır (1958: 133). Bir şeyin ya da kişinin tamamlama ya da tatmin etme becerisini değerlendirmek kültürümüzün asli bir öğesi gibi görünmektedir – tüketim ediminin temelidir ve değeri ölçmek, olumlu ve olumsuz yanlarını tartmak ve lehte ya da aleyhte yargıda bulunmak için çeşitli seçeneklere göz gezdirmeyi de içeren zorunlu bir rutindir (Sparshott, 1958: 128). Sparshott'ın dikkat çektiği gibi, bir değerlendirme kültüründe yaşıyoruz ve iyi mefhumu ve dolayısıyla kötü mefhumu gündelik yargılarımızda kilit etkenlerdir: "Bu tür görüşler genellikle şu şekilde karşımıza çıkar: İyi mi kötü mü?" (Sparshott, 1958: 128).

"İyi" ve "kötünün" felsefi boyutlarından yola çıkarak iyi ve kötü mefhumlarının evrensel sembolik yapılar olduğu görüşü dile getirilebilir. Nasıl psikologlar tiksintiyi aralarında küçük farklar bulunan ikincil duyguların içinden çıktığı bir temel duygu olarak görmüşlerse (bu konuda bkz. William Ian Miller, *The Anatomy of Disgust*, 1997), "iyi" ve "kötü" de hayatımızdaki şeyleri ve insanları ayırt etmek için başvurduğumuz evrensel, ikili karşıtlık oluşturan dilsel işleyiciler haline gelmiştir. İyi ve kötüden çok çeşitli duygusal tepkiler doğar ve bunlar farklı dilsel belirteçlerle gösterilir: Örneğin iyi için "neşelendirici", "geliştirici" ve "tatmin edici"; kötü için "de-

ğersiz", "zayıf", "yetersiz" ya da "uygunsuz" sözleri kullanılır. İyi ve kötü mefhumlarını etrafında sayısız çeşitlilikte yargıda bulunulabilecek sembolik temeller olarak görebiliriz. Dolayısıyla "iyi" ve "kötü" mefhumlarından yararlanma olayı, failler açısından felsefi bir bilmeceymiş gibi deneyimlenmez (her ne kadar "ölçüp biçme" süreçlerine girişseler de) ve dünyayla doğal ya da verili kabul edilen iletişim tarzı haline gelir. İnsanlar, davranışlar ve maddi kültür hakkındaki yargılar rutin olarak yaşanır ve kimi zaman iyi-kötü, yararlı-zararlı, değerli-değersiz gibi ikili karşıtlıklara dayanır. Bazı "iyi" ve "kötü" mefhumları (sınıf, yaş, akran grubu ve eğitim düzeyi gibi değişkenlere göre) günlük yargılarda kullanılan kaynaklar ya da anlatılar için temel olmakla birlikte, bu karşıtlıkları "iyilik" ve "kötülüğü" farklı bağlamlarda benzersiz renklere büründüren çeşitli kelimeler ve kavramlarla süsleriz. Bu yolla iyi ve kötü türleri arasında ayrım yapma fikrinin tüketim pratiğiyle ilişkisini görmek mümkündür, zira en temel düzeyde, tüketim tatmin edici olduğu algılanan şeyleri seçme ve ayırt etme sürecidir. Belli nesneleri ve kişinin "dünyasını" aynı anda sınıflandırma sürecini tümüyle ele almak için, 20. yüzyılın başında Fransız sosyolog Emile Durkheim'ın çevresinde kümelenmiş bir grup olan *Année Sociologique* mensubu önemli araştırmacıların eserlerine bakabiliriz. Durkheim'ın dini duygular ve kültürde dini ve dindışı öğeler üzerine çalışmaları maddi kültürün sembolik boyutlarını anlamak açısından yararlıdır, tıpkı takipçisi Marcel Mauss'un çalışmaları gibi.

Durkheim, Mauss ve Kültürel Sınıflandırma: Nesnelerin Sembolik Bölüşümü

Durkheim ve Mauss'un [1963(1903)] *Primitive Classification*'dan alınan sınıflandırma teorisinin kilit hususlarını inceleyerek başlayabiliriz. Durkheim ve Mauss'a göre, beşeri bilimler, özellikle de sosyoloji için kilit sorun kültürel sınıflandırmaların nasıl yapıldığıdır. Psikologların bu soruna birey merkezli özel bir yaklaşımı vardır. Bu görüşe göre, sınıflandırmalar göze çarpıcı niteliktedir, çünkü bireye bireysel psikolojinin önemli bir öğesi olan kategoriler

oluşturup sınır çizgileri çekme imkânı tanır, ama bu tür tasnifler bireyleri gruba bağlar: Sınıflandırmalar bireyleri toplum içinde birbirine kenetler. Durkheim ve Mauss'a göre, etnografyacının görevi insanların yaptıkları sınıflandırmaları keşfetmektir. Bu sınıflandırmalar günlük yaşamın temelini oluşturur ve asli kültürel pratikler teşkil eder (mesela iyi ile kötünün, güzel ile çirkinin, zengin ile yoksulun, ben ile ötekinin değerlendirilmesi). Bu tür süreçler doğal ve toplumsal dünyadaki şeylerin esasen sembolik olan bir sistem içinde sınıflandırılabilmesini sağlar. Bireylerin dünyaları hakkındaki olguları sistemli ve sembolik bir bütün halinde toparlamaya çalışırken yollarını bulmalarına yardımcı olur.

Dolayısıyla insanların –bir bilimcinin yaptığını düşündüğümüz şekliyle– sınıflandırma dürtüsü vardır, ama insanlar kültürel değer atfetmeden de duramazlar. Durkheim ve Mauss, sınıflandırmanın birbiriyle ilintili, ama bariz ayrımları olan şeyleri ayırma, sınırlarını çizme süreci olduğunu savunurlar. Bu ilişki ve fark fikirleri sistemi dünya hakkında bilgiyi birleştirmeye ve birbirine bağlamaya yarar. Fikirlerin anlam zincirleri oluşturduğu ve değerlerin tahsis edilebileceği ve rakip söylemsel inşaların değerlendirilebildiği hiyerarşik bir sistem oluştururlar. Daha önemlisi, şeylerin sembolik ortaklığı derinden, duygusal olarak hissedilir, böylece sembolik birlikteliklerin ihlali çirkin ve tehlikeli bir şey olarak deneyimlenir ve algılanır.

İlkel toplumlarda insan ve nesne sınıfları aynı gruplara dahil edilir ve sadece sembolik evrendeki nispi yerlerine göre ayırt edilirler. Toplumsal karmaşıklık geliştikçe, genel evrimci ilerleme modeline uygun olarak sınıflandırmaların karmaşıklığı da ilerler. Ama bu evrimci kavrayışa karşın, Durkheim ve Mauss ilkel insanların yaptıkları sınıflandırmaların istisnai ya da tekil ve dolayısıyla daha alt seviye olmadığını, daha ziyade sınıflandırmanın doğası bakımından bilimsel olan beşeri (bilimsel) düşüncenin evrensel bir özelliği olduğunu savunurlar. Burada en az yarım yüzyıl sonra geliştirilmiş olan Lévi-Strauss'un yapısal antropolojisiyle benzerlikler olduğunu görebiliriz: sınıflandırmalar kişinin dünyada diğer insanlarla ve diğer şeylerle ilişkili olarak yerini anlaması ve kültürel sembollerle ilgili bütünlüklü bir izah geliştirmesiyle alakalıdır:

> Nesne, eylemi kolaylaştırmak için değil, şeyler arasında var olan ilişkileri anlaşılır kılmak, anlayışımızı geliştirmek için vardır. Dolayısıyla bu tür sınıflandırmalar her şeyden öte fikirleri birbirine bağlamak, bilgiyi birleştirmek için vardır; bu bakımdan, bilimsel olduklarını söylemek yanlış olmaz. (Durkheim ve Mauss, 1963: 81)

Durkheim *Dini Hayatın İlkel Biçimleri*'nde [1995(1912)] bu sınıflandırma teorisini birkaç önemli alana yayar. İnsanların kendileri ve genel olarak dünya hakkında yaptıkları temsil sistemlerinin toplumsal olanın ayırt edici doğasını anlamak açısından asli önemde olduğunu savunur. Anlama kategorileri toplumsal varlıkların işleyiş tarzlarıdır, "düşünceyi sınırlandıran kalın çerçevelerdir" (1995: 9). Durkheim esasen dini duygularla ilgilenir; bu duygular ona göre son derece toplumsaldır ve insanların toplumda yaptıkları kategorik ayrımlar için temeldir. Daha önemlisi, Durkheim sınıflandırmaların kuru kuruya teknik başarılar olmadığını, kültürel otoritelerini sahip oldukları ahlaki vasıf sayesinde edindiklerini söyler. Sınıflandırmaların şeyleri canlandıran, onların sağlamlığına ve duygusal derinliğine katkıda bulunan ahlaki bir gücü vardır. Dolayısıyla nesne ve meta sınıflandırmaları ve bunların zımnen içerdiği estetik yargılar sadece bireyciliğin içi boşaltılmış, *yapay* biçimlerini temsil etmez, aksine bunlara dayanıklılık ve kuvvet katan bir ahlaki güce sahiptir.

Bu tür süreçlerin tüketim toplumlarında akıbeti nedir? Tüketim toplumlarında farklılık ve sınıflandırmanın ahlaki bir ağırlığının olması mümkün müdür? Bu soruya diğer araştırma alanlarına, örneğin Bourdieu'nün geçen bölümde ele aldığımız beğeni teorisine bakarak olumlu cevap verebiliriz. Ayrıca Hedbige'ın moda ve gençlik kültürleri analizinde de zımni bir güç olarak görmüştük bunu: Maddi kültür öğeleri geleneksel kültür önündeki zorlukları göstermek için kullanılabilir ki, bu kodlar da akabinde belli ahlaki tutumları desteklemek için kullanılabilir. Farklı bir geleneğe mensup olan Lamont'un (1992) Fransa ve ABD'deki orta ve üst sınıf yurttaşların ahlakı ve görgü kurallarına ilişkin incelemesi; insanların başkalarının sıradan özellikleri, nesneleri ve davranışları olarak

görülebilecek şeylere (tükettikleri, sahip oldukları ve sergiledikleri şeyler dahil) ahlaki değer atfettiklerini gösterir.

Durkheim'ın buradaki amaçlarımız açısından yararlı olan *Formes Élémentaires de la Vie Religieuse*'deki (Dinsel yaşayışın ilkel biçimleri) diğer kayda değer içgörüsü, bu sınıflandırma sistemlerinin temsil sistemlerinin toplumsallığının kesin kanıtı olduğudur. Şöyle der: "Toplumun parçası olarak birey hem düşünürken hem de eylemdeyken doğal olarak kendisinin ötesine geçer" (Durkheim, 1995: 16). Sınıflandırma hiyerarşileri toplumla birlikte gelişir, öyle ki bunlar toplumsallaşma biçimlerinin temelleridir. Dolayısıyla insanları, nesneleri ve şeyleri sınıflandırma sistemleri kolektif bilinçle bağlantılıdır; bunlar toplumsal açıdan icazetli diğer sınıflandırmalara atıfta bulunarak anlam edinirler, öyle ki bir şeyi tasavvur etmek ya da sınıflandırmak hem asli öğelerini daha iyi öğrenmek hem de onları ait olduğu yere oturtmaktır. İnsanlar bu tür sınıflandırmalar yaparken topluma bağlılıklarını sergilerler ve "toplumun" bu insanların içinde derine kök saldığını kanıtlarlar:

> Toplum ihtilafı engellemek için fertlerine tüm otoritesiyle bastırır. Zihin tüm bu düşünce biçimlerinden kurtulmaya çalışır mı? Toplum artık bunu tam anlamıyla bir insan zihni olarak görmez ve bu şekilde davranmaz. İşte bu nedenle bu temel mefhumlardan uzaklaşmaya çalıştığımızda, tamamen özgür olmadığımızı hissederiz, bir şeyler bize direnir; dahası, toplum bizim içimizde iyi temsil edildiğinden, bu devrimci itkilere içeriden direnir. (Durkheim, 1995: 16)

Durkheim, dünyayı kutuplaşmış iki ayrı ahlaki alan (kutsal ve kutsal olmayan) olarak bölmenin dini duyguların doğasında olduğunu iddia eder. Kutsal şeyler sadece tanrılar ya da ilahi ruhlar değildir, her şey kutsal olabilir. Örneğin ünlü bir sanatçının özgün bir sanat eseri, ünlü bir yazarın kitabının ilk baskısı, iPod gibi çok değer verilen bir tüketim nesnesi ya da ünlü bir sporcunun giydiği bir çift spor ayakkabı. Bunların hepsinin bir aura'sı, ikon statüsü vardır ve belli topluluklarda çok değerli görülmeye başlamıştır. Kutsal şeyler saygınlık ve erk bakımından üstün görülürken, kutsal

olmayan şeyler ayrı tutulur ve yasaklanır. Her ikili karşıtlık tek bir ahlaki cemaati (bir ulusal toplumdan alt-kültüre kadar) ritüelci dışlama ve bağlılık pratikleri yoluyla birleştiren inançlar, ritüeller ve pratikler tarafından –sembolik karşıtlık içinde– bir arada tutulur. Bu dini duygular (kutsal ve kutsal olmayan) insanlara kendi dünyaları, diğerleri ve bunların içindeki nesneler hakkında düşünme imkânı sağlar ve toplumsal eyleme rehberlik edecek şemalar sunar. En yüksek biçimi, bireyin kolektif semboller evrenini dolaşarak dünyaya katılmasını sağlayan bir kolektif temsiller sisteminin mümkün kıldığı toplumsal ifadesinde görülür. Durkheim, bu toplum harici duyguyu bir tür kolektif vicdan ve psişik yaşamın en üst biçimi olarak tahayyül etmişti. Bu kolektif vicdan olmadan toplum da olmaz ve bu vicdanın var olması için bireylerin ve şeylerin gruplara bölünmesi ve bu grupların da birbirlerine karşı sembolik şekilde sınıflandırılması gerekir:

> Birey şahsi temsillerinin üstünde kendi dünyasını düzenlemesini sağlayacak bir tür-fikirler dünyasının var olduğunu muğlak bir şekilde de olsa fark eder: Kendisinin bizzat katıldığı ama ondan daha büyük olan tüm bir entelektüel dünya olduğunu görür. (Durkheim, 1995: 438)

İyi ve kötü beğeniyle ilgili gündelik anlayışlarımıza dair bir araştırmada (Woodward ve Emmison, 2001), bazı kişilere "iyi beğeni" ve "kötü beğeniyi" nasıl tanımladıkları sorulmuştu. Sorulan sorular onları "iyi ve kötü beğeni" fikirlerine alıştırsa da, ifade ettikleri duygular estetik ve ticari alandaki şeylerin özel bir ahlaki ağırlığa sahip olduğunun kusursuz bir örneğiydi. Dolayısıyla belli beğeni pratikleri ve çağdaş maddi kültürün belli türleri veya tarzları "güzel", "tarihüstü", "zarif", "kaba", "cafcaflı" ya da "uygunsuz" diye değerlendirilmeye başlanır, ama en sonunda ya iyi ya da kötü boyutuna ait olarak gibi sınıflandırılır. Bu basit, iki parçalı bir sınıflandırma sistemidir ve beğeni ve estetik yargı karmaşıklıklarını bu ikili karşıtlık şemasında toplamaya çalışmak biraz indirgemeci görünebilir. Fakat bu sayede böyle yargıların nasıl etik bir güç edinmeye başladığını gösterebiliriz ve failler ken-

di iyi-kötü ayrımlarını yapacak söylemsel uzamı elde eder. Bu değerlendirmeler soru sorulan kişiler tarafından çeşitli kelimeler ve kavramlarla süslenir; fakat sonunda tatmin edici ya da değil, iyi ya da kötü diye adlandırılır.

Marcel Mauss'un ilkel toplumlarda hediye alışverişi üzerine incelemesi *Essai Sur Le Don* [Armağan Üzerine Deneme, 1967(1954)] da ticaret ve mübadele alanındaki faaliyetlerin bize insanlar ve şeyler hakkında ilişkisel sınıflandırmalar yapma imkânı tanıdığını ve böylece ahlaki ağırlığa sahip olabileceği görüşünü destekler. Mauss hediye değiş tokuşunun değiş tokuş yapan insanların mutlak zenginliğini artırmadığını ve geçim için gerekli olmadığını dikkate alırsak, bir hediyenin amacının ne olduğunu sorar. Dünya üzerindeki etnografya çalışmalarından yararlanan Mauss hediyelerin gönüllü, kendiliğinden ve kişisel çıkar gütmeyen şeyler olduğu varsayılır; ama aslında zorunlu, planlı ve çıkarcıdır der. Hediyelerin yüce gönüllülükle, hiçbir kişisel çıkar düşünülmeden sunulduğu görüşü aslında toplumsal bir aldatmacadır. Örneğin Samoalıların kültüründe hediye almak bir insanı onurlandıran ve kendisine *mana* (itibar) kazandıran bir şeydir. Bu da beraberinde hediyeye karşılık vermek gibi mutlak bir zorunluluk getirir. Dolayısıyla hediyeler cansız değil, canlı ve kişileştirilmiştir ve veren üzerinde de, alan üzerinde de bir tür sihirli, manevi güce sahiptir, öyle ki hediye almak bir insanın özünün bir parçasını almaya benzer: "Bir şey vermek kişinin bir parçasını vermesidir" (Mauss, 1967: 10). Dolayısıyla hediyeler beraberinde, (i) geri ödeme yükümlülüğü; (ii) verme yükümlülüğü ve (iii) alma yükümlülüğü getirir.

Mauss hediye analizini diğer kültürlere de taşır. Toplumsal ve ekonomik rutinlere görünüşte sözleşme ve araçsal aklilik biçimlerinin egemen olduğu Batı kültüründe bile ekonomik faaliyetin bir mübadele sisteminden daha fazlasını içerdiğini, yurttaşlar arasındaki kalıcı, geniş bir toplumsal sözleşmenin parçası olduğunu belirtir. Dolayısıyla ekonomik faaliyet beraberinde bir nezaket biçimi getirir (1967: 81); ticaret ve zenginlik yaratmak, yaşam standartları, toplumsal dayanışma ve asayişte de genel bir iyileşmeye yol açar. Mübadele biçimleri ekonomiye indirgenemez:

> Neyse ki henüz her şey satın almaya ve satışa indirgenmemiştir. Şeylerin duygusal ve maddi değerleri vardır, hatta bazı durumlarda değerler tamamen duygusaldır. Ahlakımız sadece ticari değildir. (Mauss, 1967: 63).

Nesnelere Durkheim'cı Bir Yaklaşım Geliştirmek: Alexander ve Smith'in Teknolojilere Dair Kutsal ve Kutsal Olmayan Söylemlerle İlgili Görüşleri

Jeffrey Alexander ve Philip Smith (bkz. Alexander 2003) kültür sosyolojisinde bir "katı program" geliştirmelerinin parçası olarak; kültürü şekillendiren kodlar, anlatılar ve kategorilere odaklandığını gördüğümüz Lévi-Strauss ve Saussure'ün yapısal analizlerini bütünleştirmeye çalışmışlardır. Alexander ve Smith kültürel sistemlerin ve kodların özerkliğini vurgulayan bu yapısalcı geleneğin yanı sıra, bu modeli özellikle de antropolog Clifford Geertz ve bilhassa da Durkheim'ın din üzerine geç dönem eserinden ilham alan fevkalade yorumlayıcı, hermenötik bir janr uygulayarak zenginleştirmeyi önerir. Amaçları hem Lévi-Strauss'çu anlamda "yapısal" hem de Geertz'ci anlamda "hermenötik" olan anlayış, anlam ve pratiklerin kaba tarifine olanak tanıyan bir sosyolojik paradigma geliştirmektir. Eserleri kültür alanında son dönemde yazılmış en önemli çalışmalardan biridir. İlkin, Alexander'ın 20. yüzyılda ortaya çıkmış bilgisayar teknolojilerini çevreleyen söylemler üzerine ampirik yazılarına bakacağız. Bunun maddi kültür hakkında böyle yapısal ve hermenötik bir analizin nasıl gelişebileceğini görmemizi sağlayan bir tür örnek çalışma olduğunu görebiliriz.

Alexander modern yaşamın kilit bir mitini ortaya sererek başlar: Bilim ve akliliğin dünyayı salt teknolojik araçlarla bağlantılı bir problem haline getirdiği inancı. Yani başka bir şekilde ifade etmek gerekirse, teknolojik ilerlemeler zaman, mekân ve doğal öğelerle alakalı olarak karşılaştığımız her türlü problemle yüzleşme ve bunları aşma imkânı verecektir. Bunun bir sonucu olarak Alexander modern dünyanın önemli bir açıdan kültüre (güzellik, duygu, his, ilişkiler ve anlam gibi şeyler olarak anlaşılan kültüre) karşıt olduğuna ve tamamen materyalist olduğuna dikkat çeker. Modern

dünya bize insan bedeninin tek başına başaramayacağı görev ve hedefleri gerçekleştirme imkânı sağlayan teknolojiler tarafından yönetilmektedir. Ama işlevsel ya da faydacı olan teknoloji hikâyesi teknoloji hakkında anlatılacak yegâne hikâye değildir:

> Teknoloji muhayyilemizin en derin kaynaklarına ve çatlaklarına kök salmıştır. Teknoloji hem dindir hem anti-dindir, hem tanrımızdır hem şeytanımızdır, hem ulvidir hem de lanetlidir. (Alexander, 2003: 179)

Alexander teknoloji anlayışlarının genellikle en âlâsından materyalist bir şey, bizlere dünyada yol bulma ve iş yapma konusunda yardımcı olan "rutinin de rutini" (2003: 180) olarak görüldüğünü iddia eder. Alexander'ın önerileri temelinde bu rutin, ama son derece güçlü teknolojik kalemlere sayısız örnek verebiliriz: Trafik ışıkları, motorlu taşıtlar, elektrikli aydınlatma, yazı araç gereçleri, montlar, çorap ve ayakkabı diye bu liste uzatılabilir. Hem materyalist hem de işlevsel olan ve toplumsal hayatta bir şeyler yapma konusundaki düşünce tarzımızı belirleyen bu tür nesnelerin çeşitli anlamları olabilir. Alexander'a göre, teknoloji bir kültürel düzene yerleşik olmalıdır: Maddi bir şey, "bir gösterge, hem bir gösteren hem de gösterilendir ve failler öznel ruh hallerini bunlardan tamamen koparamazlar" (2003: 180). Alexander akabinde akademik teknoloji yorumlarındaki iki genel geleneğe dikkat çeker: İlkini Weber'in bürokrasi, aklileşme, disiplin ve hesaplama konusundaki fikirlerine borçludur ve bu gelenek teknolojinin yavaş yavaş toplumsal hayatın her alanını esir alışıyla ilgili kötümser bir hikâyedir. İkincisi, eleştirel teorisyenlerden, en başta da Lukács ve Marcuse'tan türetilmiştir ve teknoloji kültürünün genişlemesi modern kapitalizmin tanımlayıcı özelliği haline geldiği oranda teknolojiyi emeği boyunduruk altına almanın aracı olarak görür.

Alexander'ın görüşü bu yetersiz ya da kısmi izahların ötesine geçer. Teknolojiyi bir söylem –hem göstergebilimsel yapılar ya da kodlar, hem de toplumsal ve duygusal talepler tarafından düzenlenen bir gösterge sistemi– olarak görmeye çağırır. Teknoloji insanların anlam atfettikleri bir nesnedir, Lévi-Strauss'çu anlamda "düşünülecek şeylerdir":

> İnsanlar dünyaya metafizik anlam katma ve benlik dışında nesnelerle dayanışma yaşama ihtiyacı duymaya devam ederler. (Alexander, 2003: 184)

Alexander teknolojiye atfedilen özgül anlamlar üzerinden giderek, insanların dünyayı kutsal olan ve olmayan şeyler veya olaylar olarak ikiye böldüklerini savunan Durkheim'ın fikrine başvurur. Kutsal olan insanların korumaya çabaladıkları iyi imgelere göndermede bulunurken, kutsal olmayan ise insanların korunmaya muhtaç oldukları kötülük imgelerini anlatır. Örneğin bilgisayar tahayyüllerimizin merkezinde çok derinden hissettiğimiz zıtlıklar vardır; makineler sanayi toplumunun hem korkularını hem de umutlarını cisimleştirme gücüne sahiptir. Bilgisayarın ilk ortaya çıktığı dönemdeki gazete ve dergilerin metinsel analizini yapan Alexander, bilgisayarın nasıl hem kutsal hem de kutsal olmayan terimlerle görüldüğünü gösterir. Kutsal bir nesne olarak bilgisayar bir süper beyindir, bir süper insandır, Tanrı'ya en yakın olan şeydir ve kuşaklar boyunca insanların başına bela olmuş şeyleri bir çırpıda çözebilir. Kutsal olmayan bir nesne olarak ise bilgisayar devasa bir cihaz, bir Frankenstein canavarı, bir matematik dehası, bir şekil fabrikasıdır. Dolayısıyla bilgisayar hem kurtarıcı hem de yok edici olabilecek bir şey olarak görülür: Kutsal bir şey olarak "selamet aracı" iken, "kutsal olmayan yanı yıkım tehdidi" barındırır (2003: 191).

Aynı geleneğe bağlı olan Philip Smith (2003) ceza teknolojisinin araçlarından biriyle (giyotin) bağlantılı anlamları irdeleyerek Durkheim'cı bir ceza teorisinin temellerini atar. Alexander'ın bilgisayar söylemleri analizindeki benzer bir mantıktan hareket eden Smith, ceza teknolojilerinin genel modernleşme teknolojileriyle kol kola, rasyonelliğe, akla ve verimliliğe doğru ilerlediğini söyler. Modern buyrukların gündelik hayatın içine böyle amansızca sızdığı görüşü kriminoloji ve genel olarak toplum teorisindeki bu geleneğe belki de en çok katkı sunmuş olan Foucault'nun *Hapishanenin Doğuşu*'ndaki teziyle tutarlıdır. Smith ceza alanındaki giyotin meselesine bakarak bu egemen teze karşı çıkar ve 18. yüzyıl gazetelerinden,

risalelerinden ve ansiklopedilerinden tarihsel kanıtları bir araya toplayarak gösterdiği şey, son derece duygusal, fevkalade sembolik ve dahası grotesk ve Gotik imgelere dayalı bir karşı-söylemin bu "rasyonellik" söylemine eşlik ettiğidir. Dolayısıyla giyotin sapkınlık cezasının göz alıcı bir kutlaması (herkesin gözü önünde işkence ya da bir meydanda sallandırma gibi) olmak yerine, etkili, akli ve duygusuz bir teknoloji olarak tahayyül edilmişti. Bu şekliyle, önceki ceza tarzlarına eşlik eden zengin ve muhtemelen tehlikeli bir göstergebilim alanını ortadan kaldırmıştı. Örneğin Foucault'nun, Faucher'nin geliştirdiği ve bedeni yok etmekten ziyade itaatkâr hale getiren hapishane çizelgesi ile Damiens'e yapılan dayanılmaz işkenceler arasında kurduğu malum karşıtlık söz konusuydu. Smith giyotin hakkındaki bu "duygudan arınmış" görüşü dünyanın rasyonelleşmesi hikâyesinin ve demir kafese doğru (Weber'ci) hareketin bir tekrarı olarak özetler; burada giyotin araçsal aklın salt sıkıcı ve maddi bir ifadesi olarak görülecektir:

> Bilimci Aydınlanma kodlarını maddi olarak yücelten ve bunları çarpıcı şekilde sergileyen bir araç olması amaçlanmış olsa da, giyotin bir karşı söylemi; heteroglosik, grotesk ve gotik sembolizmin hummalı karşı söylemini tetiklemişti. Totemci kolektif temsiller, mitolojiler ve canlı yaratıcı spekülasyonlar ceza teknolojisinin (hem savunucuları hem de eleştirmenleri tarafından) yorumlanmasında ciddi bir yere sahip hale gelmiştir. (Smith, 2003: 7)

Kaynakları Durkheim'ın eserlerinde saklı bulunan bir Durkheim'cı ceza teorisini tamamlamak isteyen Smith, giyotin etrafında farklı kültürel söylemler olduğunu gösterir. Smith, giyotini bilimin rasyonel bir aracı sayan Foucault'nun vurgusunu reddetmez, ama kültürel açıdan daha duyarlı bir açıklamanın bu tezin yerini aldığını, hatta tümden ortadan kaldırdığını savunur. Ona göre, topladığı tarihi malzemeler, giyotin denilen nesnenin çeşitli kültürel söylemler (bazıları akli ve işlevsel, bazıları akli olmayan ve duygusal açıdan yüklü söylemler) için bir çekim merkezi olduğunu savunur:

> Giyotin "bilimsel" bir aletti; bedensel faaliyetin rutinleştirilmesini sağlıyordu ve yeni ortaya çıkmış bir profesyonel bakış, insan üzerindeki etkilerini amansızca tahkik ediyordu. Ama bunların hepsinin daha derin sembolik çağrışımlarla gerçekleştiği de görülecektir. Canlı sembolizmleri ortadan kaldırmak ya da ikame etmek şöyle dursun, giyotin ve bedenleri, Lévi-Strauss'un sözleriyle, yeni birtakım mitolojiler için *bonnes á penser* (düşünülecek şeyler) haline gelmişti. (Smith, 2003: 30)

Mary Douglas: Durkheim'ın Tüketime Taşınması

20. yüzyıl yapısalcı düşüncesinde Durkheim geleneğinin kilit savunucularından biri Mary Douglas'tır. İktisatçı Baron Isherwood'la birlikte kaleme aldığı *The World of Goods* [1996(1979)] eseri çağdaş tüketim sorunlarına Durkheim"ın içgörülerini uygulama yönünde etkili bir girişimdir. Douglas ve Isherwood, bu kitapta iktisat teorilerinin tüketim konusundaki fakirliğini telafi etmeye çalışır; zira bu teoriler ya son derece dar ve tüketicinin "rasyonelliği", faydalılık gibi soyutlamalarla fazlasıyla meşguldürler ya da tüketimin çığ bir "rekabetçi gösteriş" oyunu olduğu yolundaki Veblen'ci kavrayışa teslim olmuşlardır. Bu son gelenekte, tüketim ve tüketimci gelenekler genellikle "açgözlülük, aptallık ve ihtiyaçlara duyarsızlık" olarak yerden yere vurulup küçümsenir (1996: vii). Douglas ve Isherwood, sözde aşırılıkların uyandırdığı ahlaki öfkenin de mikro-ekonomik soyutlamaların da tüketimin çekiciliğini açıklamaya yetmeyeceğini iddia ederler.

Douglas ve Isherwood kültürel payandalar olarak malların doğasına ilişkin belki de en sistemli değerlendirmeyi sunarlar. Bu eserin önsözünde bir manifesto ortaya koyarlar: "Mallar yansızdır, kullanımları toplumsaldır; çit olarak da kullanılabilirler, köprü olarak da." Dolayısıyla genel hedef tüketim pratiğini geniş ölçekte tasavvur edilen toplumsal ve kültürel süreç içinde bağlamına yerleştirmek, öte yandan da bu pratikle ilgili kültürel kodları, görgü kurallarını ve uzlaşımları açığa çıkarmaktır. Bunun yanı sıra, toplumsal kimlikler ve kategorilerle ilgili bir içerme, dışlama ve inşa etme faaliyeti de Douglas ve Isherwood'un yaptıkları işin bir

parçasıdır. Dolayısıyla Lévi-Strauss'un "düşünülecek şeylerinin" (önceki bölüme bakınız) çağdaş bir versiyonuna benzemektedir, ama yer yer Lévi-Strauss'un eserlerine sızmış katı ve göreve çağıran yapısalcılık onlar için söz konusu değildir.

Douglas ve Isherwood'un temel görüşü malların düşünme, sınır çizme ve sınıflandırma faaliyetlerine kaynaklık ettiğidir. Malların ya da tüketim nesnelerinin kökeninin kapitalist üretim sisteminde olduğunu kabul ederler; ama aynı zamanda "tüm maddi mülkler toplumsal anlamlar taşır" ve düşünme kaynakları olarak meta nesneler, "kültür kategorilerini görünür ve sağlam hale getirir" [2000(1966): 38] iddiasında bulunurlar. Mallar ekonomiden "gelse de", bunların çekiciliğini ve manasını anlamak için ekonomik çerçevelerden özerk olarak kavramlaştırılmaları gerekir. Dünyayı anlamlandırmaya yarayan şeyler olarak tüketim nesneleri, toplumsal kategorilerin ayırt edilmesine, toplumsal ilişkilerin sürdürülmesine ve dolayısıyla şeylere ve insanlara değer ve kıymet atfedilmesine yardımcı olurlar (Douglas, 2000; Douglas ve Isherwood, 1996). Dolayısıyla tüketimin ahlaki bir bileşeni vardır, dolayısıyla da, tercih ve seçim sadece faydacı ihtiyaçların güdümünde değildir ve tüketiciler tarafından "basit tercihler" olarak anlaşılamaz, aksine kullanıcı için nesneleri tüketmek daha derin bir duygusal anlam içerir. Kuşkusuz, bunun bazı mallar için ve muhtemelen belli yaşlarda ya da toplumsal geçmişten gelen insanlar için diğerlerinden daha muhtemel olduğunu varsayabiliriz. Douglas ve Isherwood analizcilere, nesneleri anlamak için piyasalar ve faydayla alakalı meseleleri dışarıda bırakmalarını tavsiye ederler:

> Tüketimin asli işlevinin anlamlandırma kapasitesi olduğunu varsayacağız. Tüketicinin akılcı davranmadığı fikrini unutun. Metaların yeme, kıyafet ve barınak için olduğunu unutun; bunların yararlılığını unutun ve bunun yerine metaların düşünmeye yaradığını tasavvur etmeye çalışın; onlara insanın yaratıcı yetisinin sözel olmayan bir aracı olarak davranın. (Douglas ve Isherwood, 1996: 40-1)

Dolayısıyla tüketim anlam yaratmayla alakalı bir şeydir. Mallar dünyası tüketiciler için bir muhtemel anlamlar dünyası haline

gelir. Bu yüzdendir ki şeyleri tüketmenin çekiciliği ihtiyaçları geçici olarak tatmin etmesiyle ancak kısmen alakalıdır. Şeyleri tüketmenin daha önemli çekiciliği benliğin gerçekleştirilmesi, onaylanması ve idare edilmesi açısından sürekli fırsatlar sunmasıdır. Toplumsal failler kendilerini diğer faillerle ve diğer şeylerle ilişkili olarak anlarlar: Kendilerini (ya da potansiyel, vaat edilen benliklerini) başkalarının konuşma ve eylemlerinde ve de onları çevreleyen nesnelerde yansımış halde görmeye can atarlar. Böylece belli bir gruba ait çeşitli malların içinden bazılarını seçip tercih ederiz (örneğin konserve domatesler, şişe sular, motorlu araçlar, elmalar, çilekler ve kirazlar); bunu yaparken de ne tür imkân ve tercihlere sahip olduğumuzu dikkate alırız. Örneğin organik ve çevresel açıdan sağlam ürünler ya da yabancıdan ziyade yerli mallar tercih edilir ve bu sırada diğer insanların seçimleri de göz önünde bulundurulur. Dolayısıyla tüketim olayını sadece alışveriş ya da tedarik olarak değil, kişinin toplumsal ilişkilerini ve genel toplumsal evrenini tasvip etme ya da buna anlam katma fırsatı olarak görmek zorundayız. Bunun iyi bir örneği tüketicilerin çeşitli marka, tarz ve estetik tercihlerle karşı karşıya oldukları spor ayakkabı dünyasıdır: Adidas, Nike, Reebok, Puma, K-Swiss, Converse, eski moda, yeni moda, retro ya da çağdaş, küresel marka ya da isimsiz olabilirler. Miles'ın (1996) gençler ve spor ayakkabı tercihleri hakkındaki etnografyacı araştırması, tercihin bu yönünü ve ağırlığını ustalıkla gösterir: Gençlerin spor ayakkabı tercihleri hakkında dikkatle düşünmeleri gerekir, çünkü sokaklarda, şehrin caddelerinde ve oyun sahalarında sergilenen bir kültürel evrende ne giydikleri konumlarını belirler. Daniel Miller'ın (1987) manavdan alışveriş konusundaki etnografya çalışmasında aynı yaklaşımın bir başka yansımasını bulabiliriz. Miller ev ihtiyaçları için yapılan rutin alışverişlerin alışverişçilere başkalarıyla ilişkilerinin yönlerini tümüyle düşünmek için fırsat sunduğunu gösterir. Bu bölümün ileriki kısımlarında bu konuya daha da eğileceğiz.

Douglas ve Isherwood kahve yapmanın farklı yolları konusunda Barthes'ın değerlendirmesini şeyleri tüketmenin rutin, gündelik edimlerinin (kahve çekirdekleri, sıvı, fincan, öğütücü) benlik ve

benlik-olmayan, sahici olmayan ve doğru, iyi ve kötü hakkındaki hayati tartışmaları tarif için fırsat sunuşunun bir örneği olarak görür. Douglas ve Isherwood, kahve çekirdeklerini mekanik bir öğütücüyle mi, yoksa havan ve tokmakla mı ezmeyi tercih ettiğimizin sembolik anlamları üzerinde durur:

> Öğütücü mekanik olarak işler, insan eli sadece güç sağlar ve elektrik gücü kolaylıkla bunun yerini alabilir; ortaya çıkan ürün bir tür ince toz, kupkuru ve gayrişahsi bir şeydir. Oysa tokmak kullanımı bir sanattır. Bedensel maharetler devreye girer ve bu maharetlerin üzerinde sergilendiği malzeme sert metal değil, maddelerin en soylusu olan tahtadır. Ve havandan salt toz değil, pütürlü toz çıkar ve eski çağdaki simya ilmini ve onun güçlü karışımlarını akla getirir. Dolayısıyla ezme ile öğütme arasında yapılan tercih insanlık durumuyla ilgili iki farklı görüş arasında ve sorunun altında yatan metafizik yargılara dair bir tercihtir. (Douglas ve Isherwood, 1996: 50).

Mallar ve bunların tüketilişi enformasyon sistemleri içinde değerlendirilmektedir. Fayda malların doğasına dair bileşenlerden sadece biridir. En önemlisi, bunlar toplumsal işaretlerdir: Sadece güzelliğin ya da itibarın değil, insanların kendilerini özdeşleştirdikleri mallarda ifadesini bulan, tüketicinin kendisi ve tüketime tanıklık eden başkalarını temsil eden her türlü toplumsal kategorinin işaretleridir. Kodlar, mesajlar ve semboller metalar aracılığıyla tedavüle girer, zira tüketiciler anlamını çözmek ve katılımcı olmak adına mesaj aktarımının merkezine yakın olmaya çalışırlar.

Douglas ve Isherwood, tüketimin bizatihi toplumsal sistem (benlik, toplum ve kültürü oluşturmak için gerçek araç) haline geldiğini söyleyerek tezlerini genişletirler. Bu mefhum yakın döneme ait Foucault'dan mülhem yönetimsellik yazınından izler taşır, zira burada tüketim benliği ve nüfusları ifade etmenin ve yönetmenin bir aracı haline gelmiştir. Douglas ve Isherwood'a göre, tüketim anlamını aslında toplumsal sistemi oluşturmasından alır, her tüketim olayı kültür inşası sürecinin sadece bir parçasıdır, zira onun parçalarını sürekli yaygınlaştırır, yeniden inşa eder ve tüketir. Böy-

lece tüketimin bir toplumsal iletişim tarzından daha fazlası olduğunu, bu iletişimi bizzat oluşturduğunu ifade ederler:

> Oysa tüketim malları kesinlikle sadece birer mesaj değildir; sistemin ta kendisini oluştururlar. Bunları insan ilişkilerinden çekip çıkarın, her şeyi parçalamış olursunuz. Takdim edilerek, kabul edilerek ya da reddedilerek mevcut sınırları ya güçlendirir ya da güçsüzleştirirler. Mallar temel kaygısı kendi performansını görüntülemek olan bir enformasyon sisteminin, deyim yerindeyse, hem donanımıdır hem de yazılımıdır. (Douglas ve Isherwood, 1996: 49)

Miller ve Bolluk Toplumlarında Maddi Kültür Çalışmaları

Daniel Miller'ın (1987) maddi kültür çalışmaları programı da benzer bir görüş öne sürer ve tüketim çalışmalarının sanayi toplumlarında insanlar ile mallar arasındaki ilişkileri dikkate alması gereğinden bahseder. Miller'ın eseri maddi kültür çalışmalarının günümüzdeki durumu açısından önemli bir yere sahiptir. Kilit eseri *Material Culture and Mass Consumption* (1987) modern çağın çeşitli kuramcılarından yararlanan, çoğunlukla felsefi nitelikteki bir dizi denemeden oluşmaktadır ve anlamlı insan-nesne ilişkileri yoluyla kültürün dinamik olarak nasıl oluşturulduğunu göstermektedir. Eser kısım kısım yavan ve çok soyuttur ve eleştirel tarzda bakıldığında, eserin sonuç kısımlarının Douglas ve Isherwood'un birkaç yıl önce söylediklerinin çok da ötesine geçmediği söylenebilir. Ama modern çağın çeşitli temel teorilerini benzersiz ve etkileyici bir tarzda birleştirmesi bakımından, günümüzde tüketimin maddi temeline duyulan ilgide billurlaşan maddi kültür çalışmalarının amacı ve kapsamı hakkında çok güçlü –ve yer yer zarif– bir bildiridir. Miller akademik söylemleri basitleştirme yoluna gider: Bu tür söylemler çağdaş maddi kültürü, klasik antropoloji söz konusu olduğunda ilkel otantikliğin bir alt biçimi olarak, Marksist ve eleştirel teori söz konusuysa kapitalist baskı nesneleri olarak, postmodernizm söz konusuysa da dış görünüm konusunda saplantılı

bir çağın yüzeysel artıkları olarak sunar. Bu görüşlerin temelinde antropolojik içgörülerin çağdaş, "kitlesel tüketim" araştırmalarına kolaylıkla uygulanabileceği inancı vardır.

Miller toplumsal yaşamın giderek çeşitli nesneler üzerinden deneyimlendiği bir maddi bolluk çağında yaşıyor olmamıza karşın, maddi kültür hakkındaki teorik ve kavramsal bilgimizin henüz olgunlaşmamış olduğunu iddia eder. Bunun kilit nedenlerinden biri, tüketim kültürü –ve bu kültürü oluşturan nesneler– hakkındaki akademik incelemelerde nesnelerin ya önemsiz ya da baskıcı olarak görülmesidir. Miller'ın buna dair sunduğu nedenlerden biri hem çok doğru hem de eğlencelidir. Miller bizatihi kültür araştırmacılarının kültürel duruşlarının bu tür kaba ikilikleri farkında olmadan yeniden ürettiğini söyler. Araştırmacılar gündelik maddi kültürün bu alanlarına yoğunlaşmış olmalarına ve çoğu zaman çeşitli nesneleri edinecek kültürel ve ekonomik araçlara sahip olmalarına karşın (örneğin kitap, sanat, teknoloji, güzel döşenmiş evler, yünlü kaban), genellikle işyeri gibi toplumsal yaşamın "üretken" alanlarına odaklanmış, nesnelerin tamamen kişisel anlamları olduğu ya da akademik düşünceye değmediği mitini yaşatmışlardır. Sonuç olarak, araştırmacıların "tüketim toplumu" denen şeyi sanki bu toplumun parçası değilmiş ya da onun üstündeymiş gibi analiz ettikleri bir çifte standart ortaya çıkmıştır. Benzer şekilde, çoğu zaman –naif bir şekilde– estetik beğenilerinin olmadığını varsayarlar. Yaptıkları ve yapamadıkları bir yana, Bourdieu bu önermeye temelden karşı çıkmış ve daha önemlisi bunun için gereken kavramsal araçları sağlamıştır. Miller'ın çalışmalarının Bourdieu'nünkiyle ortak yönü azdır, ama farklı araçlarla da olsa bize şeylerin kültürel kullanımına ilişkin benzer sorulara odaklanma imkânı sunar. Miller otantiklik, baskı ya da yüzeysellik gibi bayatlamış tartışmalara sapmadan tüketim toplumlarını ciddiye almayı amaçlar. Görüşünün özü şu tespitinde somutlaşmıştır: Endüstriyel, tüketimci kültürün bize dayattıklarından ziyade, bizim ne olmamıza (ya da ne düşünmemize veya hissetmemize) izin verdiğiyle ilgilenmemiz gerekir. Araştırmacıların durup bu sorulara kafa yormaları nadirdir.

> Toplumu tamamen hastalıklı hale getirip insanlıktan çıkaran kapitalist toplum diye bir şey olduğu ve sadece bazı kuramcıların bundan azade oldukları görüşü (kaçınılmaz biçimde özel hayatlarını bu yanılgıya uygun biçimde geçirseler de soyut toplumsal kuramları sayesinde toplum için alternatif bir model sunma, toplumu eleştirme ve üzerine çıkmaya sadece bu kuramcıların kabil oldukları görüşü) biraz şüphelidir. (Miller, 1987: 167).

Miller analizin çerçevesini, nesneleşmenin ekonomik alanından tüketici nesneleşmesi sürecine kaydırır. Miller'ın kayda değer argümanlarından biri sınai modernlikte tüketicilerin mallardan anlam yaratırken yaptıkları önemli işe odaklanır ve özellikle de, metaların satın alınması ve sonrasındaki göstergebilimsel ve kültürel çabaya vurgu yapar (ayrıca bkz. Miller, 1998). Metalar "çok sayıda muhtemel malın belli bir kalemin özgüllüğüyle ikame edildiği" bu dönemde seçilir ve sonrasında satın alınır (Miller 1987: 190). Tüketimle ilgili yapısal açıklamalarda ön planda duran üretim ve mübadele gibi soyutlamaların yerini tüketicinin anlam arayışı alır. İnsanların kitlesel tüketim nesneleriyle yüz yüze geldiklerinde yaşanan ve Miller için en çok önem arz eden olay budur. Bu nesneleri nasıl anlayabiliriz? Onlardan nasıl anlam çıkarabiliriz? Nesnelere nasıl anlam atfedebiliriz? Dolayısıyla Miller nesneleri tüketimini en temelde, tüketicinin nesnelerin yapısını ve anlamını dönüştürmeye katılımıyla ilgili bir şey olarak görür:

> Bir iş olarak tüketim, nesneyi devredilebilir bir koşuldan devredilemez bir duruma çevirme, yani nesneyi yabancılaşmanın ve fiyat-değerin sembolü olmaktan çıkartıp belli ayrılmaz yan anlamlar üstlenmiş bir insan ürününe çevirme işi olarak tanımlanabilir. (Miller, 1987: 190)

Miller'ın bahsettiği şey mübadele değerinin –yani fiyatın– yadsınmasıdır; insanların bir nesneye anlam yüklemeleri için bu yadsıma şarttır. Kişinin verdiği anlamlar değişebilirdir; nesneler hakkındaki yorumlar toplumsal konumlara –yaş, toplumsal cinsiyet, sınıf vb.– göre değişecektir. Bir tüketici olarak kimi zaman bir nesneyi mübadele değerinden kişisel anlam yüklü bir değere dönüştüren bu

hermenötik süreci sezebilirsiniz. Bir şeye epey para ödediğiniz bir durumu düşünün, mesela pahalı bir teknolojik alet, belki bir kıyafet ya da ayakkabı. Muhtemelen, tüketim sürecinin bir aşamasında bu şeyi alıp alınama konusunda tereddütlüydünüz ya da en azından marka, tarz ve elbette fiyat konusunda farklı seçenekleri kafanızda tartıyordunuz. Bu aşamada söz konusu nesneyi arzulayabilirsiniz, ama sahip olmazsınız ve kuşkusuz onunla ilişkiniz çoğunlukla soyut olacaktır. Bir kez nesneyi satın almaya karar verdiğinizde, nesneyi kendinizden bir parça olarak görmeniz gerekir; onu hayatınıza kabul etmeli ve sizin doğal "bir parçanız" gibi hissetmelisiniz. Herhalde bunun belli bir zaman aldığı ve belki de kişisel olarak meşrulaştırma gerektirdiği malumunuzdur. Zamanla nesne değerli görülür ya da görülmez ve (sık sık değişen) biçimi aracılığıyla deneyimlenir. Örneğin çok sevilen bir tişörtün rengi biraz solacak ve esneyecektir, tıpkı bir spor ayakkabı gibi. Nesnenin biçimindeki bu değişiklikler nesnenin yorumlanması ve kullanımında da değişiklikler gerektirir ve ona bir hayat tarzı sunar. Örneğin solan tişört nihayetinde dışarıda giymeye uygun görülmeyebilir ve bu andan itibaren, ev temizleme ya da bahçe işleri gibi üst başın çabuk kirlendiği ya da "sahne gerisi" işlerde kullanılabilir.

Öte yandan Miller maddi kültürün bir dizi bağlamsal boyutunu da aşağıda özetlendiği şekliyle ifade eder:

- *Mamul nesne olarak insan eseri.* Birçok nesne işlevsel ve sembolik açıdan esnek olmasına karşın, bazı nesneler kasten belli amaçlar için üretilir ve bu haliyle imalat tarzlarınca kısıtlanmışlardır. Sanat pratiklerinin bu tür sınıflandırmaları kolaylıkla anlamsızlaştırdığı ve makine parçaları gibi şeyleri heykeltıraşlık gibi sanatsal gayelerle dönüştürdüğünü belirtebiliriz. Dolayısıyla bazı insan eserleri belli üretim tarzlarına elverişlidir, ama elbette bunun nesnenin kullanıcısı için pek önemi yoktur.
- *İnsan eserleri ve işlev.* Nesnelerin işlevlerine göre, örneğin makine aksamında veya teknoloji alanında kullanılmaları bakımından çokça farklılaşırlar. Ama Miller'a göre daha önemlisi sembolik ve estetik çeşitliliktir, mesela farklı türde

alkol içeren şişelerin şekillerindeki ya da farklı türde ayakkabıların tasarımındaki farklılıklardır.

- *İnsan eserleri ve mülkiyet.* İnsan eserleri kişisel mülkiyet haklarının gelişimiyle ve aynı zamanda benlik anlayışımızla bağlantılıdır. Örneğin kişi giydiği kıyafetin sahibidir, ama bu kıyafet aynı zamanda başkalarının ihlal edemeyeceği önemli bir benlik sınırını da temsil eder.
- *İnsan eserleri, uzam ve zaman.* Toplumsal uzamlar belli nesnelerin varlığı ve uzamdaki yerlerine göre sembolik güç edinirler. Nesneler zamanda da bağlamsallaştırılmalıdır. Örneğin bir otobüs durağı 24 saatlik süreçte çok farklı işlevlerle kullanılabilir.
- *İnsan eserleri ve tarz.* Tarz nesneleri bireysel ya da benzersiz bir tarzda düzenleyip tertiplemeyi anlatır. Tarz mefhumu, eşyaların belli bir şekilde farklılaştırıldığı, ama aynı zamanda kişinin "tarz" anlayışını aktarmak için birbiriyle ilişki halinde uyumlu bir şekilde düzenlenmesi gerektiği ev dekorasyonu alanında kolaylıkla görülebilir. Ev dekorasyoncuları renk, kumaş ve büyüklük gibi şeyleri hesaba katmalı, zaman zaman beğeni gibi denenmiş ve doğru şemalara dikkat ederken, başka zamanlarda amaca ulaşmak için bu tür şemalarla oynamalı, hatta bunları bozmalıdırlar.

Miller'ın maddi kültür çalışmalarına çağdaş tüketim alışkanlıkları ve seçimlerini irdeleyerek sunduğu katkı daha geniş ölçekte tüketim incelemeleri bağlamına da yerleştirilebilir. Miller'ın görüşlerini anlamanın en iyi yolu, genelde sosyoloji alanında, ama ayrıca kültürel çalışmalar, beşeri coğrafya, işletme ve pazarlama alanındaki (tüketimi başlı başına kültürel öneme sahip bir alan olarak ciddiye alan) külliyat ile arasındaki ilişkiye bakmaktır. Miller (1995) tüketimi insanları yabancılaştıran ya da baskı altına alan bir şey olarak görmek yerine, toplumsal, kültürel ve ahlaki bir proje olarak anlamaya ihtiyaç olduğunu iddia eder. Araştırmacıların tüketim konusunda inandıkları bazı mitleri açığa çıkartır ve tüketim faaliyetinin doğası hakkında birtakım ideolojik varsayımlarla hareket ettiklerini söyler. Bunlar "tüketim kötüdür" ve "tüketim

iyidir" şeklinde bir ikili karşıtlığa indirgenebilir. Bu ikiliğin ikinci öğesi daha az dolaşımda olmakla birlikte, tüketimle ilgili (oyunu, yıkımı ve deneyde bulunmayı tüketim üzerinden vurgulayan) kutsayıcı diyebileceğimiz açıklamalarla ilişkilendirilir kimi zaman. "Tüketim kötüdür" miti ise egemendir ve tüketimin tektipleştirmeyle alakalı olduğu, toplumsallığa ve sahiciliğe karşı, son derece bireyci olduğu varsayımlarını içerir.

Miller'ın önemli katkısı bu indirgemeciliklerin ikisine de karşı çıkması ve araştırmacıları basit tüketim kuramlarına teslim olmamaya çağırmasıdır. Miller, tüketim süreçlerinin indirgenemez maddiliğinin kabul edilmesini ve böylece tüketim incelemelerinin odak noktasının değişmesini ister: Çoğu tüketim biçiminin maddi şeylerle ilişki içerdiği gerçeğinden kaçamayız. Dolayısıyla tüketim "nesnelleştirme" adı verilen ve tüketicilerin nesnelere dünyada bir pratik olarak başvurmalarını sağlayan (örneğin ayakkabıyı ayağına giymek ya da topa bir filenin üstünden vurmak) bir süreç yoluyla mallarla üretici bir ilişki süreci içerir ve dahası bu mallar, kabul gören anlayış ve davranış biçimleri sunarlar. Dolayısıyla mallar aynı anda hem pratiklerle hem de anlam inşasıyla alakalıdır. Bu tür bir kavramlaştırmada her modern bireyin görevi, nesnel anlam şemalarıyla kendilerini konumlandırmak, mallarla ilişki yoluyla "rahatlık", "başarı" ya da "yeteneklilik" gibi arzulanır kültürel ifadelerin peşinde koşmaktır.

Miller'ın ampirik incelemelerinin ikisi bu genel ilkelere örnektir. Miller "Appropriating the state on the Council Estate" adlı çalışmasında (1988) alt-orta sınıf ve işçi semtlerindeki belediyenin yaptığı evlerde oturan kişilerle mülakat yapmıştır. Bu sakinler ekonomik sermaye anlamında zengin değildirler. Ayrıca bu toplumsal grubun ev tadilatı ve dekorasyon sanatıyla ilgileneceğini pek ummayız (bazıları bu evlere "valium konutları" adını vermiştir); buna karşın, görüştüğü kişilerin mutfaklarını yeniden dekore etmek ve kişiselleştirmek için çok çeşitli tekniklerden şevkle yararlandıkları görülmüştür. Mutfağın standart tarzını, büyüklüğünü, şeklini beğenmeyen ve kendisine yabancı hisseden ev sakinleri çeşitli stratejilerden yararlanmışlardır. Bazıları hiçbir şey yapmaz, bir diğer grup mutfaklarını

estetize etmeye çalışmış ve esasen mutfağın sorunlu görünüşünde kozmetik değişiklikler yapmak için yeni bir mutfak cephesi ve yüzeyi inşa etmek üzere çeşitli dekoratif eşyalardan yararlanmışken, son bir grup da mutfağının tamamını ya da tamamına yakınını değiştirmiştir. Bunu yapmakla bir zamanlar yabancı olan mutfak uzamını, sanayi ve kitle toplumuna içkin "çelişkilerin" üstesinden gelen anlamlı ve kişisel bir şeye dönüştürmüşlerdir. Miller yürüttüğü mülakatlar temelinde tamirat stratejilerinin benimsenmesinin toplumsal cinsiyetle ve ayrıca özdeşleşme (ya da özdeşleşmeme) ve aidiyet hissiyle yakın ilişkili olduğunu savunur. Sonraki çalışmalarından birinde –*A Theory of Shopping* (1998a)– Miller, bir grup Kuzey Londralının alışveriş pratiklerine ilişkin bir etnografya çalışması yürütür. Miller'ın çalışması, alışveriş davranışının kültürel pratikleri ve anlamlarına dair, tüketimciliğe teori ağırlıklı yaklaşımı etnografya tekniklerinden yararlanarak zenginleştiren bir incelemedir ve alışverişle ilgili postmodern görüşlerin güçlü bir eleştirisini zımnen sunar (1998a: 96). Miller tüketicilerin alışverişleri ilişkiler ve sevgi, tutumluluk ve para biriktirme ve "ikramlar" hakkında düşünmek için kullanmalarını sağlayan alışveriş ritüellerini gösterir. Alışveriş bazen yalnız yürütülebilirse de, bireyci bir meşgale olması şart değildir, zira her daim hayali ötekilerin alışveriş pratiğine dahil edilmesini içerir. Alışveriş reyonlarındaki maddi kültür kuşkusuz işlevsel kullanıma sahiptir ve işte bu nedenle insanlar bunları bir tedarik biçimi olarak satın alırlar, ama daha önemlisi mallar ve alışveriş seferleri kişinin kendi hedeflerini, aile yaşamını ve aile fertleriyle ilişkilerini tahayyül etmesinin bir yolu olarak kullanılır.

Metaların Kültürel Yaşamı. Şeylerin Toplumsal Yaşamı Vardır

Maddi kültürde anlamın dönüşümleri izleğini, geçirdiği dönüşümler –ki bu Miller'ın bütün eserlerinde de merkezi bir izlektir– yoluyla ele alan erken döneme ait önemli bir yazı, İgor Kopytoff'un şeylerin kültürel biyografisi üzerine denemesidir (1986). Kopytoff metaların sadece "teknik" meta statüsüne göre –yani

Marxçı terimlerle, bir mübadele değeri de olan kullanım değerine sahip bir kalem olarak– tanımlanmaması gerektiğini, metaların aynı zamanda kültürel ve bilişsel süreçlerin parçası olduğunu savunur. Dolayısıyla metalar cansız, sabit ve değişmez değildir – meta ve meta olmamanın çeşitli aşamalarına girer çıkarlar. Marcel Mauss'un *The Gift*'te (1967) savunduğu gibi, ekonomi alanı kültürel anlamlarla doludur, bu yüzden biz belli nesneleri satın alma anlamında metalardan bahsedebilirsek de, bu tür şeyler gerçekte her zaman bir tür kültürel işarettirler ve insanların şeylere değer ve *değerler* atfettikleri bir ahlaki ekonominin parçasıdırlar. Kopytoff yakın dönem Batı düşüncesinde insanlar ile şeyler arasında analitik bir ayrım yapan ikili karşıtlığa dikkat çeker: Bir yanda cansız metalar, diğer yanda tekil bireyler vardır. Bu ikisi arasındaki ilişkiler zayıftır ve araçsal olarak tanımlanır: İnsanlar şeyleri çeşitli hedeflere ulaşma yolunda bunlara ihtiyaç duydukları için alırlar, ama ilişkiler bununla sınırlıdır. Kopytoff'un esas hedefi şeyler (ve dolayısıyla insanlar) hakkında "süreçsel" bir görüş sunmaktır; süreç sırasında nesnelerin statüsü, kategorice ve anlamca dönüşüm geçirir. Özellikle de Kopytoff metalaşma-metasızlaştırma-yeniden metalaştırma süreciyle ilgilenir. Corrigan (1997) bu süreci anlatmak için kedi örneğini verir. Batı toplumlarında hayvanlar metalaştırılmıştır; evcil hayvan dükkânlarından ya da bakım evlerinden satın alınabilirler. Dolayısıyla kedi bir evcil hayvan dükkânında satın alınmayı beklerken metadır. Bir kez satın alındığında, meta olmaktan çıkar; sevilen bir hayvan olarak yardımsever bir aileye verilir. Genel olarak konuşmak gerekirse, kedinin yeniden metalaştırılması ihtimal dahilinde değildir. Ama bir bireyin satın aldığı bir sanat eseri yeniden metalaşabilir. Bir galerinin duvarında asılıyken metadır, satın alındıktan sonra artık başka birinin duvarında asılı haliyle meta olmaktan çıkmıştır. Potansiyel açıdan bakıldığında, bu eser ileride yeniden satılmak üzere pazara tekrardan girebilir. Demek ki nesneler kültürel açıdan asla sabit olmayıp her zaman bir var olma ve meydana gelme süreci içindedirler.

Kopytoff bu tür dönüşümlerin bir tür biyografiye benzediğini düşündürtecek şekilde görüşünü genişletir. Sadece insanların değil,

şeylerin de toplumsal yaşamları vardır. Bu tür bir biyografi konusunda sorulacak önemli sorular şunlardır: Bu şey nereden gelmektedir ve kimin tarafından üretilmiştir? Ne için tasarlanmıştır? Kimin satın alması muhtemeldir ve nerelerde kullanacaktır? Bu zamana kadarki hikâyesi nedir ve kültürel söylemler bize bu tür bir şeyin ideal konumu açısından neler anlatır? Bu şeyin hayatında tanınmış aşamalar var mıdır ve yararlılığı gittiğinde veya giderse ne olacaktır? (Kopytoff, 1986: 66-7) Kopytoff araba örneğini verir. İlkin, araba büyük bir şirkette çalışan biri ya da bir ekip tarafından yapılmalıdır. Bu bağlamda araba kârlılık, pazarlama ve ürün künyesi gibi şeyler, bu şirketin ürettiği arabalar ve ayrıca diğer şirketlerin ürettiği benzer arabalarla ilişki içinde bu arabanın yeriyle alakalı olarak o şirketin geniş kurumsal ve sınai bağlamlarının parçasıdır. Arabanın biyografisinin bir diğer parçası güvenilirlik, bakım-onarım ve yola elverişlilik gibi performans kaydıyla alakalıdır. Bir diğer veçhe de toplumsal biyografisiyle ilintilidir: Sahibi kimdir, kim tarafından ve hangi amaçla kullanılmaktadır? Aile arabası mıdır, iş arabası mıdır? Kullanımları daha genel olarak kültürümüz hakkında ne anlatmaktadır? Son olarak, arabanın yeniden satılacağı ya da takas edileceği bir zaman var mıdır?

Kopytoff meta dünyasının ve Batı ekonomik kültürüne içkin yaygın metalaşma sürecine zıt yönde işleyen kuvvetin tekilleştirme olduğunu savunur. Metalaşma her şeyi mübadele değerine (yani esasen para değere) indirgeme eğilimindeyken, bazı şeyleri tekil, güçlü ve anlamlı yapma yönünde güçlü bir kültürel buyruk da mevcuttur. Durkheim'ın kastettiği anlamda, kültür ikliminde belli nesnelerin kültürel açıdan etkili kılmak adına onları kutsal hale getirmeyi amaçlayan bir dürtü vardır. Kopytoff bunun hem kültürel hem de bireysel düzlemde gerçekleşebileceğini savunur. Kültürel düzlemde spor meraklıları efsanevi bir oyuncunun golf sopasını, formasını ya da ayakkabılarını kutsallaştırabilir; müzik hayranları bir bestekârın ya da icracının piyano, keman ya da gitarına kutsallık atfedebilir; bir müze saygın bir kişinin tasarladığı döşeli bir odayı yeniden yaratabilir (örneğin "Little House, Wayzata, Minnesota oturma odası", 1912-14, ilk kez mimar Frank Lloyd

Wright tarafından tasarlanmıştır ve şu anda New York'taki Metropolitan Müzesi'nde sergilenmektedir). Bu sergi Lloyd Wright'ın tasarımlarını kutsallaştırmakta, Wright'ın çeşitli eşyasını, modellerini ve tasarımlarını ziyaretçileri bilgilendirmek ve misafir etmek amacıyla süslemeler eşliğinde, tek bir ortamda buluşturmaktadır. Benzer şekilde, belli çağdaş tüketim nesnelerini pazarlama numarası esasen bunları geçmişin bir zamanlar biricik olan nesnelerine bağlamaktan geçer: İlkin Macintosh, Eames ya da Panton tarafından üretilmiş ve şimdi aslına sadık şekilde yeniden üretilen bir sandalyede oturmak; ilk kez Danimarka'daki SAS Hotel için tasarlanmış çay ve kahve takımının bir reprodüksiyonunu kullanmak gibi... Bu nesnelerin hepsi de marketlerde ya da internette (meta olarak) bol miktarda mevcuttur, ama kültürel değeri azlıkları, ikon statüleri ya da diğer niteliklerine bağlı olarak bir tekilleştirme sürecinin ürünüdür.

Bireysel düzlemde, metaların bol olduğu bir dünyada insanlar türdeşliğe karşı sürekli bir mücadele içindedirler; bu mücadele sık sık kişileştirmeyi de kapsayan bir tür dönüşüm itkisidir. Her an her yerde olan iPod dijital müzik çalarlar için yapılmış çok sayıda aksesuar bunun basit bir örneğidir. Herkes istediği renkte iPod alabilir, ama sık sık (yoksa "klasik şekliyle" mi demeli?) tercih sade beyazdan yanadır – tüketiciler için "cool", cıvıl cıvıl ama basit bir nesneyi akla getirir; ama belki de özellikle de genç tüketiciler nezdinde kişilikten yoksundur. Dolayısıyla herkes iPod'unu kişiselleştirmek için farklı farklı kılıflar satın alabilir, bu sayede hem telefonunu korumuş hem de renk ve bireysel varlık katmış olur. Veya bir rock şarkıcısı "Fender Stratocastwer" tarzı gitarını üzerine etiketler yapıştırarak, boyayarak ya da başka şekillerde tekilleştirmeye çalışabilir. Bütün bu örneklerde insanlar kendilerini yapılandırırken nesneleri de yapılandırmaya girişirler.

Kopytoff'un yazısının da yer aldığı derlemenin takdim yazısında, Appadurai (1986) "yollar" ve "sapmalar" adı verilen ikili süreçlerden bahseder. Yollar geleneksel ya da ön kabul olarak alınan nesne kullanımları ve güzergâhlarıdır. Bu kullanımlar hemen her zaman kültürel olarak buyrulur ve malların tasarımında şeffaf

olarak cisimleştikleri görülür. Örneğin çengelli iğne gibi sıradan bir nesne için kıyafet dikimi ve tadilatıyla alakalı belli kullanımlar ve bağlamlarla sınırlı tek bir yol olduğu düşünülebilir. Sapmalar ise bu tür "kültürel kullanım yollarının" kesintiye uğrayıp değiştirilmesiyle ortaya çıkar. Buna örnek olarak Appadurai'nin "saltanatlı şeyler" adını verdiği nesnelere işaret edebiliriz: Bir hükümdarın iktidarını, servetini ya da statüsünü temsil etmeye başlayan nesnelerdir bunlar. Bu tür metalar, kendilerine has nitelikleri korunsun diye "dışa kapalı hale getirilir" ve kullanımı sadece saltanat bağlamında sürdürülür. Daha karmaşık modern toplumlarda modanın kurumsal alanı belki de geleneksel yollardan bu sapmaların en büyük yaratıcısıdır. Yukarıda bahsi geçen çengelli iğne örneğinde Dick Hedbige (1979) çengelli iğnelerin 1970'lerde punkçılar tarafından sahiplenilip şaşırtıcı şekillerde kullanıldığını göstermiştir (örneğin burna takılan hızma ya da bir tür sapkın süs broşu olarak). Benzer şekilde, plastik çantaları kıyafet olarak kullanıyorlardı. Ayrıca moda alanından başka örnekler de verebiliriz. Önde gelen spor ayakkabı markaları günümüz gençliğine spor ayakkabı satmanın yeni yollarını bulmak için zamanda ve mekânda geriye gitmişlerdir. Örneğin 1970'lerin güreş ayakkabıları ve ayrıca basketbol ayakkabıları önde gelen ayakkabı firmaları tarafından "vintage" ya da "klasik" temalı ürünlerin parçası olarak günümüz gençliğinin moda piyasasına sunulmuştur. 1970'lerde güreşçilerin giydiği bir ayakkabı nasıl oluyor da günümüzde moda bir spor ayakkabı olarak yeniden hayat bulabiliyor? Tamamen farklı bir bağlamda; inşaat malzemesi kıvrımlı demir, Avustralya'da uzun zamandır ve bir çatı malzemesi olarak işçi evlerinde neredeyse her zaman kullanılan bir malzeme haline gelmiştir. Dalgalı şekli ve ince, hafif görünümü sayesinde çatıdan yağmuru akıtmak için kusursuz nitelikteydi. Ama yarım yüzyıl sonra, en ileri mimari pratiğinde özel bir malzeme olarak kullanılmaktadır. Bir zamanlar işlevselliğini tanımlayan nitelikler artık arzulanır, estetik nitelikler olarak algılanmaktadır ve sahibinin bireyselliğini ve kültürel gücünü göstermek adına "sergilenmesi" gerektiği düşünülmektedir.

Sanatsal Nesneler ve Anlamın Dönüşümü

Söz ettiğimiz bu yeniden kültürel dolaşıma dahil olma ve yeni bir bağlama oturtulma olgularının sanat dünyasında da benzerleri vardır. Marcel Duchamp, 20. yüzyılın başında kar küreği, pisuar, bisiklet tekerleği veya tarak gibi "hazır yapım", "çoktan kullanıma sunulmuş" heykelleriyle meşhur olmuştur. Duchamp'ın maddi kültürden yararlanan müdahaleleri sanatı tasavvur etmenin, olumsuzlamanın ve nesneleri anlamanın yeni yollarını ortaya çıkardı. Örneğin Duchamp bu nesneleri nasıl sanat haline getirir? Bunlar zaten sanat mıdır? Bağlam değiştirmek, bu nesnelerin doğasının tanımlanması açısından ne ifade eder? Duchamp'ın başvurduğu hile, tam da nesnelerin bağlamını değiştirerek sembolik anlamını manipüle etmekle alakalı görünmektedir: Tipik bağlamının dışında düşünüldüğünde bir nesne saçma görünebilir, zira anlamlı bir yorum çerçevesi sunacak uygun kültürel payandalardan yoksun kalmıştır. Michel Leiris'in (2005) Duchamp'ın sanat ve zanaat pratiği üzerine yorumlarında dikkat çektiği gibi, burada esas mesele temsiliyetin meşruiyeti; tanınma, tekrar ve bunların estetik dilindeki yerleri ile temsiliyet arasındaki ilişkidir. Benzer şekilde, çağdaş sanatçı Jeff Koons, basketbol topu ya da bir köpek biblosu gibi gündelik nesneleri sanat olarak sunmuştur. Basketbol topu örneğinde nesne bir cam kutu içinde sunulur, görünüşte sanatçı tarafından süslenmemiştir. Koons'un porselen heykellerindeyse, maharet, sıradan nesneye çok gerçek olduğu hissini vermekte, sıradanlığını ve kitsch niteliklerini vurgulamakta, hatta abartmakta yatar.

Bu geleneksel olmayan (belki de postmodern) sanat eserlerinin aksine, Richard Swedberg (2005) August Rodin'in "Calais Burjuvaları" heykelinin sanat dünyasındaki yeri üzerine yazdığı yazıda, fevkalade modern ve ütopyacı bir sanat eserinin izlediği güzergâhı anlatır. Rodin'e 1884'te Calais belediyesinin ısmarladığı ve ilk kez 1895'te sergilenen bu heykel, yerel bir kahramanlık destanını anlatmaktadır. Heykelin anlattığı hikâye şöyledir: 1347'de İngiltere ile Fransa arasındaki Yüzyıl Savaşları sırasında Kral III. Edward, elinde tuttuğu Calais kenti sakinlerini açlıkla terbiye etmeye çalış-

mıştı. Altı yurttaş kendisine teslim olmadığı takdirde kentin tüm sakinlerini öldürmekle tehdit etmişti. Rodin'in heykelinde, III. Edward'a gönderilen bu altı gönüllü seyahatlerinin başında tasvir edilir. Seyahat iyi biter; Edward kraliçe tarafından, adamları serbest bırakmaya ikna edilir ve ardından sözüm ona barışçıl vizyonuna göre kenti yeniden inşa etmeye girişir. Swedberg'in ele aldığı ilginç soru şudur: Rodin'in heykeli neden Avrupa, Kuzey Amerika, Asya ve Avustralya'daki birçok ülke dahil olmak üzere tüm dünyada bir anıt olarak kullanılmıştır? Birincisi, Swedberg heykelin yerel bağlamında popülerlik kazanmasının nedeni olarak Calais şehrinin kimliğini kazanmasındaki katkılarına; ayrıca Fransız ulusu açısından, kolektif bir birlik ve dayanışma idealinin bir temsili, sancılı tarihi ve şanlı geleceği anlamanın ve tanımlamanın bir yolu olarak işlev görmesine dikkat çeker. Daha genel bakacak olursak, bu heykel modern bireyin onur duygusuna seslenir, kolektif dayanışmanın oluşmasına yardımcı olan bir medeni cesaret biçimiyle ilintilidir. Bu heykelin yurttaşlara hatırlattığı şey, bir sivil toplum yaratıp onu ayakta tutmak için sıradan insanların başkaları adına çeşitli fedakârlıklar yapması gerektiğidir. Bu tür fedakârlıklar çok alelade şeyler de olabilir, sıradan yurttaşların kahramanlığı da olabilir. Heykel çok modern bir toplumsal dayanışma hikâyesi anlatır: "Yaşadığımız çağın kahramanları, önceki yüzyıllardan kalma heykel kaidelerinin üstünde gördüğünüz yalnız ve sıra dışı bireylere benzemez" (Swedberg, 2005: 64). Bu heykelin nasıl son derece hareketli –belki de ikonik– bir temsil haline gelip, 20. yüzyıl boyunca modern ruhun kalbine hitap ettiğini bununla açıklayabiliriz.

Jeffrey Alexander (yakında yayınlanacak eserinde) Alberto Giacometti'nin "Ayaktaki Kadın" adlı heykelinin temaşası ve ikonik deneyimiyle ilgili yazısında benzer bir vurgu yapar. Alexander'ın bu okumadaki amacı Swedberg'inkinden daha iddialıdır: Sosyolojideki kültürel deneyime ve bu örnekte bu deneyimin estetik bileşenine öncelik veren genel bir teorik yaklaşımla ilişki kurar. Ayrıca Alexander heykelin estetik boyutunu ve önünde duran kişinin deneyimini (örneğin yüzey ve derinlik, yakınlık ve uzaklık gibi özellikler) ve bunların nesnenin yorumlanışındaki rolünü irdelemek için epey

çaba harcar. Alexander'a göre, Giacometti bu estetik teknikler aracılığıyla, bakan kişiyi nesneye çeker, nesnenin ikonik anlamına erişim imkânı sağlar. Giacometti'nin nesnesinin yüzeydeki görünümü, bakan kişi tarafından "hissedilen" dışavurumcu niteliğidir. Nesne bir evrensel sembol, bizi "dünyanın kalbine" çeken bir "kolektif temsil" haline gelir (Alexander, yakında yayınlanacak: 10-11). Alexander görüşünü geliştirirken, bu tür maddi bağlılık hislerinin nasıl işlediğini anlamak için ilginç bir model önerir. Bir nesneyi ikon haline getiren şeyin, yüzeyden derinliğe hareketi sağlayış biçimi (bir "dalma" biçimi) olduğunu söyler. Dalma ikili bir süreci içerir. İlki, insanların nesneyi adeta içlerine çektikleri, nesneden özneye dönüştürdükleri ve ona baktıklarında artık nesneyi değil de "kendilerini, kendi izdüşümlerini, kendi inanç ve görüşlerini" görmelerini sağlayan "öznelleştirmedir" (Alexander, yakında yayınlanacak: 11). Bununla eş anlı olarak, insan, "maddileşme" denilen süreçle nesneye çekilir, onun ya da yerini tuttuğu düşünülen şeyin parçası haline gelir. Varolan artık ne bir nesne ne de bir insandır; duygusal bir bağlantıyla birbirine bağlanmış maddi ve insani olanın birliğidir. Bu tür bağlar –maddi nesnelerle bağlar– kültürel normların ve söylemlerin icrası ve öğrenilmesi için temeldir; kolektif yaşam ve bireyselliğin kolektif içindeki müzakeresi için temel haline gelir.

Sonuç: Nesnelere Kültürel Yaklaşımların Değerlendirilmesi

Maddi kültür çalışmalarında kültürel perspektif adını verdiğim şeyi değerlendirmeye girişmeden önce, genel özelliklerinin şu özetine bakmakta yarar var:

- Birincisi, kültürel yaklaşım; Marksist ve eleştirel yaklaşımların neredeyse tam karşıtıdır, ama yapısal ve göstergebilimsel geleneklerle önemli benzerlikler taşır. Marksist ve eleştirel yaklaşımlar insanların nesnelerde anlam bulabileceklerini tümden reddederken (nesneler sömürücü kapitalist ilişkilerin cisimleşmesidir ve bu nesnelerden anlam çıkarmak yanlış bilincin göstergesi olacaktır), kültürel yaklaşım *nesnele-*

rin anlamlılığını vurgular. Yapısal ve göstergebilimsel yaklaşım, kültüre kök salmış bir dilsel iletişim sistemi içinde nesne-göstergelerin ilişkili olduğunda ısrar ederken, kültürel yaklaşım anlam yaratımına biraz daha açık bir yaklaşım sergiler. Bir anlamda, kültürel dil işlevi gösteren kültürel kodlar, anlatılar ve semboller olduğu fikri ön kabul olarak alınır; neredeyse bilimsel diyebileceğimiz sembolik iletişim modelleri geliştirmek için Saussure ve Lévi-Strauss'un kat ettiği yolu izlemek gerekli görülmemektedir. Bu önceki çağın göreviydi. Kültürel yaklaşım bunun yerine nesnelerin anlam yaratma kapasitelerini vurgular, ama bunu katı bir göstergebilimsel iletişim modeli kullanarak yapmaz.

Kültürel yaklaşımın kavramsal platformundaki kilit öğelerinden biri, esasen kültürel yaşamın sınıflandırmaların ve kategorilerin oluşumu, dolayımı ve sürdürülmesi yoluyla işlediği şeklindeki Durkheim'cı görüştür. İnsanlar cemaatlerinin sınırlarını, kendi değerleri ve inançlarını insanlar, nesneler ve olaylarla ilgili sınıflandırmalar yaparak tanımlamaya başlarlar. Durkheim kutsal ve kutsal dışı şeklindeki ikili karşıtlığın bu sınıflandırmaların temelini oluşturduğunu savunur.

- Bu sınıflandırmalar sadece teknik-rasyonel ve zihinsel başarılar değildir. İnsanlar günlük yaşamlarında sınıflandırmalar yaparlar ve dolayısıyla bilimcilere benzerler, ama oluşturulan kategoriler manevi bir güç edinirler: Bu kategorilerin devamlılığını garanti edecek yaptırımları, cezaları ve genel sınır koruma faaliyetini gerektiren duygusal bir ağırlığa sahiptir.
- Mary Douglas ve Baron Isherwood Durkheim'ın düşüncesini çağdaş tüketim alanına doğrudan uygulayan ilk isimlerdir. Douglas (bir antropolog) ve Isherwood (bir iktisatçı), tüketim nesnelerinin işlevsel ya da ekonomik veçheleri hakkından kafa yormayı bırakıp, bu tür nesnelerin gerçekten de düşünülecek şey (*bonnes á penser*) olduğu fikrine yönelmemiz gerektiğini savundular. Yani Lévi-Strauss'un bu kavramını hatırlayacak olursak, nesneler insanların kendilerini

ve yaşamlarını, başkalarını ve genel olarak kültürü anlamalarına olanak tanır.

- Bu yaklaşım, Daniel Miller'ın çalışmalarının ardından, çağdaş tüketim davranışlarının içsel olarak bireyci, yapay ya da derinlikten yoksun olmadığını, akademik bakımdan dikkate şayan, kültürel açıdan anlamlı davranışlar olduğunda ısrar eder.

Kültürel yaklaşım hangi ölçüde maddi kültürü anlamak için uygulanabilir teorik kaynaklar sunmaktadır? Bu tür teorik modelleri savunmak için aşağıdaki görüşler sıralanabilir:

- Bu eserlerin esas gücü, genel olarak nesnelerin toplum ve kültürün oluşumunda tali olduğunu yekten kabule yanaşmamasıdır. Dahası bu eserler, hem nesnelerin rasyonelleştirme, sömürü ve teknolojik belirlenimcilik yoluyla insanı köleleştirip içlerini boşalttığı şeklindeki modern varsayımı hem de aynı zamanda, tüketim nesnelerinin bireyci, biriktirmeci ve ikonik bir kültürün aşikârlığından başka pek bir şeyi temsil etmediği şeklindeki postmodern varsayımın fena halde ihtiyaç duyduğu düzeltmeyi sağlayabilirler. Kültürel yaklaşım kültürün dış hatlarını anlamak için en sıradan ya da önemsiz nesnelerin bile dikkate ihtiyaç duyduğunu savunur.
- En sıradan tüketim türlerinin ve en olağan bireysel tüketicilerin bile kültür inşasının aracıları olduğunu varsayan bu yaklaşım, tüketimin aracılık boyutuna ve tüketicilerin aracılar olarak iş görme ve inşa etme potansiyeline güçlü vurgu yapar. Bunu yapmakla, tam tersini (tüketiciler kültürel açıdan safdildirler ve sömürülürler) savunan yüz küsur yıllık, Marksizmden mülhem eleştirel teori ve yorumlara yüz çevirir.

  Kültürel yaklaşım sosyologların insanların nesnelerle ilişkilerini anlama çabalarına, duygu ve arzu meselesinin dahil olmasını mümkün kılar. Rasyonellik ve araçsallık sorunlarında ısrar edilmez ve böylelikle, kuramcılar, insan-nesne ilişkilerini ve bunların kültürel biçimleri nasıl temellendirdiklerini daha yaratıcı ve potansiyel açıdan üretken biçimde düşünmeye davet edilirler.

Aşağıdaki görüş kültürel yaklaşıma yöneltilen yaygın eleştirilerdir.

- Kültürel yaklaşıma yöneltilen tek bir temel eleştiri vardır. Genellikle kültürel yaklaşımın Marksist anlamda yeterli eleştirel güçten yoksun olduğu savunulmaktadır. Yani kültürün etkilerine çok fazla dikkat ederken, toplumsal-ekonomik yapı ve eşitsizlik sorunlarına çok az dikkat etmektedir. Örneğin daha eleştirel bir yaklaşım, tüketim nesnelerini kimlerin yarattığı, bu insanların hangi ödeme ve istihdam koşullarında yaşadıkları ve bu tür tüketim nesnelerinin küresel akışının nasıl olduğu gibi konularda sorular sorulmasını gerektirebilecektir.

Ek Okuma Önerileri

Yapısalcı analizin üretici kültürel kodlara Durkheim'cı duyarlılıkla nasıl birleştirileceğine dair örnek vaka incelemeleri Jeffrey Alexander'ın (2003) bilgisayarla ilgili çalışmasında ve Philip Smith'in (2003) giyotin konusundaki zihin açıcı, derinlikli ve büyüleyici araştırmasında bulunabilir. Yine benzer çizgide, Richard Swedberg'in (2005) *Theory, Culture and Society*'de yayımlanan Rodin heykeli üzerine araştırması da bir nesnenin zamanın ve mekânın ötesinde evrensel kültürel inançları ve mitleri nasıl temsil etmeye başlayabileceğine dair ilginç bir vaka incelemesidir. Çeşitli çıkar toplulukları içinde gitarın ikonografisi ve anlamı hakkında büyüleyici bir araştırma için Bennett ve Dawe'ın *Guitar Cultures* (2001) adlı derlemesine bakınız. Özellikle de Ryan ve Peterson'ın gitarın ikonografisi, gitar sahiplerinin ve gitar çalanların tipolojisi üzerine yazısı ve giriş kısmı incelenmeye değer. Daniel Miller'ın *A Theory of Shopping* (1998a) adlı eserindeki kilit fikirleri bu bölümde kısaca özetlemiş olsam da, son noktada tüketilebilir nesne koleksiyonu yapmaya yönelik çağdaş alışveriş davranışlarının anlamına dair güçlü bir antropolojik açıklama için, bu esere bir daha bakmanızı tavsiye ediyorum. Tüketim markalarını kültür mitolojilerine bağlayan bir eser için, bkz. Douglas B. Holt, *How Brands Become Icons* (2004).

III

HAREKET HALİNDEKİ NESNELER

6

Nesneler ve Ayrım. Estetik Alan ve Anlatımsal Maddilik

BÖLÜM İÇERİĞİNİN ÖZETİ

Bu bölümde nesnelerin nasıl statü ve estetik değer edindikleri ve kişisel beğeniyi nasıl temsil ettikleri ele alınıyor. Bölüm dört ana kısımdan oluşmaktadır:

- Nesnelerin toplumsal statüyle nasıl ilişkilendirildiğine tarihsel bir giriş.
- Immanuel Kant'ın nesnelerin güzelliğini nasıl değerlendirildiğimizle ilgili görüşlerine genel bir bakış.
- Bourdieu'nün beğeni ve estetik yargının toplumsal içerimleri üzerine çalışmalarının özeti.
- Modern moda teorisyenlerinin (Simmel, Veblen ve Blumer) eserlerinin değerlendirilmesi ve bu eserlerin toplumsal sınıflar, bireycilik, arzu ve kolektif aidiyet sorunlarıyla ilintisi.

Giriş: Tüketim Toplumlarında "Güzel" Beğenisi ve Statü

Tüketim pratiğinin tarihsel izahları [McCracken, 1988; McKendrick vd., 1992(1982); Mukerji, 1983; Williams, 1982] ta-

rafından gösterildiği üzere tüketim, günümüzde –ve aslında epey uzun bir süredir– bir geçim pratiği olmaktan çok, toplumsal farklılık ve konum belirleme ve kimlik inşa etme alanıdır. Diğer insanlardan ayırt edilme veya kişisel tarzı sergileme gibi bariz bir amaçla yeni nesneler kullanmanın yegâne tüketim nedeni ya da biçimi olmadığını hatırlatmak önemlidir. Ama çağdaş tüketim toplumu *ayrımın maddileştirilmesine*, yani kültür ve statü farklılığının nesnelerde kodlanmasına dayanır.

Daha erken bir dönemde Erving Goffman (1951) nesnelerin statü belirlenimindeki rolünü analiz etmiştir. Goffman'a göre, işbirliğinin yaşandığı, başarılı bir toplumsal faaliyet çeşitli toplumsal statülerin uyumlu farklılaşmasına ve bütünleşmesine bağlıydı. Toplum bu özneler arası statü iletişimini gerektirir ve statü sembolleri dünyayı, çeşitli insan kategorilerine bölmekte kullanılır. Goffman'a göre, statü sembollerinin iki asli rolü vardır. Birincisi, sembolü kullanan insanı ayırt etmeye ve "toplumsal konumuna yerleştirmeye" yaraması bakımından sahip oldukları *kategorik işlev*dir. Örneğin bir tüketim toplumunda bir saatin markasını ya da tarzını statü sembolü olarak okuyabiliriz ya da laboratuar önlüğü, stetoskop ya da çerçevelenip duvara asılmış diploma gibi ehliyet gösteren somut mesleki sembolleri okuyabiliriz. Ayrıca Goffman statü sembollerinin kişinin (gerçek ya da heves edilen) tarzı, beğenisi ya da kültürel değerleriyle ilintili *anlatımsal işlevler* görebileceğini söyler. Goffman'a göre, toplumsal yaşam kişinin toplumsal statüsünü olumlamak, saptamak ya da ifade etmek için nesnelerin ve insanların bu türden sembolik dolaşımına yaslanır. Bu yolla, ileri tüketim toplumunda, tüketicilerin ilişki içinde oldukları nesnelerin kültürel anlamındaki ince farklara dair bilgi toplumsal ifade, toplumsal kimlik yaratımı ve toplumsal farklılaşma için araç haline gelebilir.

Nesneler nasıl oluyor da arzuları cisimleştirip statü işareti olabiliyor ve bir kişinin kimliği, düşleri ve toplumsal konumu için temsili bir işlev görebiliyor? Tarihsel araştırmalardan yararlanan Grant McCracken (1988) üç önemli tarihsel çağı dikkatli bir şekilde analiz ederek tüketim nesnelerinin giderek nasıl statü işareti olarak görülmeye başlandığını göstermiştir.

(1) 16. yüzyıl Elizabeth dönemi İngiltere'si: 16. yüzyılın son çeyreğinde I. Elizabeth, hükümdarın servetini ve statüsünü sergilemek ve ortaya koymak amacıyla epey harcama yapmıştı. Bu çağda İngiliz asilzadeleri meskenlerini şaşaalı bir şekilde döşemiş, Londra'da yeni evler tutmuş ve kendi statülerini, üstünlüklerini ve toplumsal konumlarını yerli yerine oturtmak için hummalı bir misafir ağırlama seferberliğine girişmişlerdi; böylece, Kraliçe Elizabeth'in saygısını kazanıp dikkatini çekebilirlerdi. McCracken, İngiliz soylularının saraya ve Londra'ya ziyaretlerini anlatırken şunları söyler:

> Her soylu kraliçenin dikkatini çekmek için saraya geldiğinde, son derece hiyerarşik bir toplumdaki tartışmasız en üst konumundan uzaklaşıyordu. Birdenbire üstünlük iddiasındaki pek çok bireyden biri haline geliyordu. Statü peşinde koşan bu insanların oluşturduğu yeni güruha tepkisi onuru, toplumsal konumu ve hükümdarla ilişkileri konusunda yaşadığı kaygıyla karışık titizlenmeydi. Bir tüketim çılgınlığına kapılması neredeyse kaçınılmazdı. (1988: 12)

Statü rekabeti, bu aşırı harcamalı tüketim turnuvalarını kurumsallaştırdı ve nesneler giderek hükümdarın meşruiyetini ve statüsünü, krallığın emellerini ve liderlerin aura'sını temsil etmeye başladı. Toplumsal statü farklarının nesnelerin tarz ve estetik özelliklerindeki farklarla gösterildiği giderek karmaşıklaşan değer rejimleri gelişti. Üst sınıfların tercihleri neyin moda olduğunu belirliyordu ve onların tercihleri geri kalan herkese "aşağıya doğru dalga dalga yayılıyordu".

(2) 18. yüzyıl İngiltere'sinde tüketim: Tüketim malları dünyası bu dönemde yeni üretim yöntemleri ve yeni inşaat malzemelerinin ortaya çıkışına paralel olarak çarpıcı bir artış gösterdi. Bunun yanı sıra toplumsal ayrımı gösterme fırsatları süreci hızlandırdı: Ciddi ölçüde katmanlaşmış toplum, ucuz mallarla üst sınıfları taklit etme fırsatı elde etti ve zenginlikte genel bir artış yaşandı. Tüketim nesneleri statü göstergeleri haline geldi. Tüketim modelleri de değişti – ihtiyaçtan uzaklaşıp modaya ve isteklere kaydı, moda döngüleri gelişip hızlandı, mağaza ağları yaygınlaştı ve alışveriş ihtiyaçları

karşılamak için gerçekleştirilen bir eylemden çok sosyalleşme tarzı haline geldi. Bu dönemin tanınmış simalarından biri, seramikleri bugün her yerde üretilen, tüketilen ve değer verilen Josiah Wedgwood'du. Wedgwood mallarını itinayla üst sınıflara pazarlamış, daha aşağıdakilerin de zamanla ilgi göstereceğini umut etmişti. McCracken'a göre, Wedgwood bu "aşağıya doğru dalga dalga yayılma" etkisini tamamıyla anlayan ve kullanan ilk isimdi: Toplumsal hiyerarşide aşağıda olanların *statü göstergelerine* sahip olmak ve sergilemek yoluyla üstlerini taklit etmeleri söz konusuydu. Bu öykünmeci dinamik, estetik ve tarz özelliklerinin nesnelerin dolaşımında giderek merkezi yer edindiği moda çevrelerinin kurumsallaşmasıyla da ilişkiliydi. McCracken'in sözleriyle (1988: 19): "Bir nesnenin yararlılığını tüketmemiş olması artık korunması için yeterli değildi. Daha önemli bir koşul olan modaya uygunluğa uyup uymadığı artık belirleyici etkendi". Bu değişim daha geniş toplumsal ve kültürel değişiklikleri tetikledi: Mallar semiyotik açıdan giderek zenginleşti; benlik, nesnelere sahip olma ve sergilemeyle ilişkilendirildi; kent uzamları dönüşerek göz atma, avarelik ve nesnelerin halk içinde sergilenmesi gibi yeni ilgilere açıldı; insanlar giderek aileleri için değil kendileri için satın almaya başladılar ve tüketiciler giderek tüketmenin "doğru" yolları ve tüketilecek "doğru" şeyler konusunda bilgilendirilmeyi istemeye başladılar.

(3) 19. yüzyılda tüketim. Bu dönemde yeni bir tüketim yükselişi yaşanmadı –zaten öncesinde yaşanmıştı– ama 18. yüzyılda yerleşen tüketici etiği derinleşti ve olgunlaştı. Yeni tüketim mallarının üretimi giderek ekonomik büyümenin motoru haline geldi. Ayrıca tüketim nesnelerini yaymanın yeni tarzları, özellikle de mallara "arzu değeri" katmak için pazarlama gelişti. Dahası alışveriş merkezleri ortaya çıktı; bunlar tüketim nesnelerini sunmanın daha incelikli ve süslü tarzlarıyla bağlantılı olmakla kalmayıp, aynı zamanda kent sosyalleşmesinin giderek demokratikleşen yeni tarzlarıydı. Nesneler "üst sınıfa öykünmenin" ötesinde daha incelikli anlamlarla kodlanmaya başladı. Örneğin o dönemin alışveriş merkezleri farklı etnik yaşam tarzlarını ve mitik temaları sergileyen iç mekânlar geliştirmişti. Nesneler ve bunların sergilenme tarzları

giderek estetikleşti. McCracken'a göre, dönemin tüketim devrimi bundan daha iyi bir mesken bulamazdı:

> Bu yeni kurum, malların pazarlanmasından kullanılan estetiğin doğasının değişmesine yardımcı oldu, hâlâ geliştirilmekte olan film ve dekor konusunda giderek daha inandırıcı teknikler sundu. Alışveriş merkezi insanların tükettikleri yerin, tükettikleri şeylerin, tüketmek için ihtiyaç duydukları bilginin ve bu yeni tüketim tarzının adandığı yaşam tarzlarını da değiştirdi. (1988: 29)

Bu bölümde, nesnelerin giderek statü belirtisi haline gelen doğasının, kuramcılar tarafından beğeni ve moda kavramları yoluyla nasıl açıklandığını ele alıyoruz. Önceki yüzyıllarda var olduğu tarihsel araştırmalarla gösterilmiş olan eğilimler 20. yüzyıl boyunca derinleşmiştir. Beğeni konusunda sosyolojik bir incelemenin gerekliliği bu bağlamda açık hale gelmektedir: Tercihler yapmak bir tüketim toplumunda yaşayan insanlar için gerekli temel bir yetenek, belki de bir "ödevdir" (Bauman, 1988). Beğeni, tüketim toplumunda insan olmanın asli bir bileşenidir. Beğeni tüketim toplumlarında temel bir yetidir, çünkü "insanın sahip olduğu her şeyin (insanların, eşyanın) ve insanın diğer insanlar için ifade ettiği her şeyin temelidir" (Bourdieu, 1984: 56). Beğeni konusundaki geleneksel sosyolojik incelemelerin ardında yatan saik şudur: Tüketim tercihleri bir kez incelendiğinde, insanların aynı nesnelere ya da şeylere sahip olmadıkları, insanların yaptıkları tercihler ve bu tercihler temelinde yarattıkları görsel-uzamsal bütün konusunda ciddi farklar olduğu açığa çıkar (Baudrillard, 1981'den sonra: 34). Diğer yandan, bu farkı analiz etmek, günümüz toplumunun ve bu toplumdaki yaşantıların doğası hakkındaki temel bilgilere ışık tutan bir bilgi sağlayacaktır. Bunu aklımızda tutarsak, bu bölümün geniş ölçekli amacı, nesneleri kullanışımıza ve değerlendirişimize etki ettiği şekliyle beğeni ve estetik konusundaki teorik perspektifleri gözden geçirmek ve analiz etmektir. Bu teorilerin ele aldığı başlıca soru şudur: *İnsanların nesnelere değer vermelerine, onlara statü onaylama yeteneği atfetmelerine ve onları, benlik ve toplum-*

sal kimliğin doğasının tanımlanmasında önemli görmelerine yol açan toplumsal süreçler nelerdir?

Bu bölümde bu sorulara cevap arayan dört farklı teori ele alınıp analiz ediliyor. Her birinin teorik temeli özetleyici nitelikteki anahtar sözcüklerle yakalanabilir. Bu dört model şu adlarla anılmaktadır: (i) Saf beğeni modeli, (ii) sınıfsal beğeni modeli, (iii) taklit/öykünme modeli ve (iv) kolektif model.

Kant'ın Felsefi Estetiği ve Nesnelerde Güzelliğin Duyumlanması (Saf Beğeni Modeli)

Hangi nesnenin güzel olduğu ya da zevklilik emaresi sayıldığı, nesnelerdeki bu güzelliğin ya da zevkliliğin nasıl tespit edileceği ve bu değerlendirmede hangi kıstaslardan yararlanılacağı soruları felsefi estetiğin temel ilgi alanıdır. Bu beğeni teorilerinin en parlak devri 18. yüzyıldı: Kant, Voltaire, Hume, Cooper ve Burke beğenin doğası, yüce ve güzel olanın deneyimlenmesi, yargılarda değerin ağırlığı ve eşyayla ilişkide haz ya da hoşnutsuzluk deneyimi konusunda kalem oynatmışlardı (Schaper, 1983). Estetik tercih felsefesi ve onun alt-kavramları (beğeni, güzellik, haz ve yüce olan) beğeni sorununa sosyolojiden farklı bir tarzda yaklaşır. Bu bölümün amacı benzersiz bir felsefi beğeni okuması yapmak değildir; aksine, beğeni ve estetik konusundaki toplumsal yazıların çoğunun açıkça Kant'ın modelinden yola çıktığını dikkate alıp –çoğunlukla kalkış noktası olarak– onun yaklaşımının temel ilkelerini ele almak yararlı olacaktır. Felsefi estetik bir şeyi güzel ya da beğeni ürünü olarak değerlendirmenin nasıl mümkün olduğuna, bu süreçlerin mantıksal kurallarına, haz ve beğeni türlerini ayırt etme çeşitlerine odaklanma eğilimindedir. Bu soruları ele alan felsefi araştırmaya Kant'ı takiben *saf beğeni* incelemesi adı verilmektedir.

Buna karşın, beğeni sosyolojisindeki köklü gelenek, Bourdieu'nün estetiğin Kantçı çeşitlemelerine yönelik sert ifadesini kullanmak gerekirse, "saf eleştirinin kaba eleştirisine" yönelmiştir (1984: 485). Veblen [1899(1934)], Lloyd Warner (Warner ve Lunt, 1963; Warner vd., 1963) ve Goffman (1951) gibi farklı ya-

zarların oluşturduğu geniş tabanlı geleneğe bağlı kalan Bourdieu, saf beğeni ve üzerinde yükseldiği estetik teorik sistemin esasen bir burjuva estetiği olduğunu ve yüzeysel kültürel malların (saf olmayan, sığ, ucuz, boş ya da yüzeysel denen şeylerin) reddedilmesinin bu estetiğin temelinde bulunduğunu gözler önüne serer (Bourdieu, 1984: 486). Bourdieu'nün estetiğin felsefi türeviyle olan ilişkisi düşünüldüğünde (*Distinction*'un manidar altbaşlığı Kant'tan ve onun "saf" estetik fikrinden sağlıklı bir sosyolojik uzaklaşma arzusuna işaret eder) Kant'ın ortaya koyduğu felsefi estetik açıklamayı irdelemek için zaman ayırmaya değer.

Kant'ın kelimeleriyle söylersek, beğeni yargıları mantıksal, bilişsel ilkelere dayanmaz. Yani insan, nesnenin güzelliğini analitik, zihinsel araçlarla nesnel olarak değerlendiremez. Neyin güzel olduğunu değerlendirmek için tamamen "estetik" bir yargıda bulunulması gerekir. Bu yargının başlıca bileşeni bir nesneye bakan kişide ortaya çıkan haz ya da beğenmeme/hoşnutsuzluk hissidir. Dahası bu haz ya da beğenmeme hissi "tümüyle çıkarsız" (1952: 12) olmalıdır, yani bir insan o şeyi "sadece tasavvur ederek" değerlendirmeli (1952: 5), nesnenin parasal değeri ya da marka değerinden etkilenmemelidir. Kant'ın bu tür yargılarda çıkarların ve özellikle de *çıkarsızlığın* rolü anlayışı Bourdieu için kritik bir anlaşmazlık konusudur (1984: 41). Bourdieu tamamen *çıkar* kıstaslarına dayandığı için –duyular yoluyla haz alma, faydalılık ya da ahlaki görüş– Kant'ın beğeni standardına ters düşen bir halk estetiği ya da işçi sınıfı estetiği ortaya atar.

> Halkın anlayışına, Kant'ın terimleriyle söylersek "duyuların etkilenişinden bağımsız bir estetik haz" fikrinden daha yabancı bir şey yoktur. (Bourdieu, 1984: 42)

Dolayısıyla güzeli temaşanın kullanışlılığı olan herhangi bir kavramdan arındırıldığı, güzel algısını kendi rengine boyayabilecek maddi etkilerden ve duyumsal hazlardan sıyrılmış Kantçı dünyada insanlar, hislerin araya girmesinden bağımsız şekilde nesnelerdeki güzelliği seyredebilir ve onlardaki saf güzellikle ilgili yargıda buluna-

bilirler. Kant'ın güzel analizinin ikinci uğrağı, çıkarsızlık kıstasının karşılanması durumunda insanın bir şeyi (sadece his düzeyinde haz verici olarak değil) güzel olarak nitelendirmesinin evrensel geçerliği olacağını iddia eder. Kant "refleksif/düşünümlü beğeni" adını verdiği incelikli yargı biçiminin zımni gerekçesini işte bu noktada sunar:

> İnsan için pek çok şey çekici ve haz verici olabilir; bu önemli değildir. Ama eğer bir şeyin güzel olduğunu beyan ediyorsa, diğerlerinin de aynı hazzı duymalarını bekler; sadece kendisi adına değil, herkes adına yargıda bulunur ve ardından güzellikten sanki şeylerin bir özelliğiymiş gibi bahseder. Böylece o *şeyin* güzel olduğunu söyler ve hazla ilgili verdiği bu yargıya başkalarının da katılıp katılmadığına bakmaz, çünkü geçmişte ara sıra katılmışlardır; bunun yerine, başkalarının da aynı fikirde olmalarını *talep eder*. Eğer farklı bir yargıda bulunurlarsa onları paylar ve beğeniden nasipleri olmadığını ve bunun için çabalamaları gerektiğini söyler. (Kant 1952: 14-15)

Evrensel geçerlik fikri Kant'ın eleştirisinin dördüncü uğrağında sunduğu, beğeninin *sensus communis*'i (hissi müştereki) kavramında uygulama alanı bulur. Sosyolojik açıdan bakıldığında, böyle bir beğeni müşterekini savunmak ilginçtir ve ileride Blumer (1969) ve bu ölçüde olmasa bile Lyotard'da (1988) göreceğimiz moda ve beğeni izahatıyla ilintili görünmektedir. Bu katkıların ikisi de bu bölümün ileriki sayfalarında ela alınacak. Gronow da (1987: 88) bu teorik bağları açıkça ortaya koyar. Kant beğenilerin ancak başkalarına atıfla anlam ya da değer edindiğini savunur. Bunun nedeni çıkarsızlık kıstası karşılandığı durumda, insanların güzelliği aynı tarzda değerlendirmemesinin mümkün olmamasıdır; toplumsal yargılarda "hissi müşterek" fikrini varsayan bir uyum vardır:

> Bir şeyin güzel olduğunu beyan ettiğimiz yargıda, kimsenin farklı bir görüşte olmasına müsaade etmeyiz. Ama yargımızı kavramlara değil, sadece hislerimize dayandırırız. Dolayısıyla beğeni yargısının temeline yerleştirdiğimiz hisler şahsi hisler değil, umumi hislerdir. Şimdi bu hissi müşterek, eğer temel görevi görecekse, deneyime dayandırılamaz, zira "gereklilik" içeren yargıları meşrulaştırması amaçlanmıştır. Aklıselim, her-

> kesin yargılarımıza katılacağı anlamına gelmez; herkesin katılması *gerektiği* anlamına gelir. Ben beğeni yargımı hissi müşterekin ortaya koyduğu yargının bir örneği olarak sunarım ve tam da bu nedenle yargıma *emsal* geçerlilik atfederim.(Kant 1952: 49)

Kant'ın *sensus communis* mefhumu estetik yargı standartlarını belirlemek için kolektif bir temel olduğunu kabul eder. Beğeni toplulukları konusunda klasik sosyoloji çalışmalarının habercisi mahiyetindedir ve dahası beğeni konusundaki gündelik şemalara ve anlatılara dair sosyolojik araştırma için önemli içerimlere sahiptir. Fakat Kant'ın nesnelerdeki güzellik yargısı analizinin tüketim toplumunda nasıl işlediğini tahayyül etmek zordur. İnsanların pazarlama, marka, statü algısı ve maliyet gibi meselelerden bağımsız olarak güzellik yargılarında bulunmaları mümkün müdür? Bu tür yargılar mübadele değerinin ve sembolik değerin fiilen ortadan kalktığı yerlere, mesela sahiplik sorunlarının konu dışı olduğu kurumsal sanat galerileri gibi özel bağlamlara mahsus görünmektedir. Kant'ın önermesindeki bir diğer temel sorun, tarafsız yargılarda bulunmanın toplumsal içerimleri ve olanağıyla alakalıdır. Önemli toplumsal bölünmelerin tüketim pratiklerine dayandığı bir toplumda bu mümkün müdür? Bu soru karşısında, Pierre Bourdieu'nün eserlerinde Kant'ın fikirlerinin modern sosyolojik eleştirisini incelemek yerinde olacaktır.

Nesneler ve Sınıf Bağlamları. Bourdieu ve Nesnelerin Sosyolojik Psikanalizi (Sınıfsal Beğeni Modeli)

Bugün beğeni konusundaki her türlü sosyolojik tartışma Pierre Bourdieu'nün kurucu nitelikli çalışmalarını, doğrudan bu alandaki başlıca eseri olan *Distinction*'u ele alarak yola çıkmalı ve ayrıca, diğer önemli eserlerinde, örneğin *Eylem Kuramı Üzerine*'de geliştirdiği sosyolojik pratiğe yönelik teorik temel de dikkate alınmalıdır. Bourdieu'nün (1984) beğeniler ve kültürel tüketim üzerine çalışması 1960'ların Fransa'sında yürüttüğü araştırma ve mülakatlara dayanır ve en önemli başarılarından biri beğeni incelemelerinde

güçlü bir kültürel ve toplumsal perspektif öne sürmesidir. Bourdieu burada "beğeninin", güzelliği değerlendirecek göze sahip oldukları düşünülen estetik uzmanları için doğal bir alan sayıldığını savunur. Bourdieu'nün sözleriyle, "tercihlerimizi yöneten başlıca temayüller ancak gündelik hayattaki dar, normatif anlamındaki 'kültür' geniş, antropolojik anlamında 'kültürün' içine yeniden yerleştirildiğinde; en incelikli sanat nesnelerine yönelik gelişkin beğeniler damak tadının en ilkel beğenileriyle ilişkilendirildiğinde açığa çıkar" (Bourdieu, 1984: 99). Bourdieu'nün görüşünün doğal karşıtı olarak görülen Immanuel Kant'ın eserlerinde beğeninin çıkarsız, saf bir güzellik takdiri olduğunu (adeta estetik yargılarda bulunmak doğanın bir mükâfatıdır) tahayyül etmesi bakımından tamamen toplum *karşıtı* olan bir köklü beğeni anlayışı öne sürülmüştür. Fakat Bourdieu'ye göre sosyal bilimler, bu anlayışın yanlış olduğunu ampirik olarak kanıtlamıştır ve estetin gözlerinin "eğitimle yeniden üretilen bir tarih ürünü" olduğunu ortaya koymuştur (1984: 3).

Bourdieu'nün **Estetik Beğeni İzahındaki Kilit İlkeler**

Bourdieu'nün beğeni anlayışında belirtilmesi gereken ilk husus, beğeniyi insanların yaptıkları ve sahip oldukları her şeyde tezahür eden bir şey olarak görmesidir: Beğeni "insanın sahip olduğu her şeyin –insanlar ve şeyler– ve insanın diğer insanlar için ifade ettiği her şeyin temelidir" (1984: 56). Bu demektir ki, beğeni esasen "egemen" estetik sınıflar diye adlandırılabilecek kesimlerce üretilen ve tüketilen "meşru" resim, müzik ya da edebiyat tartışmalarının tekelinde değildir. Daha ziyade, beğeni kararları toplumsal sınıf ayrımı olmaksızın bütün toplumsal ve kişisel alanlarda uygulanır. Buna moda, saç şekli, ev dekorasyonu ve yemek hazırlama gibi pratik sanatlar ve okuma, spor ve sinema gibi boş zaman faaliyetleri de dahildir. Ayrıca, Bourdieu için beğeni pratiğinin özü insanların bedenlerini sunma tarzlarında tezahür eder: "Beden, sınıfsal beğeninin en tartışılmaz maddileşmesidir" (1984: 190). Beden; kıyafet ve saç tarzları, süs eşyaları, konuşma, hal ve hareketler yoluyla beğeninin ifade edildiği temel bir alandır. Ayrıca

başkalarına sunulduğu haliyle bedenin ebat ve şekilleri, beğeninin "bedenselleşmiş" doğasını ortaya serer. Örneğin bedenin büyüklüğü ve ağırlığı, şekli ve duruşu; bunları tezahür ettiren toplumsal koşulların ve insanların kendi bedenlerine karşı tutumlarının ipuçlarıdır. Dolayısıyla buraya kadar yazılanları özetlemek gerekirse, Bourdieu için beğeni evrensel bir pratiktir, çünkü farklı toplumsal gruplara mensup her sınıftan insan için geçerlidir ve ayrıca kaçınılmaz bir pratiktir. Çünkü toplumsal dünyaya katılım beğeniyle ilgili bağlılıkları ve dışavurumları gerektirir.

Bourdieu'nün toplumsal ve maddi dünyadaki bütün ilişkilerimizde beğenin bir rol oynadığı iddiasının sonucu olarak iki önemli ilke ortaya çıkmaktadır. Birincisi, beğeni pratiği "doğal" bir yargı görünüşü edinir. Beğeni yargıları günlük yaşamın öyle rutin bir parçası haline gelmiştir ve insanın varoluş koşulları o kadar belirleyicidir ki, toplumsal ilişkileri estetik yargılardan ayırmak zorlaşır. Böylece, Bourdieu'nün modelinde beğeni yargıları toplumsal ilişkilerin estetik sergilenişi olarak işlemeye başlar. Beğeniler insanların tüketim toplumunda var olma, hareket etme ve görme tarzlarına fazlasıyla sirayet ettiğinden, "doğal" bir görünüş ve hisse bürünür. Bazı sınıflardan insanların beğenisinin doğal olarak iyi, diğerlerinin kötü olduğu ideolojisini besleyen işte bu doğallık görüntüsüdür. Beğeni incelemeleri son derece rutinleşmiş olan bu estetik yargıların temelini açığa çıkarmaya çalışmak zorunda olduğundan, Bourdieu *Distinction*'un ilk bölümünün girişinde "sosyolojinin sosyal psikanalize en benzer olduğu an belki de beğeni gibi bir nesneyle karşılaştığı andır" der (1984: 11).

Tüketim toplumunda beğeni yargılarının kronik doğasının ikinci sonucu, araştırmacı tarafından anlaşılmaya hazır bir tercih "ekonomisinin" mevcudiyetidir. Kültürel malların ekonomisi araştırmacı için iki tarzda tezahür eder. Birincisi, çeşitli sınıfların tükettikleri kültürel nesnelerin belli bazı birleşimlerinde görülebilir. Örneğin Bourdieu'nün iki boyutlu düzlem şemasında sunulan egemen beğenilere ilişkin analizi (1984: 262) kültürel ve ekonomik sermaye derecesiyle bağlantılı olarak müzik eserleri, besteciler, ev içi mekânlar ve yemek pişirme tercihleri konusundaki dağılımları

göstermektedir. Benzer şekilde, sanayi ve ticaret alanında işverenlerin, çalışanların ve ortaokul öğretmenlerinin sinema tercihlerinin tespiti için, Parislilerin tercih sırasına göre sıraladıkları filmlerin bir çizelgesini çıkarmıştır (1984: 271). Ortaya çıkan bu kültürel tercih haritasının sonucu, kültürel bir tüketim ekonomisinin ortaya çıkışıdır ki bu, Bourdieu açısından yaşam tarzları uzamının anlaşılması yolunda bir adımdır. Tercih edilen kültürel malların ekonomisi (insanların beğenilerinin bir ürünü) aynı zamanda insanların kültürle ilişki tarzında tezahür eder. Bourdieu'nün izahında beğeni sadece *ne* tükettiğimizde değil, aynı zamanda *nasıl* tükettiğimizde de dışa yansır. Örneğin küçük burjuvazinin tüketim stratejileri hakkında şu yorumda bulunur:

> Küçük burjuvazi, kültür oyununu bir oyun olarak oynamayı bilmez. Kültürü o kadar ciddiye alır ki, blöf ya da numara yapamaz, hatta gerçek aşinalığı gösteren mesafe koyma ve kayıtsızlıkla ilgisi yoktur. Kültürü o kadar ciddiye alır ki, cehalet yahut gaf korkusundan kaçamaz veya kültürle ilgili meselelere, rekabet etmeyenlerin gailesizliğiyle ya da kendi boşluklarını itiraf etmeye, hatta sergilemeye hakkı olduğunu hissedenlerin dinginliğiyle yaklaşmayı beceremez. Kültürü bilgiyle bir tutarak kültürlü insanı muazzam bilgi birikimine sahip biri gibi düşünürler ve kültürlü insan (kasaba papazına yasak olup inanç konularında aklına geleni söyleyebilen kardinal için mubah olan kâfirane bir çıkışla) bilginin, en basit ve incelikli ifadesine indirgenmiş haliyle kültürle bir *ilişki* olduğunu beyan edince, ona inanmayı reddederler. (1984: 330-1)

Bourdieu'nün analizinde diğer toplumsal sınıflar kültürel nesnelerle toplumsal açıdan hep kendilerine özgü şekillerde ilişki kurarlar. Burjuva sınıfının tüketim tarzı, burjuvazinin kültürle ilişkisinde kültür sanki bu sınıf için yaratılmış gibi sahiciliği ve doğallığı vurgulamaya çalışır. Kimi zaman eksantrik olmasına izin verilse de, burjuva tüketimi kültürün bir doğa gibi beslenip geliştirilmesi anlayışıyla kol kola giden bir güvenle ayakta tutulur. Burjuvazi için tipik olan bir yaşama sanatı geliştirmektir, böylece örneğin yemek hazırlama bir zorunluluk olduğu kadar sanatsal bir çaba haline de gelir. "Sanatsal tüketim" tarzlarına dayalı olan bu tür gündelik

faaliyetlerin amacı "en nadir ve en değerli şey... yani zamanın" olanak sunduğu "saf, amaçsız harcamayı" talep etmeleridir (1984: 281). Bunun alternatifi olan işçi sınıfı estetiğine hâkim olan şey ise, "zaruret temelli beğeninin" yarattığı sadelik, pragmatizm ve tevazua dayalı bir yaşama becerisinin geliştirilmesi, estetikleştirmenin ise reddidir. Bu türden beğeninin örneklerini:

> kendi sözleriyle, "kazandıkları parayı nasıl harcayacaklarını bilmeyen" küçük zanaatkârların ya da işadamlarının veya bir meta ya da hizmet olmadan yaşayarak ("kendi başının çaresine bakarak") ne kadar "biriktirdiklerini" hesaplamaktan en az o şeyin kendisinden olduğu kadar zevk alan, ama aynı şekilde, para harcamaktan acı duymadan o şeyi asla satın alamayan köylü ya da işçi köklerine hâlâ bağlı büro işçilerinin davranışlarında görürüz. Bir insanın cebinde bir milyonu olması onun milyoner gibi yaşamasına yetmez. (Bourdieu, 1984: 374)

Bourdieu'nün beğeni izahının (bu örnekte kısaca) ele alınması gereken son bileşeni *habitus* mefhumudur: Beğenilerin geliştirilmesini ve hayata geçirilmesini sağlayan mekanizma. Habitus insanların beğeni ve beğenmezlik sistemleri geliştirmelerini sağlayan araçlar ve ayrıca insanların nesneler ve insanlarla ilişkilerinde kullandıkları ilkeler ve usullerdir. Kısacası, toplumsal dünyada nesnelerle ve insanlarla ilişkilerinde bireyleri yönlendiren, pratik birtakım temayüllerdir. Habitus insanlarda üretiminin tarihsel ve toplumsal açıdan konumlandırılmış koşulları yoluyla oluşturulur; "geçmiş deneyimlerin aktif şimdisidir" (Bourdieu, 1990: 54). Habitus belirli birtakım koşulların ürünü olmakla birlikte, Bourdieu'ye göre hâlâ biraz kendiliğindendir. Bir insanın habitusu onu belli tercihlere yöneltse bile, bu kurallara itaat etmekle aynı şey değildir. Bourdieu'nün teorisinde habitus *hem yapılandırılmıştır hem de yapılandırıcıdır*. Yani insanların toplumsal ve maddi dünyadaki karşılaşmaları sınıflandırıp örgütlemelerini sağlayan ilkeleri yaratan habitus, bu karşılaşmalar düzenli birlikteliklerin ve ortak varoluş koşullarının ürünü olduğu oranda, bunlar tarafından yapılandırılır ya da yaratılır aynı zamanda.

Bourdieu'nün beğeni izahı, bu zamana kadar yayınlanmış en iddialı ve eksiksiz izahtır. *Distinction*'daki yaklaşımının birçok güçlü yanı vardır. Temelde gücünü, Bourdieu'nün araştırma malzemeleri yoluyla elde ettiği çok çeşitli nicel verilerden ve bu verileri analiz ederken kullandığı tekniklerden alır. Frow'un Bourdieu'nün bir kültürel beğeniler ve değerler rejiminin tesis edilmesindeki işbirlikçiliğini ortaya koyan yapısöküm çalışması (1987), kullanılan kültürel kategorilerin keyfiliğini göstermesi bakımından çekici bir çalışmadır. Öte yandan, Bourdieu'nün kültürel ve ekonomik sermaye boyutlarındaki toplumsal ve kültürel mütekabiliyetler üzerine yaptığı analizin, toplumsal beğeni örüntülerine ilişkin mevcut en iyi ampirik değerlendirme olduğu da doğrudur. Belki de bu eserin beğeni incelemelerine ciddi katkısının en önemli nedeni Bourdieu'nün önceki eserlerinde geliştirdiği etkileyici teorik temeli buraya uygulamasıydı. Bourdieu'nün güçlü bir yapısalcılık akımından [1963(1979)] sıyrılıp nesnel ve öznel ilkelerin –farklı sermaye biçimlerinin rolü, toplumsal uzamın boyutları ve habitus teorilerine yaslanan– daha incelikli bir sentezine (1977) doğru ilerleyişi, yaklaşımına yöneltilebilecek her türlü haklı eleştiri bir yana, *Distinction*'da etkileyici biçimde yürürlüğe konulur.

Bundan daha az başarılı olmakla birlikte, *Distinction*'da ayrıca, metin boyunca nicel bulguları desteklemek amacıyla -bence başarılamamış bir amaçtır bu- çeşitli mülakat verileri ve vaka incelemeleri de kullanılır. *Distinction*'u "farklı metinlerin, fotoğrafların ve şemaların ilgi çekici bir pastişi" olarak nitelendiren Jenkins, nitel verilere bu tür bir yaklaşımın tarz bakımından yararlılığı sorununa dikkat çeker (Jenkins, 1992: 138). Bourdieu'nün nitel verilere nasıl yaklaştığıyla alakalı daha genel bir meseleyi gündeme taşıyan bir tespittir bu. Eser içindeki ağırlığı bakımından nicel verilerle yan yana durması mı gerekir, yoksa ikincil önemde midir? Beğeni kavramı *Distinction*'da esasen araştırma malzemeleri ve nicel analiz yoluyla işlemsel hale getirilir. Bourdieu'nün, normalde bizim kültür olarak gördüğümüz şeyin aslında sınıf kültürü olduğu şeklindeki temel tezini kanıtlamasının en etkili yolu budur. Öte yandan bu yöntemsel tercihin de kendine göre peşin hükümler barındırır,

beğenileri incelemenin "doğal" yolu değildir örneğin. Probleme nicel, ucu-açık bir bakış beğeniyle ilgili benzersiz bir teorik yaklaşım sağlayabilirdi ve bu yaklaşım, nesnelerle ilişkileri yoluyla beğeniyi "pratiğe döktükleri" söylenebilecek faillerin anlamına en azından eşit değer veren bir yaklaşım olurdu.

Bourdieu'nün yaklaşımına getirilen ve insan-nesne ilişkilerine dair daha kültürel, anlam yönelimli bir açıklamayla bu yaklaşımı dengelemeye çalışan iki temel eleştiri söz konusudur. İlki, Bourdieu'nün beğenilerin "nesnel olarak" incelenmesi gerektiğine dair metodolojik ısrarıdır. Bourdieu'nün *Distinction*'da beğenileri işleme sokmak için kullandığı başlıca araçlar "nesnelleştirilmiş" beğeniler fikridir. Bu demektir ki, araştırma ölçütleri belli nesneler ve şeylerden yana "bariz tercihleri" haritalandırmak amacıyla beğeni kavramının göstergeleri olarak tasarlanmıştır. Bu göstergeler müzik, sanat, edebiyat, gıda, boş zaman ve kıyafet gibi beğeni pratiğinin belli başlı alanlarında yerleşmiştir. Bu yaklaşımın başardığı şey, beğeninin farklılaştığı alanları kültürel ve ekonomik sermayeye göre haritalandırmasıdır ve mesele esasen sınıf olayına bağlanmaktadır. Bu tür bir yaklaşımın değeri tamamen yok sayılmamalıdır, ama farklı bir vurgu gerektiği de açıktır. Bu tür bir metodoloji "beğenileri" temsil için seçilen *işaretlere* dair toplumsal örüntülerin bir tasvirini –yani insanların sahip oldukları ve ilişki kurdukları şeyleri açıklama imkânı– sunar ve Bourdieu örneğinde toplumsal yeniden üretim ve kültürel tahakküm hakkındaki fikirler için kanıtlar sağlar. Fakat ikincisi ve daha da kötüsü, beğeniler kültürel ürünler olarak şeyleşir ve yaratıcı, aktif bir süreç belli kültürel nesneleri ve bilgileri "bilmeye" ya da "bilmemeye", "sahip olmaya" ya da "sahip olmamaya" indirgenir. Bu metodolojik tercih beğenilerin öznel, hermenötik veçhelerinin soruşturulmasına değer vermez, süreci yok sayar ve "beğenilere" sahip olmanın içerdiği zımni bilgi biçimlerine göz ardı etmek zorundadır. Ayrıca ve belki de araştırma/anket yönteminin bir kültürel pratik olarak beğeniyle başa çıkamamasının doğal bir sonucu olarak, bu tür bir yaklaşım gündelik beğeni pratiğiyle bağlantılı *kolektif süreçleri* neredeyse tamamen gözden kaçırır. Dolayısıyla özetlersek, Bourdieu'nün me-

todolojisinde beğeniler, sınıf farklılaşması açısından uygun bir sermaye biçimi olarak vurgulanır. Bu tür bir odaklanma, toplumsal yeniden üretimin baskın beğeninin ön plana çıkmasında oynadığı rolü gözler önüne serme projesini destekler, ama bu tür bir tutum almakla, kolektif duyguların toplumsal tedavülüyle ortaya çıkan birleştirici güçleri açıklama olanağını dışarıda bırakır.

Moda Olmak: Toplumsal Onur ve Ganimet Gösterişi (Öykünme Modeli)

Bourdieu'nün izahının mirası, kişinin beğenilerinin esasen toplumsal sınıfın bir ürünü olarak görülmesidir: Salt tarafsız yargılardan ziyade yetişme tarzına, eğitim ve toplumsal öğrenime yaslanan tercihlerdir. *Distinction*'un sarsıcı gücü burada saklıdır: Estetik kabullerin tartışmasız saydığı iddiaların sosyolojik teşrihi yapılır. Ama bir ölçüde, Bourdieu'nün *Distinction*'u beğeni alanında çok etkili hale gelmiştir. *Distinction* kültür konusunda eleştirel sosyolojik analizin hâlâ nadir bir örneğidir, ama alandaki egemenliği önceki ve diğer katkıları kıyıya köşeye itmiştir. Bunlar hak ettiği değeri görmemiş ya da unutulmuştur, ama ele aldığı temel sosyolojik sorunlarla hiçbir zaman tatmin edici şekilde hesaplaşılmamıştır.

Bundan sonraki sayfalarda Kant-Bourdieu tartışmasından uzaklaşarak beğeni, moda ve tarz konusundaki bazı klasik sosyoloji yazıları kavramlaştıracağız. Bu izahlarda Bourdieu'nün yaklaşımının eleştirel gücü yoktur, ama beğeni süreçlerinin toplumsal dinamiklerine dair içgörüler vardır. Klasik beğeni ve moda incelemelerinde iki kilit eğilimden bahsedilebilir. En iyi temsilcileri Simmel ve Veblen olan ilki, beğenin kamusal alanda müzakere edilmesiyle ve modanın toplumsal rolüyle ilgilenir. Fakat ağırlıklı olarak öykünme, sınıf ayrımı, taklit ve göze çarpıcılık mefhumlarına yaslanan bir elit-kitle beğeni modeliyle ayırt edilir. Blumer'ın (1969) kolektif beğeniler üzerine makalesiyle sivrilen ikinci eğilim ise ayrım ve öykünmeden farklı olarak beğeni ve tarzın ortaklaşa müzakeresini vurgular. Blumer'ın sunduğu modelin bu tür duyguların müzakeresine özgü mekanizmalar konusunda epey muğlak

olduğunu kabul etmek gerekir. Fakat kolektif beğeni boyutunu ele almak için güncellenmiş, sembolik bir temel sağlar. Şimdi ilk olarak, beğeniyle ilgili elit-kitle taklit modelini ele alacağız.

Simmel'in moda ve tarz analizi, eserlerinin çoğu gibi, esasen modernliğin itici gücü olan süreçleri ve akabinde bunların modern insanın psiko-sosyal gelişimine etkilerini anlama girişimidir. Moda ve tarz salt kıyafet, ev dekorasyonu ya da mücevherattan daha fazlasını temsil etmeye başlar; bunlar modern toplumsal yaşamın temel süreçleridir. Çatışma, uzlaşma, yükselme ve uyum süreçleri, hepsi de en temel Simmelci diyalektiğe hizmet eder: Genellik/tektipliğe karşı bireysellik/farklılaşma. Her ne kadar moda ve beğeni çağdaş tercih analizi açısından benzersiz bir kavramsal bileşen sunsa da, Simmel için (tıpkı Kant ve sonrasında Blumer için olduğu gibi) moda ve beğeni tek bir toplumsal-estetik sürecin merkezi öğeleridir. Moda, bir nevi beğeni mekanizmalarının kamusal olarak sergilenmesiydi; kamusal beğeni düzeylerinin sürekli belirlendiği, ardından aşıldığı bir alandı (1997a: 194). Taklit bu sürecin temel bir bileşeniydi, çünkü bireylerin kendilerini toplumsal olana yönlendirmeleri için başlıca pratik ya da teknikti. Hem düşünmeyi hem de düşünmeden taklit etmeyi gerektirdiğinden, Simmel modanın bu temel bileşenini hem "düşüncenin hem de düşüncesizliğin çocuğu olarak" adlandırmıştı (1997a: 188). Modern insan için taklit sadece kötü bir şey değildi, zira bireyi benlikle sürekli ilgilenmek sorumluluğundan ve sahici bir bireysel tarz yaratma işinden kurtarıyordu. Öte yandan kopyalama sürecinde modern taklitçi, sanki gerçek bir şahsi gaye peşinde ve yaratıcı bir insanmış gibi davranıyordu. Modern moda taklitçisi "toplumsal bağlamların bir kabından" başka bir şey değildi (Simmel, 1997a: 188).

Taklidin modada böylesine temel bir süreç işlevi gördüğü ve dolayısıyla modernliğin de karakteristik bir gücü olduğu düşünüldüğünde, takip ettiği modalar, taklit edilecek modeller oluşturan bir toplumsal grup da mevcut olmalıdır. Moda gündemini belirleyenler ile bu gündemi takip edenler arasındaki bu önemli ayrımdan ötürüdür ki, Simmel'in moda analizi esasen, alt sınıfların mütemadiyen üst sınıf modaları taklit etmeye çalıştıkları sınıf temelli bir öykünme

modelidir. Aslında Fred Davis (1992: 211) Simmel'in moda fikrinin klasik "aşağılara doğru yayılma" modelinin biraz daha incelikli bir versiyonu olduğunu söyler. Simmel'in savunduğu şey, modanın, en saf biçimiyle (yani en son versiyonuyla), üst sınıfların alanı olduğudur. Teknik açıdan, alt sınıfın kendine ait sadece birkaç sahici modası olabilir ve dolayısıyla sürekli olarak taklitçi rolünü oynar. Moda farklılaşma ile bütünleşme arasında bir toplumsal denge tutturmak için amansız bir çaba olduğundan, alt sınıfların üst sınıfların modalarını başarıyla taklit etmeye başlamalarıyla modalar sürekli değişmektedir. Farklılık için hummalı bir çaba gösterilmektedir, ama bu sadece tek yönlü bir süreçtir: Modanın yönü için her zaman alt sınıflar üst sınıflara bakmaktadır. Dolayısıyla moda nihayetinde sıfır-toplam ilkelerine dayalı olan sınıf temelli bir yıkım ve yaratıcı dirimsellik diyalektiğini yerli yerine oturtacak benzersiz bir güce sahip olan farklılaşma için fevkalade modern bir alettir.

> Modanın, belli bir dönemde belli bir grubun sadece bir kısmı tarafından uygulanması, büyük çoğunluğunsa bu modaya uyma yolunda olması onun karakteristiğidir. Bir örnek herkesçe benimsenir benimsenmez, yani ilk başta çok küçük bir azınlığın yaptığı bir şey -mesela kıyafetlerimizin belli kısımları ve toplumsal davranışlarımızın çeşitli biçimleri- herkes tarafından yapılmaya başlar başlamaz artık modadan bahsedemeyiz. Moda yayılmaya başladığı andan itibaren, yavaş yavaş çöküşe geçer [Simmel, 1957 (1904): 547].

Simmel moda üzerine meşhur yazısında moda arayışına daha göze batar şekilde giren birtakım gruplar olduğunu söyler. Bunlardan birincisi diğer medeni ve toplumsal alanlarda bireyselliklerini gösterme fırsatından mahrum bırakılan ve anlamlı bir toplumsal kişiliği ortaya koymanın aracı olarak modaya yaslanmak zorunda kalan kadınlardır. Diğer yandan, Simmel, özellikle de genç insanların müstesna moda davranışları sergilemeye meyilli olduğunu söyler (1997a: 201). Ama hepsinden çok, orta sınıflar moda dinamiğinin arkasındaki gerçek güçtür. Alt "kitleleri" "harekete geçirmek zordur ve gelişimleri yavaştır" (1997a: 202) ve diğer yandan en üst toplum-

sal katmanlar muhafazakâr, arkaiktir; değişimden korkarlar (1997a: 202). Canlılık orta sınıflardadır, zira toplumsal katmanları tırmanacak psikolojik dürtüye ve bu amaca ulaşacak kaynaklara sahiptirler.

Postmodern tüketim kültürü üzerine yapılan çağdaş çalışmalarla Simmel'in benzerliği burada açık hale gelmektedir ve üzerinde durulmayı hak etmektedir. Simmel'in geliştirdiği fikirlerden birçoğu postmodern *zeitgeist*'ın temel bileşenleri olarak görülmektedir: hummalı yenilik arayışı (1957: 545), amansız farklılık çabası (1957: 546), toplumsal yaşamın birçok alanında modanın geliştirilmesi (1957: 548), modanın oyunbaz niteliği (1997a: 194) ve Simmel'in tarz üzerine çalışmasında vurguladığı dönemin yoğunlaşmış bireyciliği ve öznelciliği (1997b: 216). Bu tür bir liste Featherstone'un (1987), Jameson'ın [1991(1984)] ya da Lash ve Urry'nin (1994) eserlerinde gördüğümüz tüketim kültürüne ilişkin çağdaş tanımlamalara pekâlâ uyar; ama elbette böyle bir karşılaştırmadaki temel sorun hız ve yoğunlukla ilgili olacaktır ki, bunu ampirik temele oturtmak daha zordur.

Simmel sosyolojik moda süreçlerine ilişkin inceliklere dikkat eden önemli bir izah sunar. Onun uzun erimli projesi, modern bireysellik-toplumsal bütünleşme gerilimini incelemek, olmayı sürdürdü ve moda analizi, bu "uyum" probleminin klasik bir psiko-sosyal versiyonunu sunar. Simmel'in modeli modayla ilgili her girişimin (moda karşıtı duruş dahil) bireylerin toplumsal güçlere kanalize olmaları açısından bir teknik ya da kaynak sunduğunu vurgular ve bu bakımdan yararlıdır. Bu açıdan Simmel'inki klasik bir *sosyal* modeldir. Simmel'in moda modelinde esas mekanizma öykünmedir. Modayla ilişki kurma konusundaki mali gücün ve psikolojik arzunun orta sınıflarda olduğu düşünülür. Alt katmanlarda yer alanlar ise (muhtemelen orta sınıflar da dahil) modanın direksiyonunu elinde tutacak konumda olan üst sınıfları taklit etme ya da kopyalama yoluyla statü peşinde koşarlar. Bu görüş birkaç açıdan sorunludur. Birincisi, eyleme geçme güdüsünün üst sınıflar için dışlayıcılık, orta ve alt katmanlar için ise öykünme olduğu varsayılmaktadır. Simmel bu noktada Bourdieu ile belli açıdan ortaklaşsa da, son dönemde bu görüşe ciddi karşı çıkışlar söz

konusudur (örneğin Halle, 1993 ve Lamont, 1992); estetik, yargı ve beğeni mekanizmalarının ayrım-öykünme modelinin düşündürdüğünden daha karmaşık olduğu iddia edilmektedir. İkinci olarak (ki bu, Blumer'ın (1969) eleştirisinin asli veçhelerinden yararlanır) Simmel'in moda analizi önemli bir açıdan bağnazlık derecesinde moderndir. İkili toplumsal katmanlar kurgulaması, alt sınıfların gerçek beğeni ya da modadan mahrum oldukları varsayımı (bu konuda, Bourdieu'den ve onun işçi sınıfı beğenileriyle ilgili görüşlerinden farklıdır) ve belli beğeni (alt-)kültürlerinin, arzulanan modalar ve kültürel değerlerle ilgili hiyerarşi varsayımını etkileyebilecek oluşunu göz ardı etmesi, sosyolojik içgörüleri ne kadar yararlı olursa olsun, modelinin çağdaş akımlara uymak için ciddi ölçüde yeniden geliştirilmesi gerektiğini gösterir.

Thorstein Veblen'in *Aylak Sınıfın Teorisi* kitabında [1899(1934)] elit-kitle öykünme modelinin daha bayağı, nüktedan ve zehir zemberek dille yazılmış bir ifadesi yer alır. Simmel sınıf temelli bir öykünme modeli sunumundaki maharet, incelik ve sosyolojik güçle insanı etkilerken, Veblen merkezi bir fikir olan parasal onurun etrafını "kolaçan eder" sürekli (Davis, 1992: 111). Fakat hem Veblen hem de Simmel ortak bir kamusal beğeni görüşüne sahiptir ki bu beğeni, temelde sınıf ayrımıyla ve ancak paranın sağlayabileceği estetik farklılığın psikolojik albenisiyle açıklanır. Veblen'in çalışmasının ilgi çekici teorik bileşeni, dönemin maddiyatçı *zeitgeist*'ının irdelenmesi için imkân sağlayan bir tarihsel dönemleştirme biçiminde karşımıza çıkar: Modern kapitalizmin insanları çeşitli malları edinmek için mücadeleye sürükleyen mevcut aşamasında güçlenen sahip olma eğilimiyle bağlantılı olarak, başlıca yeteneği parasal araçlarla toplumsal saygınlık kazandıran "ganimeti" biriktirmek ve sergilemek olan bir aylak sınıf ortaya çıkar.

Veblen'in modelinde ötekilere sürekli atıf ya da karşılaştırma hayati bir etkendir. Hasetle kıyaslama konusunda insanlarda müzmin bir heves vardır; ortalama parasal saygınlık standardına bir kez ulaşıldığında, daha da yüksek hedefler belirlenir. Böylece statü sahibi insan zevkli nesnelerin erbabı haline gelerek toplumsal itibar biriktirir. Bu kişinin aynı zamanda "aylaklıkla gelen servet ve efendilik

havasını" yansıtacak şekilde hal ve hareketlerini kusursuzlaştırma sorumluluğu da vardır (1934: 49). Veblen'e göre, arı estetik değer sistemleri bu tür bir toplumsal düzenlemede bozulmuştu. Estetik değerin ölçüsü olarak genellikle fiyat devreye giriyordu:

> değerli bir nesnenin bizim güzellik anlayışımıza hitap etmesi için hem güzellik hem de pahalılık şartlarını sağlaması gerekir. Bunun ötesinde, asli pahalılık şartı, pahalılığın işaretlerini zihnimizde nesnenin güzel özellikleriyle kopmaz şekilde birleştirecek ve ortaya çıkan sonucu sadece güzellik takdiri başlığı altında toplayacak tarzda beğenilerimizi etkiler. Pahalılık işaretleri böylece, pahalı kalemlerin güzel özellikleri sayılmaya başlar. [Veblen, 1899 (1934): 130]

Buradan hareketle Veblen parasal beğenileri çeşitli popüler alanlarda sert bir şekilde teşrihe girişir; çiçek, çimen, mera, hayvanlar ve kıyafet ana hedefleridir. Modaya bir sürü dokundurma vardır:

> Gündelik hayata dair bu olgular arasında bütün insanların belli bir zamanda moda olan tarzlara duydukları şu malum ilgi de vardır. Yeni tarz moda haline gelir, bir sezon revaçta olur ve en azından yenilik teşkil ettiği sürece, insanlar çoğu zaman yeni tarzı çekici bulurlar. Egemen olan modanın güzel olduğu hissiyatı vardır...
>
> Bir insanın estetik gerekçeler haricinde herhangi bir zaruri nedenle medeni toplumun silindir şapkası gibi bir zımbırtıyı giymek isteyebileceği son derece şüphelidir. (Veblen, 1899: 177, 132)

Veblen'in tüketim, moda ve beğeni izahındaki kilit fikir, insanların parasal onuru sergilemek ve nihayetinde diğer sınıflarla bir toplumsal farklılık yerleştirmek konusunda güçlü saiklere sahip olduğudur. Bu görüşünün altında yatan temel hususlardan biri yalınlık ve işlevsellik gibi estetik özelliklerin parasal beğeni uğruna feda edildiği ve moda döngülerinin, çirkinlik üstüne çirkinliğin yığıldığı dönemsel aşamalardan başka bir şey olmadığıdır (Veblen, 1934: 177). Kalıcı ya da "klasik" arı estetik iddialarının bir değeri yoktu, zira moda yoluyla kültürel uzaklığı idare etmek ve parasal onuru garnitürlemek çağdaş kapitalizmin vazgeçilmez bir dürtüsüydü.

Estetik Beğenilerde Kolektif Duygu: Moda Nesneler ve Toplumsal Dayanışma (Kolektif Model)

Moda süreçlerinin sosyolojik doğasına duyulan güçlü ilgi Simmel'in analizinin alametifarikasıdır. Aslında Simmel'in moda ve tarz analizi, sosyalleşme süreçlerini ve toplumsal uyum ve bütünleşmenin merkezi güçlerini anlama girişimindeki kilit parçalardır. Simmel'in bu süreci en büyük ustalıkla sergilediği yazıları moda üzerine olan yazılarıdır. Ancak modaya ilişkin değerlendirmelerinde sorunlu bir öğe vardır ve bu da moda ve beğeninin arkasındaki itici güçler olan toplumsal mekanizmaları ve dinamikleri kavrayışında düğümlenmektedir. Öykünme ve taklidin alt sınıfların üst sınıfları örnek aldıkları ikili bir sınıfsal moda sistemine yön verdiği düşünülür. Dolayısıyla Simmel beğeni dinamiğinin öykünme ve heveslenme öğelerine odaklanarak, çok çeşitli toplumsal ve kültürel etkenlerin kamusal beğenileri yönlendirdiğinin görülebileceği daha kolektif bir modeli boşlar.

Simmel'in beğenilerin *deus ex machina*'sı* olarak öykünme ve taklidin sonu gelmez döngülerine yaptığı vurgu, kısmen o dönemin bir ürünüdür. Zira o dönemde sınıf sistemleri bugünkünden daha katı şekilde tanımlanıyordu ve daha barizdi, ayrıca tüketim için görece daha az fırsat vardı. Bu demektir ki, beğeniler "satın alınmak" üzere bugün olduğu kadar mevcut değildi. Veblen'in kimi zaman kabalık derecesinde basit nitelendirmeleri Simmel'in moda mekanizmaları üzerine yazılarında görmek mümkün değilse de, öykünme ve sınıf farklılığının temel beğeni tarzlarının yaratıcısı olduğu konusunda hemfikirdirler.

Öte yandan Blumer'ın (1969) moda teorisi moda ve beğeni mekanizmalarına ilişkin olarak önceki teorisyenlere kıyasla daha incelikli bir analiz sunar. Geleneksel izahlarda sınıf farklılaşması modanın itici gücü olarak görülse de, Blumer'ın analizi sosyologların modayı ciddiye almaları ve her türlü modernlik teorilerinde ona ciddi yer ayırmaları için bir davettir. Simmel [1957(1904):

Deus ex machina: Beklenmedik bir zamanda tanrı gibi imdada yetişen güç. (ç.n.)

203] de modanın modern ekonomiyle bağlantılı farklı toplumsal biçimlerde giderek daha görünür hale geldiğini fark etmiş olmakla birlikte, Blumer'ın analizi –yarım yüzyılı aşkın zamandır– estetik faaliyetin ekonomik ilerleme açısından hayati hale geldiğini daha net bir şekilde görmektedir ve bazı açılardan, "estetikleştirme" ile ilgili çağdaş anlayışların da habercisidir (bkz. Featherstone, 1990; Lash ve Urry, 1994). Blumer'ın görüşünün (1969) özü, Simmel'in moda denemesini eleştirmesi ve modaları şekillendiren *mekanizmalara* dair özünde benzersiz bir anlayış geliştiren farklı bir moda modeli önermesidir. Blumer'ın teorisinin özü, moda ve beğeninin Simmel'in savunduğu gibi ayrıcalıklı elitler tarafından değil kolektif olarak oluşturulduğudur.

Blumer Paris'te kadın moda endüstrisiyle ilgili yapılan yaygın gözlemler temelinde, "hummalı bir seçme sürecini" modanın asli özelliği olarak tespit etmişti (1969: 278). Bu endüstride alıcılar "algılarına kılavuzluk edip onların hassas hale gelmesini sağlayan, yargılarını ve tercihlerini kanalize eden" keskinleştirilmiş bir ayrım hissi geliştirmişlerdir (1969: 279). Blumer'ın alıcılarda saptadığı şey kamusal beğenin yönüne dair bir sağduyuydu –hem kabul görmüş moda ve beğenilere bir yönelim hem de bunların bir uzantısı mahiyetindeki yeni modalara içkin olan kodların, sembollerin ve değerlerin bir okuması. Simmel'in benimsediği beğeni ve moda mekanizmasında, elitler merkezi önemdedir, zira halkın beğenilerinin yönünü onlar belirler. Oysa Blumer yeni biçimlerin ortaya çıkışında elitlerin de en az alt sınıflar kadar payı olduğunu düşünüyordu. Onlar da kamusal beğeninin yeni biçimleri tarafından makbul sayılma arzusu taşırlar; *moda olmak* en temel motivasyondur.

> Moda mekanizması bir sınıf farklılaşması ve sınıfsal öykünme ihtiyacına yanıt olarak değil, modaya uyma, itibar sahibi olanla aynı hizada bulunma, değişen dünyada ortaya çıkan yeni beğenileri ifade etme isteğine yanıt olarak ortaya çıkar. Simmel'in formülasyonunda dile gelen değişimler bunlardır. Bunlar temelli değişimlerdir. Modayı sınıf farklılaşması alanlarından kolektif seçim alanına kaydırır ve mekanizmasının merkezini

> bu tür bir seçim sürecine yerleştirir. Bu kolektif seçim süreci, rakip tarzlar ya da modeller arasından gelişen beğenilere hitap eden, "şıp diye uyan" ya da "büyüleyen" moda ve tarzları seçme çabasını temsil eder. (Blumer, 1969: 282)

Blumer moda mekanizmasını "kolektif seçim" mekanizması olarak nitelendirir. Seçim, toplumda "kolektif beğeniye" varma sürecidir ve Blumer bu sürecin nasıl işleyebileceğine dair bir model koyutlamakla beraber, kendisinin de kabul ettiği gibi bu model görece muğlak ve gizemlidir (1969: 282), ayrıca daha fazla ampirik değerlendirmeye muhtaçtır. Ancak Blumer yine de, gizem "bu sürecin gerçekleşmiş oluşuyla herhangi bir şekilde çelişmez" gibi bir iddiada bulunmaktan geri durmaz (1969: 282). Beğenilerin seçildiği toplumsal süreç, Blumer tarafından neredeyse toplumsal-estetik piyasada rakip beğeniler arasında gerçekleşen bir açık artırma gibi tarif edilir; burada elit grupları ve kitleler kendi ihtiyaçlarına göre yeni biçim ve değer farklılaşmaları arasından bir tercihte bulunurlar:

> Bu ortak duyarlılık ve beğeni öznel düzlemde, "söylem dünyasına" benzer. Tıpkı söylem dünyası gibi, o da, dünyaya ortak bir yaklaşım için, dünyanın sunduğu deneyimleri göğüsleyip özümsemek için bir temel sağlar. Değişen ve gelişen bir dünyayla yüzleşmek açısından, esnek ve yeniden-biçimlendirici ortak beğenilerin ne kadar önemli olduğu açıktır. (Blumer, 1968: 344)

Yeni bir tarzın ya da nesnenin kabulü ya da reddi, beğeninin kamusal yönlendirilmesi açısından adeta ekonomik bir oy gibi iş görmektedir:

> Beğeninin, kolektif beğeninin dönüşümü kuşkusuz karmaşık ve hareketli bir dünyada toplumsal ilişkilerde ortaya çıkan deneyimlerin çeşitliliğinden doğmaktadır. Bu da akabinde, genel olarak modern hayatın hareketiyle uyumlu bir yönde hareket etme çabası içinde farkında olmadan uygun ifade biçimleri arayışına yol açmaktadır. (Blumer, 1969: 282)

Sonuç itibariyle Blumer beğenilerin kolektif, piyasalaşmış (ve yeni ortaya çıkan tarz ve beğenilere ortak duyarlılık temeline yaslanan) bir seçim süreci tarafından nasıl şekillendirilip çerçevelendiğini gösteren en iyi açıklamayı sunar. Blumer'ın beğeni oluşumunun sembolik temeli ve etkileşimci niteliklerine duyarlılığı, beğeni çalışmalarını sözgelimi Bourdieu'nün geliştirdiği sınıfsal modelden farklı bir alana yerleştirir. Blumer'ın teorisi, analistlerin moda ve beğeni hakkındaki toplumsal fikirlerin ortaya çıkışını ve biçimlenişini güdüleyen kolektif mekanizma ve söylemleri daha iyi kavramlaştırmalarını önerir; modanın sembolik özelliklerine odaklanan teorik modeli, beğenilerdeki göstergebilimsel unsurlarla ilgili daha iyi bir açıklamaya ihtiyaç duyulduğunu ortaya koyar.

Blumer açıkça kabul etmese de, eserlerini (1968, 1969) okurken Kant'ın onun fikirleri üzerindeki etkili olduğunu görebiliriz. Adeta Kant'ın estetik kuramındaki kilit bir öğenin sosyolojik analizi için altyapı sunmaktadır. Blumer'ın böyle bir niyetinin olup olmadığı şüphelidir, ama kendisinin kolektif hassasiyet, ortak duyarlılık ve kolektif seçim kavramları, Kant'ın beğeninin *sensus communis*'i fikrinin sosyolojik muadilidir.

Bu bölümün başında Kant'ın saf beğeni teorisini anahatlarıyla ortaya koyduk. Kant'ın felsefi araştırmasının her mantıksal adımını tek tek bir kez daha ele almadan şu özet yapılabilir: Kant'ın güzelin çıkarsız temaşası kavramı, evrensel haz ideası mantığıyla geliştirilecek olursa, belli kıstaslar karşılandığı takdirde, başkalarından da benzer estetik yargıları talep edebileceğimiz sonucuna varır. Bu koşullarda beğeniyle ilgili doğru yargılar, ancak başkaları da güzel karşısında benzer estetik haz duygusuna sahip olurlarsa gerçekleşebilir; bu *sensus communis aestheticus* dikkate alınmadan mantıksal açıdan beğeni yargılarında bulunulamaz. Kant'ın beğeni konusunda proto-sosyolojik bir anlayış geliştirmeye çalışmadığı açıktır. Gel gelelim Kant'ın felsefi mantığı onu beğeni çatışkıları sorununu ele almaya iter; beğeni yargılarının iletişilebilir kavramlara (ki bunlar, belli bir taraflılığa işaret ederler) değil, hislere dayandığı anlayışına karşı saf, evrensel bir beğeni yargısının imkânı konusuna eğilir. Akabinde konu gelip evrensel iletişilebilirlik meselesine

dayanır ki, Kant'ın estetik modelinde karşılanması gereken bir koşuldur bu. Beğenilerin başka beğenilerle referansla değerlendirilmesini sağlayan bir "müşterek insani anlama yetisi" (Kant, 1952: 151) Kant'ın felsefi değerlendirmesinin önemli bir parçasıdır; beğenilerin evrensel biçimde iletişime konu olabileceği fikrinin mantıksal koşuludur. Yargıları değerlendirmek için "geri kalan herkesin bakış açısından düşünmek" gerekir (Kant, 1952: 152).

> Gel gelelim *sensus communis* bir *kamusal* kanı ideası olarak, yani düşünüm edimiyle *sanki* kendi yargısını ortak insan aklıyla tartmak ve böylece, aslında rahatlıkla nesnel zannedilebilecek öznel ve kişisel koşullardan doğan yanılsamadan (kendi yargısına önyargılı şekilde etkide bulunacak olan yanılsamadan) kaçınmak için herkesin temsil tarzını, (apriori) hesaba katan bir eleştirel yeti olarak anlaşılmalıdır. Bunun yolu yargımızı başkalarının gerçek değil, salt olanaklı yargılarıyla tartmak ve kendimizi diğer herkesin yerine koymaktır... (Kant, 1952: 151)

Sonuç

"Beğeni" araştırmalarının sosyal bilimlere özgü tarafı Pierre Bourdieu'nün çalışmasıyla bağlantılıdır. Bu bölümde onun yaklaşımının sunduğu teorik, kavramsal ayrıntının zenginliğinden uzaklaşmamaya dikkat ettik. Gel gelelim daha geniş bir düzlemde bakıldığında, Bourdieu'nün eserlerine "beğeni" işaretlerinin *toplumsal haritası*nı çıkarmak için girişilmiş amansız bir arayış damga vurur; bu arayış içerisinde kültürel sermayenin parçaları özgül kültürel nesnelerle ilişkilendirilir ve bunların, daha geniş toplumsal yapıların yeniden üretilmesinde oynadığı rol tanınır. Yaptığımız değerlendirmede bu tür bir analizin beğenilerin toplumsal rolü üzerine bununla paralel, marjinal olabilecek bir söylemi dışladığını iddia ettik.

Daha Kant'ın *sensus communis aestheticus* fikri döneminde bariz olan beğenin rolü üzerine bu alternatif söylem; Simmel, Veblen ve sonrasında Blumer'ın eserlerindeki sosyolojik yazında yeniden ortaya çıkmıştır. Simmel ve Veblen'in izahatı öykünme ve statü

güdülenmelerine dayalı olsa da, beğenilerin topluluğun inşasında rol oynayıp, onu kolektif bir yönelim yoluyla bir araya getirdiğini zımnen kabul ettikleri de söylenmiştir (ayrıca bkz. Longhurst ve Savage, 1996), ama maddi tercihlerle ilgili görüşlerinin tam olarak aynı olmadığı eklenmelidir. Blumer'da bu tür bir topluluğun oluşturulmasına yardımcı olan sembolik anlamların toplumsal mübadelesine dair ipuçları, beğeni ve estetik yargının *müzakere* sürecine benzer bir ilgi olduğunu görürüz. Bu klasik izahlara ve postmodernlikte topluluğun mümkün olup olmadığına ilişkin yakın dönemdeki bazı spekülasyonlara bakmak (Bauman, 1991; Ferry, 1993; Gronow, 1997; Lyotard, 1988), beğeni ve estetik değer hakkında yargılarda bulunmanın kavramsal süreçlerini, söz konusu öznel değerlendirme türlerini ve bu kararların kolektif normları nasıl dikkate aldığını araştıran bir stratejiyi teşvik eder.

Ek Okuma Önerileri

Bu bölümün girişinde ele aldığımız Williams, Mukerji ve McKendrick'in vb. tarihsel eserlerine ilaveten, Leora Auslander'in mobilya tarzlarının modern Fransa'da iktidar ve otoriteyle bağını ele aldığı incelemesi *Taste and Power* (1996), estetik tarz ve biçimlerin egemen sınıf değerleri ve kurumsal iktidarla ilişkisi bakımından bilgilendiricidir. Veblen'in *Aylak Sınıf*'ı (1899) analizindeki kusurlara karşın *moda olmak* isteyenlerin nüktedan ve zehir zemberek bir ifşasıdır ve bugün de güncelliğini koruduğu söylenebilir. Şahsen, parasal beğeni ölçütleriyle ilgili 6. Bölüm'ü özellikle beğeniyorum. Tasarımın toplumsal veçheleri üzerine olan şu iki kitap da zevkli ve bilgilendiricidir: Peter Lloyd Jones'un *Taste Today*'i (1991) ve Adrian Forty'nin *Objects of Desire*'ı (1986).

7

Maddi Kültür ve Kimlik. Nesneler ve Benlik

BÖLÜM İÇERİĞİNİN ÖZETİ

Bu bölümde bireysel düzlemde, özellikle de kişinin kendisini kimliği bağlamında anlama çabasında nesnelerin nasıl kullanıldığını ele alan çeşitli malzemeyi gözden geçireceğiz. Bölüm beş ana kısımdan oluşuyor:

- Kimliğin ve asli unsurlarının tanımlanması; nesnelerin benlik ve toplumsal kimliklerin oluşumuna ve icra edilmesine nasıl yardımcı olduklarının belirlenmesi.
- D.W. Winnicott'un geçiş nesneleri (*transitional objects*) düşüncesine özel atıfla, insanlar ile nesneler arasındaki önemli psikodinamik ilişkilerden bazılarını göstermek amacıyla nesne-ilişkilerinin ve psikanalitik teorinin tanıtılması.
- Baudrillard'ın "eksiklik" kavramı etrafında dönen psikolojik bileşenlerin temelini oluşturduğu tüketim teorilerinin değerlendirilmesi.
  Gençlik alt-kültürleri örneğinden yararlanarak kolektif kimliklerin belli nesneler aracılığıyla normların ve değerlerin geliştirilmesi yoluyla oluşturulduğunun gösterilmesi.
- Benliğin uzantıları olarak nesneleri ele alan araştırma malzemelerinin değerlendirilmesi.

Nesneler ve Kimlik

İnsanlar nesnelerden kimliklerini geliştirme, takdim etme ve yönetmeye yardımcı olacak şekilde (kim olduklarını anlamalarını ve başkalarına anlatmalarını sağlayan psiko-sosyal faaliyetten) neden ve nasıl yararlanırlar? Biz sadece ne düşündüğümüz ve ne söylediğimize göre değil, sahip olduğumuz, etrafımızı çevreleyen ve iletişim kurmamızı sağlayan maddi şeylere göre de insan olarak tanımlanırız: Kıyafetlerimiz, ayakkabılarımız, motorlu taşıtlarımız ya da diğer ulaşım araçlarımız, kalem, bilgisayar ve cep telefonu gibi diğer kişisel teknolojik aletlerdir bunlar. Kişisel ve toplumsal kimliklerimizin belirlenmesi, dolayımlanması ve icrasında bu maddi şeylerin hepsi bize yardımcı olur.

Hatırlayacak olursak, nesnelerin insanlar adına, daha doğrusu insanların *yanı sıra diğer şeylerin yerini tutma* kabiliyetine sahip olması, maddi kültür çalışmalarının temel ilkelerinden biriydi. Bu iddianın dayandırıldığı teorik ilkelere zaten değinildi, ama burada kısaca yeniden hatırlatmakta yarar var. Önceki bölümde Goffman'ın *kategorik statünün* toplumsal olarak onanmasına izin veren nesneler (örneğin üniforma) ile bir kişinin yaşam tarzını, tercihlerini ya da kişisel beğenilerini –fiilen kimlikleri diyebiliriz– yansıtıyor olarak gördüğü *anlatımsallığa* olanak tanıyan nesneler arasında ayrım yaptığını görmüştük. Benzer şekilde, Harré (2002) nesnelerin *işlevsel* ve *anlatımsal* düzenleri arasında ayrım yapar. Bunlardan ilki, bir nesnenin hangi işlevsel amaçla kullanılabileceğine odaklanırken, diğeri bireylerin müzakerede bulundukları statü ve onur gibi toplumsal hiyerarşilerle ilişki kurar. Harré (2002: 32) şu yorumda bulunur: "Maddi şeyler ancak iki düzende de rolleri saptandığı takdirde tam insani anlamıyla anlaşılabilir. Dört kapılı bir Maserati Biturbo pazardan alınan sebze-meyveleri eve getirmek için yararlı bir araçtır. Ayrıca gözle görülür bir zenginlik, tarz vb. örneğidir". Bu bölümde nesneler ile kimlik arasındaki bağlara daha yakından bakacağız, ama bu işe girişmeden önce kimliğin ne olduğu, tanımı ve başlıca bileşenleri konusunda tam olarak anlaşmamız gerekiyor.

Kimliğin Tanımı

Kimlik sosyal bilimlerde ve davranış bilimlerinde insanların cemaat bağlamında ayrı bireyler olduklarına ilişkin benlik hislerine atıfta bulunmak için kullanılan modern bir kavramsal kurgudur. Temel bir düzeyde kimliğin insanların kim olduklarına dair toplumsal olarak belirlenmiş hislerine atıfta bulunduğunu söyleyebiliriz; *kişinin kim olduğuna* dair toplumsal bir bildiri gibidir bu. Benliğin kişilik özellikleri ya da değerleri gibi ayrık özelliklerine ve vasıflarına atıfta bulunan kimlik, bir insanı başka bir insandan ayıran şeydir. Kişinin tikel bedensel ve duygusal özelliklere sahip bir birey olarak kendisi hakkındaki kişisel algısını içerir. Ayrıca bir insanın toplum içindeki yerini, özellikle de farklı zaman ve mekânlarda işgal edip oynayabileceği farklı türde toplumsal rolleri (örneğin öğrenci, eş, baba, erkek arkadaş vb.) de içerir.

Sosyologlar ve sosyal-psikologlar genellikle kimliğin üç boyutu hakkında düşünürler. (i) *Toplumsal ya da nesnel* kimlik, bir kişinin çeşitli gruplara mensup oluşu ve bu tür mensubiyetlerin (örneğin toplumsal cinsiyet, toplumsal sınıf ya da etnisite) toplumsal açıdan anlamlı olan ayırt edici özelliklerini anlatır; (ii) *benlik ya da öznel* kimlik kişisel özellikler, vasıflar ve tercihlerin benzersiz bileşimini anlatır ve (iii) *benliğin özdeşliği*, kişiye bakış açısını ve eylemlerini sürdürmesine yardımcı olan bir sağlamlık ve süreklilik hissi verir. Gerçekte bu öğeleri kimliğin ayrık öğeleri olarak sıralamak zordur. Günümüzdeki kimlik anlayışları kimliğe sahip olmanın çoklu gruplara mensup olmak, çeşitli rolleri yerine getirmek, bu ağların hepsinden ve genel olarak toplumdan (örneğin medya söylemlerinden) bir benlik hissi oluşturmak üzere yararlanmak anlamına geldiğini vurgularlar.

Özünde, bireylere kendileri *hakkında* –hatta kendilerine– bir şey iletişmek için benliğin farklı veçhelerini maddi münasebetler yoluyla birleştirme/dile getirme fırsatı veren bu *anlatım kapasitesidir*. Nesnelerin "toplumsal çalışma" yapma kapasitesi vardır. Nesneler alt-kültürel benzerlik, meslek, servet, bir boş zaman faaliyetine katılım ya da kişinin toplumsal statüsünün bir veçhesini

–*toplumsal kimliğin* tüm veçhelerini– işaret edebilir. Diğer yandan, nesneler *öznel kimlik* ile ilintili olarak kişisel, kültürel ve duygusal anlamlar da taşır; kişiler arası ilişkileri kolaylaştırabilir ve bir insanın davranışlarını düzenlenmesine yardımcı olabilir. Örneğin belli kıyafetler giymek bir insanın kendine dair algısını değiştirerek yetkili hissetmesini sağlayabilir. Dolayısıyla nesneler kişiler arası ve grup bağlılıklarının oluşmasına ya da müzakere edilmesine, öz-kimlik ve izzetinefsin oluşmasının dolayımlanmasına ve toplumsal grupların, sınıfların ya da kabilelerin farklılaşmasına yardımcı olabilir. Bu nesnelerin gerçek niteliği her zaman sosyalleşme için büyük anlam ifade etmez ve sahipliği için tali olabilir. Belli bir düzeyde insanların maddi nesnelere bağlılığı için önemli olan, o şeye *sahip olmaktan* ibarettir (Dittmar, 1992: 9). Bir nesneye sadece o kişinin sahip olması ve kontrolünde bulundurması benlik (nesneyi elinde bulunduran kişi) ile başkası (bulundurmayan kişi) arasındaki sınırları dolayımlayan hayati boyuttur. Bu yolla, nesneye *sahip olmak*, kimi zaman bir nesnenin estetik ya da işlevsel özelliklerinden bağımsız olarak *kimliğin* geliştirilmesini sağlar.

Kimlik ve Geç Modern Toplum: "Sermaye" Olarak Kimliğin Ortaya Çıkışı

1980'ler ve 1990'ların entelektüel manzarasına egemen olan postmodern tüketim perspektifi, tüketimin kimliği ifade etme kapasitesini uç noktaya taşımıştı. Marksist ve eleştirel perspektifleri tepetaklak eden postmodern izahlar; tüketim özgürlüklerini, çoğunlukla dizginsiz kişisel tercihleri ve bir tür oyun olarak tüketimi vurgulamıştı. Postmodern iddianın özü, tüketimin aşırı metalaşma kültürü dahilinde var olduğudur; bu kültürde yenilik, güzellik ve statü tüketicilerin zihninde adeta ilahi bir niteliğe sahiptir ve kişisel kimliğin oluşumunda kilit rol oynar. Tüketim süreçleri üzerine yorumlarda harcıâlem hale gelmiş bir karşıtlık vardır: Tüketimi tarihsel açıdan bakarak dar anlamda faydacı ya da işlevsel diye nitelendirmek mümkünse de, bugün tersine tipik olarak kendi kendini inşa eder, kimlik oluşturucu, düşünümsel, dışavurumcu, hatta oyunbazdır.

Postmodern kimlik oluşturucu ve dışavurumcu tüketim tarzını birtakım büyük çaplı toplumsal değişimler mümkün kılmıştır. İlk olarak, insan hayatının tüm alanlarındaki yaygın, çılgın metalaşma insanları izzetinefis, sevgi, cinsellik ve mutluluk gibi en temel insan ihtiyaçlarını satın almaya teşvik etmişti. Bununla bağlantılı biçimde ve ikinci olarak (argüman bu şekilde devam eder), kimliğimizin toplumsal sınıf, aile ve iş yaşamı gibi kısıtlamalardan görece azade yaratıldığı ya da keşfedildiği ve mütemadiyen gözlemlendiği bir çağda yaşıyoruz. Kimliklerinden sorumlu varlıklar olarak insanlar, bir tür metalaşmış benliğin kurulmasını sağlayan bazı metaların maharetle bir araya toplanması etrafında şekillenen, tutarlı bir kimlik yaratmak üzere tüketim piyasalarının mebzul kaynaklarından yararlanıyorlar. Üçüncü olarak, metalar sadece (hatta çoğunlukla) işlevlerinden ötürü arzulanmazlar, aksine estetikleşmişlerdir. Yani –Baudrillard'ın gösterge değerinin galebe çaldığı teziyle uyumlu olarak– nesneler iş görmenin yanı sıra aynı zamanda iyi görünmelidir. Saatler, ayakkabılar, cep telefonları, iç mekân ışıkları vs., hepsi de tamamen *estetikleştirilmiş* olan tüm tüketim malları bu düstura örnek olarak gösterilebilir. Bunlar kesinlikle işlevsel tüketim nesneleridir. Dördüncü ve son olarak, eski kültürel beğeni hiyerarşilerinin parçalandığına dair kanıtlar vardır, yani pop kültür nesneleri, hatta "kitsch" nesneler, toplumsal bağlama göre üst sınıflar tarafından değerli görülen nesneler kadar estetik saygınlığa sahip olabilir. Bu demektir ki, günlük tüketicilerin kolaylıkla erişebileceği ürünler "sanat" olarak görülebilir ve muteber bir kişisel tarza katkıda bulunabilir. Örneğin Fransız tasarımcı Philippe Starck'ın ürettiği ucuz, çekici ve kullanışlı malları düşünün. Toplumsal statü kısmen kişinin ince zevkliliğini, farklılığını ya da üstün nitelikli kültürel tarzını kabul ettirmek için sembolleri kullanmasını içerir. Akıllı tüketiciler, özellikle de belli alt-kültürlerde gençler yüksek zenginlik ile kişisel tarz ya da beğeninin yüksek düzeyleri arasındaki bağlantıya el koymuşlardır. Tüketim kültürümüzde bir insanın kendi kişisel tarzını ve beğenisini oturtmak için bir Rolls-Royce'a ya da yazlık eve ihtiyacı yoktur. Üstün nitelikli tarz artık bir çift eski spor ayakkabı, bitpazarından alınan çakma

mücevherler, retro tarzı güneş gözlükleri ve 1980'ler tarzı ucuz bir elektronik saat yoluyla da sağlanabilir. Veya en azından tüketim kültürümüzün yeni kuralarının bize söylediği budur.

Yapı, düzenleme ve evrensel yaşam modelleri vurgusundan uzaklaşan bu yeni toplumsal oluşumların ve örüntülerin boyutlarına odaklanan James Côté (1996: 424) geç modern toplumun bireylerden "kimlik sermayesi" biçimlerini geliştirmelerini ve uygulamalarını talep ettiğini söyler; "bireylerin geç modern toplumunun engellerinin yarattığı hileli geçitleri müzakere etmeye giriştiklerinde kullandıkları sermayedir" bu. Côté'nin (1996) "kimlik sermayesi" tezi geç modern kültürde bireylerin, kendi üzerinde düşünen ve kendini gözlemleyen bağlam temelli benlik sunumu tarzlarını geliştirecek potansiyele sahip olduklarını savunur. Kimlik sermayesi insanların kendilerine yaptıkları yatırımlardır, bir parçası olmak istedikleri kişisel ve mesleki alanlarda yollarını bulmalarında onlara yardımcı olur. Toplumsal ve teknik yeteneklerin geliştirilmesi, davranışsal repertuarların genişletilmesi ve ilişki ağları içinde ittifaklar kurmak da sermayenin bu çeşidine dahildir. Arzulanan kimliklere ulaştıran belli simge nesnelere sahip olmanın, Côté'nin bahsettiği kimlik sermayesi için "elle tutulur kaynakların" parçası olarak görülebileceğini eklemek gerekiyor (1926: 426). Bu tür maddi simgeler –doğru "görünüş", kıyafet, mücevherat, motorlu araçlar vs.– hepsi de girilmek istenen toplumsal, kültürel ve kurumsal alanların pasaportu haline gelir.

Nesneler Toplumsal ve Kişisel Kimliğimiz İçin Ne Yapabilir?

Yukarıda anlatılanların hepsi günümüz toplumunda nesnelerin toplumsal ve kişisel kimliklerimizin oturtulmasında çok önemli bir rol oynayabileceğini gösteriyor. Toplumsal kimlik bakımından nesneler kişilerarası temasın yokluğunda bir insanın belli özelliklerinin *yerini tutabilir*. Dolayısıyla bir nesneyi görsel olarak birinin mülkiyetinde görmek, bize bu tür bir statüyü onaylaması için kendisiyle konuşmamıza gerek kalmadan o insan hakkında çok şey anlatabilir. Kişisel kimlik söz konusu olduğunda, nesneler bir

kimliğin *güvenilir ve etkili biçimde icra edilmesine yararlar*; bunlar nesnelerin ikna edici bir toplumsal icra sunmak adına sahipleriyle birleşmelerini (öyle görünmelerini) sağlayan başarılı bir toplumsal icranın ayrılmaz parçalarıdır. Bu görüşün kolaylıkla kabul edilmesine engel olan bazı önemli bazı çekincelerin bulunduğunu not etmek gerek: nesnelerin iletişimsel veçheleri hakkında daha somutlaştırılmış bir modele ihtiyaç duyuyoruz. Örneğin Colin Campbell (1996) malların doğrudan ve zorunlu olarak kimliğin bir boyutunu aktardığı fikrine karşı çıkar. Yeni kıyafet almak birçok tüketici açısından o kıyafetin işlevsel gereklilikleri (örneğin rahatlık, bahçıvanlık ya da yürüyüş gibi belli bir göreve uygun olma, iş için giyilebilme) karşılamasıyla ilgili olabilir. Ayrıca bir insanın giydiği kıyafetleri neden tercih ettiğine dair nedenleri ortaya koymanın –o kişiler bile bunun nedenlerinin farkında olmayabilirken ve bunu alışkanlık gereği ya da "otomatikman" giyiyor olabilirken– zor olduğunu kabul etmek gerekir. Dolayısıyla kıyafet konusunda bilinçli insanlar bile, belli özellikleri, renkleri, kesim ve şekilleri olan belli giysiler seçtiklerinde bile, bu toplamın başkaları tarafından nasıl "okunduğu" açık değildir. Bütün olarak değerlendirildiğinde, kıyafet gibi nesnelerin bir insanın toplumsal kimliğiyle ilişkili olduğunu ve aktif olarak seçildiğini varsaymak akla yatkın olabilirse de, böyle bir süreci kesin ayrıntılarıyla tasvir etmek ve açıklamak daha zordur, özellikle de çoklu zamansal-uzamsal bağlamlarda karmaşık bir hal aldığında. Bu bölümün geri kalan kısımlarında maddi kültürün kimlik için hayati olduğunu gösteren eserleri ele alarak söz konusu süreçlerden bazılarını somutlaştırılmaya çalışacağız. Öncelikle nesnelerin insanın psikolojik gelişiminin önemli boyutlarına nasıl katkıda bulunduğuna bakmamız gerekiyor.

Nesne İlişkileri ve Psikanalitik Teori: İnsanın Psikolojik Gelişiminde Nesnelerin Rolü

Toplumsal ve beşeri bilimler maddi kültürün toplumsal ve kültürel açıdan iletişimsel özelliklerine odaklanma eğilimindedir. Öyle ki bu gelenekleri değerlendirip temsil etmeye çalışan mevcut çalış-

maların egemen izleği bu olmuştur. Beşeri bilimlerdeki bu odaklanma nesnelerin anlam merkezli analizlerini ve dahası bireyler ile nesneler arasındaki güdüleri, dürtüleri ve bağlılıkları araştıran birey merkezli yaklaşımları arka plana itme pahasına gerçekleşmiştir.

Bununla bağlantılı olumlu ve olumsuz özellikleri kısaca şöyle sıralayabiliriz. İleri kapitalizmin satış mekanizmasının tüketim nesnelerini giderek daha erişilir hale getirdiği, tüketici tercihlerine hükmetmek amacıyla daha güçlü ve yaratıcı bir şekilde pazarladığı doğrudur. Ama aynı zamanda, herhangi bir nesneye kendi anlamlarını aksettiren ve akabinde bu şeyleri kendilerine mal eden kullanıcılar için bu tür nesnelerin büyük bir duygusal ve kültürel gücü vardır. Psikolojik-kültürel yaklaşımların üstünlüğü, bağlılık için bazı duygusal ya da kişisel nedenleri araştırıyor olmalarıdır. Bir psikodinamik yaklaşımdan yararlanmak, insanların *neden* tükettiklerine dair birtakım temel teorilerin psikolojik ve psikodinamik yaklaşımlardan manidar, muvakkat tarzda yararlandığı tüketim incelemelerinde özellikle yararlı olabilir. Daha sıkı bir uygulama yararlı içgörüler doğurabilir.

Aşağıdaki kısım psikanalitik teorideki "nesne ilişkileri" okulunun maddi kültür çalışmaları için faydalı olan bazı kilit öğelerini ortaya koymaktadır. Bunu yapmadan önce, potansiyel yanlış anlama alanlarından birinin temizlenmesi gerekiyor: Nesne ilişkileri teorisindeki "nesneler" her zaman ya da zorunlu olarak somut, maddi şeyler değildirler, ama öyle de olabilirler. Bu teorik gelenekte bir nesne insan olabilir, başka bir insanın bir parçası olabilir, hatta maddi kültürün bir öğesi olabilir. Psikanalitik teorinin bu geleneğinin maddi kültür çalışmalarına uygulanmasını telkin ederek, sosyoloji yönelimli psikanaliz teorisyeni Nancy Chodorow'un (1999, 2004) yakın dönemde ortaya koyduğu teorik çabalardan genel olarak yararlanabiliriz. Chodorow bireysel deneyim ile eylemi ve ayrıca kültürel karmaşıklığı açıklamak adına fantezi ve duygunun iç dünyalarına dikkat etmenin önemini vurgular. Her türlü toplumsal ve kültürel deneyimin insanların psişik merceğinden bakıldığında dönüştürüldüğünü savunur: İnsanlar tarihsel açıdan konumlanmıştır, ama psikodinamik olarak bir anlam ve benlik duyu-

su geliştirirler. Chodorow'un psikodinamik perspektif hakkındaki zarif özeti bilgilendiricidir:

> İnsanlar toplumsal süreçleri ve kültürel anlamları dil yoluyla, söylemsel olarak, kültürel bir söz varlığı üzerinden olduğu gibi aynı zamanda psikodinamik olarak da (yani herkesin daha doğuştan itibaren benlik, öteki, beden ve dünya hakkında yarattığı bilinçdışı, duygu yüklü, dilsel-olmayan, dolaysız hissedilen imgelerde ve fantezilerde de) yaratır ve deneyimlerler. Toplumsal süreçler verilidir ve ortaklaşa deneyimleme örüntülerine yol açabilir, ama bu deneyimleme bilişsel olduğu kadar duygusal ve dilsel-olmayan nitelikte olacaktır. (Chodorow, 2004: 26)

Psikanalitik teorinin nesne ilişkileri teorisi başlığı altında toplanan önemli eserleri, maddi kültür çalışmaları içindeki yeni araştırma buluşları için potansiyel açıdan verimli bir alandır. Nesne ilişkileri teorisi Freud'un psikanalitik yaklaşımının bir tür modern uyarlaması olarak görülebilir. Sigmund Freud insanın güdülerini tatmin etmek için kullandığı şeyleri (illa maddi bir nesne olması gerekmez) anlatmak için ilkin "nesne" kelimesini kullanmıştı. Dolayısıyla Freud'un kastettiği anlamda nesneler insanların içgüdüsel doyum için arzularını yönelttikleri hedeflerdir. Freud açısından bunlar iki ana türe ayrılıyordu: Libidinal ve saldırgan. Nesne ilişkileri teorisi Freud'un libido teorisinin biraz indirgemeci yaklaşımından uzaklaşıp, duygusal destek, psikolojik gelişim ya da ihtiyaçlar için belli bazı ilişkilerin geliştirilmesinde nesnelerden nasıl yararlanıldığını vurgular. Dolayısıyla nesne ilişkileri teorisindeki vurgu kilit ilişki ihtiyaçlarını tatmin eden nesnelere karar vermektir. İnsanlar çevrelerinden belli nesneleri benlik, ötekiler ve dış çevre hislerini geliştirmek, yönetmek ve dolayımlamak için tercih ederler.

Psikanalist Melanie Klein, parça-nesneler ile bütün-nesneler arasında ayrım yapmıştı. Örneğin bir ebeveyn tam-nesnedir, oysa anne memesinin belli bir parçası parça-nesne olacaktır. Klein'ın amacı her türlü insani dürtünün bu tür nesnelere yöneldiğini ya da bunların merkezinde olduğunu göstermektir. Söylediğimiz gibi psikolojik destek ve büyüme sağlayan nesnenin belli bir maddi nesne olma-

sı gerekmez, ama olabilir de. Dolayısıyla nesne ilişkileri teorisinde nesneler insan (örneğin kişinin annesi ya da eşi) veya maddi şeyler (örneğin bağlanırken kullandığımız "geçiş nesneleri") olabilir. Bu nesneler ve bir insanın onlarla ilişkisi benlik hissiyle bütünleştirilir, olgunlaşan bireyliğin ayrılmaz parçası haline gelir. Örneğin çocuklar oyuncaklarla ilişki kurarlar ve bu oyuncaklar çocuğun benlik hissinin oluşumunda geçiş nesneleri görevi görür. Yetişkin olarak bazı insanlar yiyecek ve alkolle güçlü ilişkiler kurarlar ve bu nesneleri kendi endişelerine ya da üzüntülerine hizmet etmek ya da aşmak için kullanırlar. Ayrıca yetişkinlerin bağlı hissettikleri birtakım özel nesneler vardır: Gözde bir kupa, fotoğraf, özel bir kıyafet, kalem, mücevher, gibi. Dolayısıyla "nesne" kelimesi insanların çeşitli nesne şeylerle ilişkiler kurarak benlik hissini nasıl oluşturdukları ve muhafaza ettiklerini ve dahası ötekilerle ilişkilerini anlamak açısından daha kapsayıcıdır. Psikanalitik teoride nesnelere güç ve enerji –anlam– yatırımında bulunma eğilimine *kateksis* denir.

Geçiş Nesneleri ve İnsan Gelişimi: Ömür Boyu Anlamlı Nesne Arayışı?

D. W. Winnicott'un [1971(1953): 1] "geçiş nesnesi" fikrine ilişkin mülahazaları nesne ilişkileri teorisinde hâlâ güncelliğini koruyan ilk önemli beyanlardan biridir. Winnicott bebeklerin 6-12 aylıkken nesneleri tutmaktan ve oynamaktan zevk almaya başladıklarını savunuyordu. Daha da somutlaştıracak olursak, birçok bebeğin oyuncaklara bağlı hale geldiğini belirtmişti, ama bağlanılan nesneler muhtemelen bunun da ötesine geçer, uzanabildikleri her şeyi kapsar. Bu nesneler bebekler için özel nesneler haline gelir, hatta belki de çocuğun "müptela" gözüktüğü nesneler olurlar. Winnicott'a göre mesele sadece çocuğun sevgiyle sarıldığı şeylerden oral heyecan ve haz araması ya da sevgiyle sarılmanın bebekteki kaygıyı azaltması değil, *bağlanılan nesnenin* kendi ve başkaları hakkında öğrenmenin psişik tatmini sayesinde *daha derin bir psikolojik tatmin sunmasıdır*. Winnicott nesnelerle ilişkilerin "potansiyel uzamlar" içinde gerçekleştiğine dikkat çeker: Bunlar (birey

özne ya da dış çevredeki nesne değil) özne ile nesne arasında bir tür ara uzamdır; bunların ikisi buluştuğunda ortaya çıkan yaratıcılık ve oyun uzamlarıdır. Winnicott potansiyel uzamı "benden başka hiçbir şeyin olmadığı yer ile tümgüçlü kontrolün dışında, nesneler ve olguların olduğu yerin kesişmesi" (1971: 100) diye tarif eder. Bu uzamda nesneler "hayal gücüyle ayrıntılandırılır" ya da kateksis yoluyla bu nesnelere anlam yatırımında bulunulur (1971: 101).

Winnicott'un teorisine göre, nesnelerle bu tür oyunlar çocuğun nesneyi "*ben-olmayan*" olarak tanıyabilmesi sayesinde bir "kişisel örüntü" geliştirilmesine yardımcı olur. Bu önemli bir farkındalıktır, zira çocuğa sınırları ya da benliklerini nesneyi tutarak-emerek-atarak tanıma izni verir. Ayrıca çocuğa çevresini (haz, rahatlık veya tatmin için) manipüle edebileceğini; karşılıklılık ve öğrenilmiş davranışlar aracılığıyla başkalarına borçlu olduğunu teyit eder (örneğin ebeveynler çocuklarını sık sık bir nesneyi kabul ettikten sonra "ta" demeleri için cesaretlendirirler). Bu yüzden nesne önemli dersleri öğrenmesinde çocuklara yardımcı olur.

Nesnelerle her türlü insan ilişkisinde iki genel psikanalitik süreç söz konusudur (Chodorow, 1999: 15). İlki *yansıtmadır*. Yansıtmayla hislerimizi, inançlarımızı ya da benliğimizin parçalarını başka bir insana ya da nesneye yerleştiririz. İkincisi, bir nesnenin öğelerinin benliğe dahil edildiği *içe atıştır*. Dolayısıyla insan-nesne ilişkilerinde bir enerji *aktarımı diyalektiği* vardır. Bir yandan, insanlar nesnelere belli anlamlar, fanteziler, arzular ve duygular *yansıtırlar*; diğer yandan, nesneler benliğin *içine alınır*, kullanılır, detaylandırılır, oynanır ve sonunda tüketilir. Bu tür teorik kaynakların tüketim toplumlarının doğasına ilişkin araştırmalarımız için, özellikle de insanların tüketim nesneleri arzuları açısından yararlı olabileceğini görebiliriz. Buna göre, insanlar arzu ve ihtiyaçlarını beslemek/tatmin etmek için nesneler arar ve belli nesneler bu arzular, ihtiyaçlar ve fantezilerle bağı olan belli anlamlar yatırıldığı için arzulanır. Böylece bu yaklaşımlar, toplumsal iletişim, onur ve statü, moda ve kültürel sermayenin toplumsal ve kültürel dinamiklerine yapılan vurgudan uzaklaşırlar. Öte yandan, insanın tüketim kültürüne ve nesnelere duyduğu arzu meselesinin özüne ulaşma-

mızı mümkün kılarlar; potansiyel açıdan da, tüketim ve toplumsal farklılık gibi geleneksel sosyolojik sorunlara odaklanışa katkıda bulunurlar. Bu doğrultuya işaret eden sosyolojik materyallerden bazılarını aşağıda ele alıyoruz.

Psikolojik Eksiklik ve Tüketim: Nesneler ve Arzu

Tüketimi, bir gruba mensubiyet analizi ve sınıf mantığı üzerinden açıklama yönündeki sosyolojik eğilim dikkate alındığında, duygu ve bedenlenme çalışmalarının genel olarak toplum teorisinde oldukça revaçta olmasına karşın, bunun tüketim araştırmaları yazınına henüz kayda değer bir etkisinin olmamış olması şaşırtıcı değildir (bkz. Boden ve Williams, 2002). Bunun bir nedeni, tüketim araştırmalarının kat ettiği entelektüel güzergâhtır. Miller'ın (1995) dikkat çektiği ve yukarıda ele aldığımız üzere, tüketimciliği Marx'tan Marcuse, Horkheimer ve Adorno gibi eleştirel düşüncenin 20. yüzyıldaki temsilcilerine kadar uzanan çizgide kişisel ya da toplumsal bir "kötülük" veya Certeau, Benjamin ve Shields gibi teorisyenlerde gördüğümüz gibi potansiyel açıdan özgürleştirici bir "iyilik" olarak değerlendiren indirgemeci bir paradigmadan medet umulmuştur. Teorik açıdan ön açıcı olmakla birlikte, iki görüş de tüketim pratiği hakkında incelikli bir anlayışı teşvik etmemiştir.

Toplumsal araştırmalarda duygu, benlik ve tüketim arasındaki etkileşime dair araştırmaların bu göreli kıtlığı, kültürel tüketimcilik etiğinin süregelen varlığını açıklayacak ikna edici ve etkili az sayıda açıklamanın güçlü sosyal-psikolojik, duygusal yönelimlerden yararlandığı düşünüldüğünde şaşırtıcıdır. Bu alanda başı çekenler, Baudrillard'ın [1996(1968)] tüketimci psikolojinin merkezindeki psikolojik "eksiklik" teorisi, Campbell'ın (1987) tüketimci arzunun kendi kendini ayakta tutan, özerk etiği izahı ve McCracken'in (1988) "yeri değiştirilmiş anlam" edimi olarak tüketim teorisidir. Önemli bir uyarı bu noktada yerinde olacaktır. Bu eserleri okuduğumuzda, psiko-dinamik ve psiko-sosyal boyutlara ciddi bir odaklanma söz konusu olacaktır; bu tür teorik etkilerin yazarların

teorik modelinin doğrudan bir parçası olarak gelişmediğini söylemek gerekir. Dolayısıyla bu yazarların her zaman psikanalitik yaklaşımı benimsemediklerini belirtmek önemlidir. Fakat yaptıkları tüketim açıklamaları ve analizlerinin can alıcı kısımlarında tüketimin arkasındaki güdü olan derin psikolojik/düşünsel anlamlara odaklanmayı teşvik ettikleri doğrudur ki, bu odaklanma böyle bir yaklaşımın geliştirilmesine yardımcı olabilir.

Baudrillard'ın tüketim toplumunda tüketim pratiğinin doğası üzerine yazılarının merkezinde "eksiklik" fikri vardır (1996). Esas meseleye geçmeden önce Baudrillard'ın *Nesneler Sistemi* eserindeki görüşlerini kısaca ele almamız gerekiyor. Baudrillard'ın tüketimcilik analizinin temelinde şu teori vardır: Fiziki nesneleri tüketiyor olabiliriz, ama tükettiğimiz aslında *bir nesne fikridir*. Bu fikirler faydadan ziyade iç motivasyonlarla ve güdülerle bağlantılıdır. Baudrillard'ın meramı nesnelerin sonunda kaçınılmaz olarak, daima hayal kırıklığına uğrattığı yönündedir; nesneler bizi ilk başta onlara yönelten derin psikolojik ihtiyaçları asla gerçekten karşılamazlar. Dolayısıyla tüketim ve tüketimci kapitalizm, kapitalizmin her daim körüklediği ama asla tatmin edemediği bir *psikolojik eksiklik* üzerine bina edilmiştir. Nesnelere sahip olmak sadece *sahip olmakla* değil, *var olmakla* da alakalıdır. Mesela "arabamdan", "ayakkabılarımdan", "i-Pod'umdan", "küpelerimden" vb. bahsetmek nesneleri kendi sahipliğimiz ve tahakkümümüz altına almak, *olduğumuz kişi olmak için* kullandığımız tikel bir nesneye kendi hislerimizi yansıtmaktır (Baudrillard 1996: 101). Baudrillard nesnelere olan bu doymak bilmez ihtiyaç konusunda muazzam kötümserdir (1996: 204) ve tüketimin "şu an nesnelerde zımnen var olan her daim hayal kırıklığına uğramış projeden" çıkartılan bir dinamiğe sahip olduğunu söylediğinde Marksizm ve eleştirel teorinin psikanalitik çeşitlerine olan borcu görülebilir. Ayrıca tüketme saiki "yaşam projesinin altında yatan" derin, "hayal kırıklığına uğramış bir bütünlük talebinden", devasa, bastırılamayan bir "eksiklikten" (1996: 205) kaynaklanır. Bu tür bir karamsarlık ve kısırlıkla, Baudrillard'ın postmodern dönüşünün nedeni pekâlâ anlaşılabilir.

McCracken'ın (1988) yer değiştirmiş anlamlar teorisi de Baudrillard'ın eksiklik mefhumuna benzer, ama daha iyi somutlaştırılmıştır. McCracken da tüketim için psikolojik bir güdü olduğunu koyutlar. McCracken'ın teorisinde gündelik yaşamın psikolojik-toplumsal veçhesinin kronik bir boyutu, gerçek ile ideal arasında insanların gündelik yaşamlarında var olan boşluktur; tüketim toplumlarında istenen nesnelerin peşine düşmek gerçek ile ideal arasında köprü kurmak için önemli bir kaynaktır. Düşler ve fanteziler –ve reklamcılık söylemlerinden ve başkalarının gerçek ya da hayali yaşamlarından yararlanmak– önemlidir, zira insanlar bu hayali alanda ideal mefhumlarını tanımlamaya ve inşa etmeye başlarlar. Tüketim toplumlarında nesneler gerçek olandan ideal olana bir köprüyü temsil etmeye başlarlar. Nesneler insanlar için anlam odağı haline gelirler. İnsanlar umutlarını, düşlerini ve arzularını belli nesnelere yamarlar. Psikolojik acı insanlar düşlerini süsleyen unsurlara nesneler biçiminde sahip olduğunda başlar; yaşamlarının çok geçmeden sıradan bir gerçekliğe döndüğünü keşfederler. Teori, insanların kısa bir yükselişin ardından "düşlerindeki tüketim nesnesinin" derin bir iç tatminsizliği dindirmediğini fark ettiklerini koyutlar. Bu noktada yenilik düşleme döngüsü yeniden başlar.

Campbell'ın (1987) teorisi, esasen dayalı olduğu tarihsel argümandan ötürü daha da incelikli ve iddialıdır. Campbell'ın tezi şudur: Weber'in kapitalist gelişim teorisinin özünü oluşturan burjuva, akılcı ve teknik etiğin yanı sıra, modern tüketimciliğin ardında bir başka güdüleyici güç, romantik, haz arayan, hedonist bir ruh vardır. Tüketim kompleksinin merkezinde gündüz düşleri, fanteziler ve hezeyanlar vardır. Tüketimin en önemli parçalarından biri tahayyül etmektir: Tüketiciler nesneleri, kendilerine yeni, güç ve olgunluk kazandıran bir şey sunduğuna inandıkları için isterler. Dolayısıyla insanlar doğrudan doğruya nesneleri değil, "düşleri ve muhayyilelerinde zevkine vardıkları haz verici oyunları" elde etmek isterler (Campbell, 1987: 90). McCracken'ın teorisinde olduğu gibi, Campbell'ın teorisinde de satın almak daha çok hayal kırıklığına yol açmaktan başka bir işe yaramaz, arzu ve özlem döngüsü yeniden başlar. Tüketim toplumunun en yüce güdüsüdür

bu: Anlam ve tatmin vaat eden, ama nihayetinde uzun vadede gerçek bir tatmin vermeyen nesneler sunmak. Kimliğin sürekli teyit edilmesini ve benliğin onurlandırılmasını isteyen varlıklar olarak, insanların bu tür psikolojik taleplerle başa çıkmak adına, nesnelerde tatmin aramaları ve az çok aradıklarını bulmaları akla yatkındır.

Gençlik Kültürü ve Nesneler

İngiliz kültür çalışmaları geleneğinde çeşitli marjinal gruplarla, özellikle de gençlerin yaşamlarıyla ilgili önemli birtakım etnografya incelemeleri yer alır. Bu çalışmalar bu tür alt-kültür topluluklarının üyelerinin kendilerini ana akım gruplardan ayırmak için nasıl anlamlar yarattıklarını göstermeyi başlıca amaçlarından biri saymıştır. Bu çalışmalarda moda ya da müzik gibi gençlik alt-kültürü biçimlerinin egemen ideolojilere bir yedeklenme ya da tabiiyet göstergesi olmaktan ziyade, direniş ve siyasi eylem türlerini temsil ettiği düşünülür. Örneğin 4. Bölüm'de Dick Hebdige'ın genç alt-kültür tarzlarının analizini ele almıştık. Bu analiz çengelli iğne, yırtık gömlek, deri kemer gibi nesnelere semiyotik "hükmedişin", geleneksel basmakalıplıklara ve ahlaka karşı gençlere sembolik düzeyde meydan okuma imkânı verdiğini gösteriyordu. Örneğin punk alt-kültüründe, bir nesneye tehditkâr bir kültürel erk kazandırmak amacıyla onları bağlamları dışında kullanmaya, dolayısıyla göstergesel bütünlüğü ve şeylerin "doğal düzenini" bozmaya vurgu vardır. Aynı gelenekten bir diğer araştırmacı olan Paul Willis, "bayağı" ya da "sıradan" kültür hakkındaki etnografya çalışmalarıyla gündelik yaşamadaki en sıradan şeylerin bile yaratıcılıkla, sembolik düzeyde yıkıcı biçimde kullanılabileceğini göstermiştir. Bu girişimler en çok da, egemen sınıfların sembollerini kullandıklarında etkili oluyordu. Tüketim nesneleri bağlamdan çıkartılabilir, geliştirilebilir ve ilk başta niyet edildiğinden çok farklı bir şeyi ifade edecek şekilde yeniden sahiplenilebilir. Willis *Profane Culture* (1978: 7) adlı kitabında şunları yazar:

> Bu kültürler bize devrimci kültürel değişimin ancak en entipüften, gündelik ve harcıâlem unsurlar etrafında aşağıdan yukarı doğru bir olgunlaşmayla, algıdaki değişikliklerle ve yeniden yorumlamalarla gerçekleşeceğini öğretir. (...) Düşünme ve hissetmeyle ve şeylerin nasıl göründüğüyle alakalıdır bu; yani eski nesnelere yeni gözlerle bakılabilir.

Willis "motosikletli çocuklar" üzerine etnografya çalışmasında, "motosiklet nesnesinin" bisiklet kültürünün tarzla alakalı esas odak noktası olduğunu görmüştü. İncelediği grubun kültürü çoğunlukla motosikletin veçhelerini incelemeyle alakalıydı: Tarzları, kapasiteleri, özellikleri, tutma yerleri, sürüşü vs. grup içinde bir bireyin statüsü kısmen sürdüğü araca, sürme ve mekanik bilgilerine göre belirleniyordu. Bundan da ötesi, kişinin bir bisikletle *deneyim türleri* grup içindeki statüsünü belirliyordu: Kişinin sahip olduğu derinlik, genişlik ve ilgili anlayış motosiklet sürenler arasında bir tür yurttaşlığa benziyordu. Motosiklet, motosikletli gençlerin geniş kültürel evrenine en uygun tamamlayıcıydı ya da muadildi. Gençler eril, dolaysız, fiziksel ve statüye saygılı olmakla birlikte, motosikletin sağlamlığı, çok yönlülüğü, kaçınılmazlığı ve kuvveti bisikletli gençlerin dünyasının somut, sağlam niteliğine uyuyordu" (Willis, 1978: 53). Willis bisikletli çocukların kimliği ile nesnesi arasında açıkça bağlar kurarak devam eder:

> Gençlerin elle tutulur şeylerin aklıselim dünyasına olan inançlarını ve kişisel kimliklerinin sağlamlığını çarpıcı ve önemli bir tarzda güvence altına alıyordu. Motosikletin kabalığı ve tehditkârlığı, şiddetli şekilde hızlanmasının yarattığı şaşkınlık, egzozun saldırgan cesameti dilin, toplumsal iletişimin tarzının kaslılığını, eril kararlılığı, zorlu yoldaşlığı simgeliyor. (Willis, 1978: 53)

Willis motosikletin kültürel alanın tümüne etkisini görmüştü. Motosikletin mekanik özellikleri kabul edilmiş ve anlaşılmıştı ve grup içinde statü edinmenin önemli bir parçası olduğu da malumdu. Mekanik özellikleri kişinin motosiklet üzerindeki deneyimleri anlama tarzına da dahil edilmişti: Aracın nasıl sürüldüğü, tutuldu-

ğu ve yanıt verdiği önemliydi. Ama en sonunda sibernetik bir ilişki değildi bu: "Bisiklet" ile delikanlı" iç içe geçmiş değildir. Daha ziyade, motosikleti pratik ve sembolik olarak "kontrol etme", farklı ve anlamlı bir kültürel inşa haline getirme dürtüsü vardı. Sonunda, bu dürtü o aracı insansılaştırmıştı: Motorlu gençlerin kültürel evreninde eşit bir iletişimsel statüyle onurlandırılmıştı.

Gençlik ve riskli davranışlar alanında çalışan Cynthia Lightfoot (1997) risk almayı gençlik kimliğinin gelişimiyle ilişkilendirir. Riskler salt aptallık, saçmalık ya da nihilistlik değildir, aksine Winnicott'un yukarıda ele alınan "geçiş nesneleri" ile hemen hemen aynı işlevi görür: Gençlere kendi kimliklerini, hislerini, arzularını ve korkularını akranları bağlamında algılama fırsatı sunar; "Rozet –özerklik, meydan okuma ya da grup üyeliği rozeti–misali yakaya iliştirilen benlik beyanlarıdır" (Lightfoot, 1997: 9). Lightfoot akran grupları içinde yetişkinlerin yeni *tılsımlar* yaratmaya giriştiklerinden bahseder: Taşıyıcısına doğaüstü güçler verdiği düşünülen, kültürel açıdan onanmış sihirli işaretler taşıyan statü nesneleridir bunlar. Bu tür "tılsımlı" nesnelerle ilişkiler oyun ve fantezi bağlamında gerçekleşse de, gençlik kimliklerini ifade etmenin güçlü biçimleridir: "Ergenler yeni tılsım yaratıcılarıdır. Giydikleri kıyafetler, müzik ve medya tercihleri, dil ve argoları, takıldıkları yerler: Hepsi de kim olduklarını ve kim olmak istediklerini gösteren biçimlerdir" (Lightfoot, 1997: 9).

Benliğin Uzantısı Olarak Nesneler

Russell Belk'in (1988) mülkler ve mülklerin "benliğin uzantıları olması" konusundaki kapsamlı, disiplinlerarası denemesi bu alandaki kilit eserdir. Belk insanın, fizyolojisinden (beden ve zihinden) daha fazlası olduğunu söyler. İnsanlar çevrelerindeki nesnelere, özellikle de "sahip olduklarını" düşündükleri nesnelere büyük ve son derece kişisel değer atfederler. Bir düzeyde, bunlar salt teknolojik ve işlevsel şeylerdir; zaman ve mekânı aşarak ve çok daha etkili biçimde toplumsal eylemlerde bulunmalarında insanlara yardımcı olurlar (örneğin cep telefonu, motorlu taşıtlar ya

da elektronik ajanda). Dışımızdaki nesneler bunun ötesinde, daha derin anlamlar da edinirler; çok çeşitli hedeflere hizmet edebilirler. Psikolog William James benliğin –"Ben" kimim?– bedenim ve düşüncelerimde olduğu gibi sadece "ben" olarak değil, aynı zamanda "benim" olarak anlaşıldığını iddia eder. Dolayısıyla James, fiilen, benliği ona dışsal olan şeylerden ayıramayacağımızı; insanların, bazı şeyler *sanki* benlikleriymiş gibi davrandıklarını ve buna inandıklarını savunur. Dolayısıyla bir insanın anlam dünyası ampirik benliğinin çok ötesine, çevresindeki nesnelere, şeylere ve diğer insanlara uzanır. James bu yolla, dışımızdaki nesnelerin benlikle özdeşleştiğini söyler: "Bizim olan belli şeyler söz konusu olduğunda, bunlar adeta benliğimizmiş gibi hisseder ve hareket ederiz" (William James'ten akt. Belk, 1988: 140).

James'in insanların "benliklerinin" nerede başlayıp nerede bittiğine inandıklarına ilişkin bu düşüncelerini, psikolojik araştırmalar da desteklemektedir. Nesneler ve şeyler insanların benlik hissinin parçasıdırlar. Belk'e göre (1988) Prelinger'ın benliğin sınırları araştırması insanların kendilerini her şeyden önce ve öte bedenleşmiş olarak görme eğiliminde olduğunu gösterir, ama nesneler de anlam bakımından önemli bir yere sahiptir. İnsanlar kendilerini, önem sırasına göre şunlar üzerinden tahayyül ederler: Özgül beden parçaları (gözler, yüz, bacaklar), zihindeki psikolojik süreçler (kişinin inançları, değerleri ya da vicdanı), kişisel vasıflar (yaş, meslek), mal-mülk (saat, bilgisayar, CD), soyut fikirler (kişinin ahlak anlayışı), diğer insanlar (eş, anne-baba), yakın çevredeki nesneler (kalem, lamba, kitap) ve uzakta çevredeki nesneler (seyahat edilen yerler, yaşanılan yer). Dikkat ederseniz, mal-mülk kategorisi benliğin tahayyül edilmesinde "diğer insanlardan" daha önceliklidir ve bu, nesnelerin büyük önemi olduğunu gösterir. Bu sıralamada iş başında olan etkenlerden biri, şeyler üzerinde sahip olduğumuzu hissettiğimiz kontrol derecesidir; bu, hangi benlik bileşenini kendimize daha yakın hissettiğimizi belirleyen şeydir. İnsanlar nesneleri diğer insanları olduğundan daha fazla kontrol edebilirler ve dolayısıyla bunlara daha fazla yakınlık hissedebilirler. Bu yüzden, bir nesneye sahip olduğumuzu ya da onun tarafından esir alındığı-

mızı ne kadar çok hissedersek, onu o kadar çok benliğimizin parçası olarak görürüz (Belk, 1998, 141). Özetleyecek olursak, Belk (1988) şunların benliğin önemli bileşenleri olarak görüldüğünü söyler (önem sırasına göre): Beden; iç süreçler; fikirler ve deneyimler; bağlı hissettiğimiz kişiler, yerler ve şeyler. Aşağıdaki kısımlarda benlik ile nesneler arasındaki ilişkileri yapılandıran çeşitli boyutlara odaklanmış araştırmalar ele alınmaktadır.

Gözde Nesneler, Baş Tacı Edilen Mallar ve Anlam Yaratımı

Csikszentmihalyi ve Rochberg-Halton (1981) insanlar ile nesneler arasında evlerindeki ilişkileri ampirik olarak açıklamaya girişen etkili çalışmaları için Chicago şehrinde 82 aileden 300'ü aşkın kişiyle mülakat yapmışlardı. Araştırma yaklaşımlarının temelinde nesnelerin araştırmacılara insanların şu anda kim olduklarını, geçmişte kim olduklarını ve gelecekte kim olmak istediklerini anlatabilecek semboller olduğu inancı vardır. Evlerindeki hangi şeylerin kendileri açısından en önemli olduğu ve nedenleri sorulduğunda, en sık verilen yanıtlar şu kategorilere ayrılabilir. Listenin ardından niçin bu nesneyi seçtiklerine dair sebeplerin bir özeti sunulmaktadır:

1. Mobilya (evi dolduran, rahatlık sağlayan, rutini yapılandıran ve kimi zaman da anıları cisimleştiren sandalye, kanepe ve masalar).
2. Görsel sanat (estetik ve tarz açısından değeri olan, ama belki bir o kadar önemlisi, ailelere, aile bağlarına ve benlik değerlerine atıfta bulunan tablolar vb.).
3. Fotoğraflar (aile ve yakınların fotoğrafları, anıları, kişisel bağları muhafaza eder ve merhum akrabaların hiç gitmemişler gibi hissedilmesini sağlarlar)
4. Kitaplar (kişinin eski başarılarına, mevcut ilgi alanlarına işaret eder ve kişinin ideallerini ve değerlerini temsil eden göstergelerdir)
5. Müzik seti (müzik birçok insan için önemli bir moral destektir ve kimlik açısından önemli bir göndergedir)

6. Müzik aletleri (kişinin yaratıcı bir şekilde kendini ifade etmesinin önemli bir sembolü ve müzikten aldığı hazzın bir göstergesidir; kimi zaman da kişinin bırakmak zorunda kaldığı eski bir hobiyi ifade eder)
7. Televizyon (müzik gibi televizyon da ruh hallerinin düzenlenmesine yardımcı olur ve keyif verir, ayrıca yalnız yaşayan kişiler için yapay bir sosyalleşme biçimi sağlar)
8. Heykel (üç boyutlu eserler, aile ilişkilerini, güzel deneyimleri ve kimi zaman da estetik nitelikleri ifade eder).
9. Bitki (insanlara bir şeyle ilgilenme şansı sunar; sağlıklı bitki yetiştirmek kişisel bir başarıyı temsil eder ve kişilerin çevreyle bağlantı hissine atıfta bulunur)
10. Tabaklar (aile yadigârları, hediyeler, egzotik nesneler ve tuhaf eşyalar gibi kişiyi başkalarına bağlayan ve hayatındaki önemli olaylara atıfta bulunan şeyler)

Csikszentmihalyi ve Rochberg-Halton (1981) yaşam boyunca nesnelere değer verme tarzları arasında önemli farklar da tespit etmişlerdi. Benimsedikleri nesilden nesile örnekleme yaklaşımıyla, yaşla alakalı farkları yorumlamaya yarayan bir ikili plan sunarlar; bu plan şunları birbirinden ayırır: (i) *eylem* kolaylaştırıcı olduğu için değer verilen nesneler (örneğin top, bisiklet ya da uçurtma) ile (ii) *derin düşünme* imkânı sunduğu için değer verilen nesneler (örneğin bir fotoğraf, eski bir tabak ya da heykel). Gençlerin ve çocukların en çok değer verdikleri nesneler eyleme geçiren ya da eylemi teşvik eden şeylerdir – bunlar bir şey *yapmak* için var olan aletlerdir ve fiziki yönetim ve ilişki gerektirir, (mesela müzik aletleri, spor araç gereçleri, bisikletler ve kaykay). Diğer yandan, yaşlı insanlar, büyükanne ve dedeler fotoğraf gibi çoğunlukla zihinsel ve duygusal ilişki gerektiren nesnelere değer verme eğilimindedirler. Orta yaşlılar ise yelpazenin derin düşünmeyle ilgili kısmına yakın durur ve bu açıdan yaşlı kuşağa benzerler. Yazarların saptadıkları genel eğilim, nesnelerin anlamlarının zaman içinde değişmesi ve bir nesneyle ne yapılabileceğinden geçmişte ne yapıldığına kaymasıdır. Dolayısıyla kişi yaşlandıkça nesneler geçmişle bağ kurmasına hizmet etmekte, kişinin hayatı değişip, çeşitli şekillerde daha

zorlu ve karmaşık hale geldikçe benliğin geleceğe doğru sürekliliğini sağlamaktadır. Csikszentmihalyi ve Rochberg-Halton eylem ile derin düşünme arasında bu tür bir ikili ayrım yapmanın yanlış yönlendirici olabileceğine dikkat çekerler. Örneğin hem yaşlı hem de genç kuşak müzik setine çok değerli bir nesne gözüyle bakmaktadır. Böyle bir örnekte, nesnenin çok farklı anlamlar ifade edebileceği ve insanlar tarafından ihtiyaçlarına uygun olarak esnek şekilde kullanılabileceği açıktır. Mesela müzik seti gençler için en son çıkan pop şarkılarını yüksek sesle, harekete geçirecek şekilde çalan bir şeyken, yaşlıları duygusal bir ruh haline sürükleyebilir ya da rahatlama kaynağı olabilir. Yazarlar daha da genelleştirerek, sevilen nesnelerin bu şekilde "merkez kayması" yaşamasının –benliği doğrudan ve fiziki kendine bağlayan nesnelerden benliği başka insanlara bağlayan nesnelere kayışının– Piaget'nin bilişsel gelişim modeline tekabül ettiğini söylerler.

Laura Kamptner (1995) yetişkinlerin değerli eşyası üzerine bir araştırma yapmıştı. Kamptner sadece hangi nesnelerin kıymetli sayıldığıyla değil, insanların bu mülkleri neden seçtikleriyle de ilgileniyordu. Kamptner yetişkin erkeklerin en değer verdikleri nesneleri sırayla şu kategorilere ayırmıştı: Müzik (CD çalar, müzik aletleri), spor araç gereçleri (sörf tahtasından beyzbol sopasına), motorlu taşıtlar, küçük elektronik aletler (çoğunlukla televizyon, ama aynı zamanda bilgisayar, kamera ve video oyunları) ve kıyafet (ayakkabı dahil). Kadınlar ise sırasıyla şu nesnelere değer veriyorlardı: Mücevherat, oyuncak hayvanlar, müzik, kıyafet ve küçük elektronik aletler. Csikszentmihalyi ve Rochberg-Halton (1981: 107) incelemelerinde benzer bir bulguya ulaşmışlardır. Erkekler *araçsal* nesneleri (örneğin mobilya, TV, müzik seti ve müzik aleti) daha çok zikrederken, kadınlar fotoğraf, görsel sanat, heykel, kitap ve çiçek gibi *anlatımcı* kategorilere daha fazla değer vermişlerdir. En fazla değer verilen nesnelerin ne ifade sorusuna verilen cevaplarda, Kamptner'in verilerine göre erkekler daha çok keyfe ("iyi hissetme" ya da "kaçış" gibi ruh halinde yaşanan iyileşmelere), faydacı nedenlere ("bir işi halletme" ya da bir rolü yerine getirmeye) ve benliğe (nesnenin kimliğin bir parçasını temsil etmesine) atıfta bu-

lunurlar. Kadınlar ise nesnelerin toplumsal anlamının (başka bir insanla bir tür bağı olan nesneler) en önemli anlam olarak sayarlar; bunları benlik ve keyif alma takip eder. Bu anlamda önemli cinsiyet farkları vardır: Erkekler iş kotaran, önemli olduğu düşünülen rolleri ya da görevleri yerine getiren veya doğrudan keyif, eğlence ve haz veren nesnelere odaklanırken, kadınlar genellikle akraba ve dostluk bağları sağlayan (örneğin hatırlatan ya da doğrudan bugünü çağrıştıran) nesnelere odaklanmaktadırlar.

Nesnelere bağlanma ve yaş bağlamında, Kamptner daha yaşlı deneklerin gençliklerine kıyasla, rahatlık ya da eğlenceden ziyade faydacı rollerinden ötürü nesnelere değer verme eğiliminde olduklarını görmüştür. Dolayısıyla değer verilen nesne türleri yaşla birlikte genellikle "duygusal rahatlıktan" faydacılığa ve "keyif verme" rollerine doğru değişmektedir. Kamptner'e göre, bu değişiklik ergenlerin gelişim aşamasını yansıtmaktadır, zira onlar, özerklik ve bağımsızlık sahibi olmak, bir kimlik duygusunu tecrübe etmek, akranlarıyla ilişki kurmak ve heyecan duyup zevk almak üzere nesnelerden yararlanırlar. Özetle, nesneler gençlere kimlikle ilintili gelişim fırsatı sunar.

Marsha L. Richins nesne anlamları üzerine araştırmasında (1994a) mülklerin kamusal ve özel anlamları arasında ayrım yapar, ama bu kategorilerin iç içe geçtiğini de belirtir. Kamusal anlamlar genel olarak toplumun fertlerinin atfettiği anlamlarla ilgilidir. Az çok değişiklik ve yanlış yorumlama olabilirse de, bir topluluğun üyeleri, genel olarak söylemek gerekirse, birçok nesnenin anlamı üzerinde anlaşabilir, zira bunlar moda, tarz, statü ve etiketle ilgili anlamlar tarafından şekillendirilirler. Özel anlamlar ise bir mülkün o kişi için taşıdığı anlamlardır. Buna sahibin kişisel mazisinin kimi boyutları, özellikle de önemli akrabalık ilişkileriyle ilgili yönleri de dahil olabilir. Richins çalışmasında deneklerin değer verdiği mülk türlerinden hareketle, nesnelerle ilgili şu kategorilere ulaşır (önem sırasına göre): Duygusal nesneler (hediyeler, fotoğraf albümleri), mal varlığı (ev, mülk, para), ulaşım (araba), pratik nesneler (alet, mutfak gereçleri), boş zaman nesneleri (spor araç gereçleri, müzik aletleri), kişisel görünümle ilgili şeyler (saç kurutucu, saç düzleşti-

rici, mücevherat), benliğin kişisel başarıları temsil eden uzantıları (ödül, diploma) ve estetik nesneler (tablo, heykel). Richins'in çok aşamalı incelemesi, denekler arasında, nesnelerin özel ve kamusal anlamlarına dair ciddi bir mutabakat olduğunu göstermektedir. Bu, bir açıdan beklenen bir durumdur: Bir nesnenin kamusal anlamları ortak sosyalleşme deneyimlerinden ve sosyal faaliyetlere katılımdan doğar. Özel anlamlar ise incelikli ve kişiye özgüdür. Dolayısıyla denekler araştırmacılara nesnelere atfettikleri özel anlamlar hakkında daha fazla şey anlatabilirler, çünkü bir bireyin nesnelerle doğrudan deneyimi, geçmişi ve çağrışımlarının şahsi yapısı etrafında şekillenir. Richins'in (1994a: 517) belirttiği gibi, "örneğin bir elektrik süpürgesinin sağladığı deneyimler ve kullanım alanları bir otomobil ya da yürüyüş ayakkabısının sağladığından çok daha sınırlıdır".

İlginç bazı araştırmalar mülklere değer verme sürecini daha kişisel özellikleri, özellikle de maddiyatçılık özelliğini kapsayacak şekilde genişletmiştir. Maddiyatçılık bir insanın mal-mülkünü kimliğinin çok güçlü bir parçası olarak görmesini anlatır. Maddiyatçı insan mallarına çok değer verir ve hayatının çok çeşitli yönleri için (örneğin mutluluk, başarı ya da öz-saygı) önemli bileşenler olarak görür. Maddiyatçı insanların farklı nesnelere değer verdikleri ve daha az maddiyatçı insanlara kıyasla onlara farklı anlamlar yükledikleri söylenebilir mi? Örneğin iki insan kendilerini A noktasından B noktasına götürecek arabaya benzer bir değer verirken, maddiyatçı insan arabanın kendi benlik hissine uygun çeşitli özelliklere sahip olmasını bekleyecektir. Benzer şekilde, kot pantolon gibi "evrensel" türde bir kıyafet hem maddiyatçı hem de daha az maddiyatçı insan tarafından giyilebilir, ama tercih edilen pantolonun fiyat, marka ve tasarımı iki durumda birbirinden çok farklı olacaktır. Richins (1994b) daha az maddiyatçı insanların muhtemelen kendi başlarınayken kullanacakları ya da evde görünür olan eşyalara değer verdiğini, daha maddiyatçı insanların ise dışarıda giyilen ya da kullanılan nesnelere değer verdiğini tespit etmiştir. Ayrıca bir insan ne kadar maddiyatçıysa, üstün tuttuğu nesneler de o kadar pahalı olmaktadır. Daha maddiyatçı denekler nesneleri tarif ederken mali değerine daha çok atıfta bulunurlar ve kişiler

arası bağlardan daha az söz ederler. Maddiyatçılığı daha az olan kişilerin ise nesneleri araçsal değerinden çok kişiler arası anlamından ötürü değerli görmeleri daha muhtemeldir. Görünüşle ilgili anlamlar –ya da estetik değerler– nesnelerden yana tatmini belirlediklerinden maddiyatçıların daha fazla önem atfettikleri anlamlardır. Kasser ve Kasser (2001) maddiyatçı bireylerin psişik dünyasına ilişkin benzersiz ve ilgi çekici bir çalışmada insanları, psikanalizin rüya analizinden esinlenen bir yaklaşımla incelemişlerdi. İnsanları maddiyat ölçütüyle sınıflandırarak, çok maddiyatçı insanların, önem verdikleri diğer insanlarla çatışmalı ilişkiler ve izzetinefisle ilgili kaygıların damgasını vurduğu güvensizlik temalı (örneğin düşmek ya da ölmek) rüyalar görmelerinin daha muhtemel olduğunu saptadılar. Kıyaslama yaparsak, daha az maddiyatçı insanlar düşlerinde daha fazla yakınlık peşinde koştuklarını ve tehlikelerin üstesinden gelecek güce sahip olduklarını hissettiklerini belirtirler. Başka yönlerden titiz olan yaklaşımlarındaki yöntemsel kısıtlara bir yana Kasser ve Kasser, çok maddiyatçı insanların kendileri hakkında daha çok kuşku duyduklarını, güvenlik ve kimliklerine yönelik daha fazla tehdit algıladıklarını, kişiler arası ilişkilerinin kötü olabildiğini, özgüvenlerinin daha az ya da birtakım dış etkenlere bağlı olabileceğini söylerler.

Sonuç

Yakın dönemde tüketim incelemelerinde, tüketim saikleri ve toplumsal amaçları açıklamada merkezi yere sahip kimlik fikrine vurgu yapan, hatta ayrıcalık tanıyan izahlara kayma yaşanmıştır. Bu kimlik merkezli yaklaşımların en büyük kuvvetle sergilendiği saha, kültür incelemeleri ve daha anlam-merkezli sosyolojik analizler olmuştur. Bu tür hamleler çoğunlukla, daha yapısal ve materyalist analizlerle tüketimi marjinalleştiren yaklaşıma yanıt olarak gelişmiştir. Bu tür "kimlik" yaklaşımları o kadar popüler olmuştur ki, Pierre Bourdieu'nün geleneğine bağlı kalınarak yapısal, (maddi açıdan) bağlamsallaştırılmış tüketim izahına geri dönüş çağrıları yapılmıştır.

Kimliğin rolünü açıklayacak yeterli ampirik değerlendirmeler ortada yokken, kimlikten uzaklaşmak için henüz erkendir. Bu bölümde insan-nesne ilişkilerinin merkezinde kimlik sorunlarının olduğunu gösteren eserleri ele aldık. Burada bahsettiğimiz kimlik kavramı, kimliğin oynanacak ya da flört edilecek bir şey olduğunu savunan daha renkli kültür incelemeleri ve sosyolojik izahlardaki "kimlik" değildir her zaman. Bu bölümde daha çok, insan-nesne ilişkilerinin kendini yetiştirme, psikolojik anlam ve kişilik gelişimi gibi "somut" kimlik sorunları açısından merkeziliğini gösteren eserleri ele aldık. Bu psiko-dinamik benliği oluşturma ve anlama faaliyetinde nesnelerin, beşikten mezara kadar oynayacak hayati rolleri vardır.

Ek Okuma Önerileri

Kimlik, mülkler ve nesneler gibi büyük meselelerde bakılacak ilk kaynak Russell W. Belk'in eserleridir. Belk işletme profesörüdür ve analitik bir açıklıkla yazdığı gibi, tüketimin kültürel açıklamalarına da ilgi göstermektedir. Benlik imgesi, tüketim ve bağlanma konularında, ayrıca bkz. Schultz vd. (1989); Dittmar ve Drury (2000) ve Ahuvia (2005). Daha genel olarak, *The Journal of Consumer Research* tüketimin tüm yönleri hakkında nitel ve nicel yönden gayet iyi yazılar içermektedir. Genel olarak kimlik teorileri hakkında, Anthony Elliott'ın *Concepts of the Self* (2001) eserine de bakılmalı, ama bu bölümde ele alınan nesne ilişkileri üzerine olan eserler hoşunuza gittiyse, Elliott'ın psikanalitik teori hakkındaki faydalı değerlendirmesine de bakınız: *Psychoanalytic Theory: An Introduction* (1994). Özel olarak nesne ilişkileri hakkında daha fazlası için, bkz. Lavinia Gomez, *An Introduction to Object Relations* (1997); daha ileri düzeydeki okurlar ise D.W. Winnicott'un *Oyun ve Gerçeklik* (1953) eserine bakmalıdır. Kimlik ve alt kültür konusunda, bkz. Paul Willis, *Profane Culture* (1978). İngiliz alt-kültür araştırmalarının güncellenmiş bir versiyonu için, bkz. Paul Hodkinson, *Goth: Identity, Style & Subculture* (2002). Bu iki eser de başlı başına maddi kültür hakkında olmasa da, nesnelerin

alt-kültür normlarını, deneyimlerini ve değerlerini nasıl tanımlamaya yaradığını anlatmaktadır. Tüketim, bağlanma ve psişik "eksiklik" sorunlarını ele alan ve bunları atıklar, biyosfer ve çevrenin yozlaşması gibi çok ciddi sorunlarla birleştiren bir perspektif için, bkz. Jonathan Chapman, *Emotionally Durable Design* (2005).

8

Maddi Kültür, Anlatılar ve Toplumsal İcra. Bağlam İçinde Nesneler

BÖLÜM İÇERİĞİNİN ÖZETİ

Bu bölümde nesnelerin anlatılaştırma ve toplumsal icra yoluyla nasıl hayat bulduğu ele alınıyor. Bölüm dört ana kısımdan oluşmaktadır:

- Anlatı ve toplumsal icra kavramlarının ve bunların nesne incelemeleri bakımından değerinin tanımlanıp irdelenmesi;
- Maddi kültür çalışmaları için özel bir bağlam olarak ev örneğinin tartışılması;
- Ev eşyalarının incelenmesi konusundaki sosyal-psikolojik, sosyolojik ve çevreci yaklaşımların genel hatlarıyla ortaya konulması;
- Evdeki insan-nesne ilişkilerinin çokanlamlı doğasını araştırmak üzere vaka incelemelerinin kullanılması.

Bağlamlar İçinde Nesneler

Bu bölümde "anlatı" ve "icra" kavramlarının maddi kültür çalışmalarına uygulanmasına ilişkin bir değerlendirme yapmanın

yanı sıra, ev dekorasyonu pratikleri hakkında gerçekleştirdiğimiz mülakat ve vaka incelemeleri malzemelerinden de yararlanıyoruz. Bu bölümdeki amacımız, nesnelerin toplumsal bağlamlarda kültürel anlam ve etkiye nasıl sahip olduklarına ilişkin iki önemli perspektifi ele almaktır. Nesneleri araştırma ya da açıklama tarzlarına denk düşen bu perspektifler "icra" ve "anlatı" kelimeleriyle özetlenebilir. Nesnelerin şu iki önemli öğe olmadan kültürel etkiye sahip olamayacağını göstermeye çalışacağız: *Anlatı* ve *icra*. Bu bölümün ana kısmına geçmeden önce, bu iddianın temelini kısaca ele alacağız.

Birincisi, ister bireylerin anlattığı izahlar olsun ister bir söylem gibi daha genel egemenliğe sahip izahlar olsun, anlatısal olay örgüleri olmadıkça bir nesne, kültür içinde neredeyse görünmez hale gelir. Nesneler kritik rol oynayabilirler (bir uçağı bir arada tutan binlerce parça gibi), ama esasında sorun çıkarmadıkça görmezden gelinirler. Sosyolojik açıdan bakıldığında bu göz ardı etme pratiğinin önemli olduğunu söyleyebiliriz, zira bir nesnenin yerini kısmen o nesneyi görmezden geldiğimizde öğrenebiliriz. Giderek genişleyen aktör-ağ teorisi (ANT) alanındaki malzemelerin çoğu belli ölçüde bu önermeden yola çıkar. Ancak bu bölümde biz daha çok nesnelerin *anlatılaştırılmasıyla*, yani insanların kendi hayatları, değerleri ve deneyimleri hakkında konuşurken nesneler hakkında söyledikleriyle ilgileneceğiz. Dolayısıyla tüketim nesneleri kültürel anlamlarını, katılımcıların nesnelerle ilgili olarak aktif, yaratıcı izahlar ya da anlatılar sundukları ve böylece onlara toplumsal hayata dahil ettikleri ortamlarda kazanırlar. Bir nesneyi bir arada tutan, ona kültürel anlam kazandıran şey hikâyeler ve anlatılardır. Rom Harré'nin (2002) yazısı bu hususun aydınlatılması açısından yararlıdır. Bu yazıda Harré nesnelerin teorik açıdan kavramlaştırılmasıyla ilgili birtakım ilkeler önerir. İkisi şunlardır:

> Bir nesne anlatı içine dahil edildiğinde, herhangi bir hikâyeden bağımsız tanımlanabilen bir şeyden toplumsal bir nesneye dönüşür.
>
> Maddi şeyler ancak bir parçası oldukları anlatılar bağlamında sihirli güçlere sahiptir. (Harré, 2002: 25)

İkincisi, nesneler insanların bir çevrede iletişim kurdukları maddi şeyler olduklarından, her türlü insan faaliyetinin ayrılmaz parçasıdırlar. Nesnelerin, insanların aktif şekilde anlam inşa edip iletişmelerini sağlayan toplumsal icranın parçası olduğunu söyleyebiliriz. Örneğin Jimmy Hendrix'i gitarı olmadan, Satchmo'yu trampeti, Groucho Marx'ı purosu, Charlie Chaplin'i değneği, otobüs muavinini biletleri, top toplayıcı çocuğu spor ayakkabıları olmadan, Flavor Flav'ı (Public Enemy grubunun rapçisi) boynuna doladığı saati olmadan, bir işadamını bilgisayarı ya da cep telefonu olmadan zihninizde canlandırmaya çalışın. Elbette bu kişileri ilgili nesne olmadan düşünmek mümkündür, ama bu insanların her biri hakkında düşünürken *insan ve nesne kol kola gider*. İnsan ile nesne arasında karşılıklılık ve tamamlayıcılık vardır (Gibson, 1986). Dolayısıyla bir kimliğin başarılı icrası nesnelerle belli ilişkilere ve onların belli şekillerde sunumlarına dayanır. Bu anlamda *nesnelerin bir icra gücüne sahip olduğunu*, bunun da toplumsal bağlamın ve benliğin diğer nesnelerle yansıtılarak sunuluşunun bir sonucu olduğunu söyleyebiliriz. Bu görüşü genelleştirip tüketim meselelerine uyguladığımızda, tüketimi toplumsal faillerin kendi kimliklerini sürekli olarak sergilemek ve mallara anlam kazandırmak adına anlatılardan, sembollerden ve kodlardan yararlandıkları bir edimsel icra olarak tasavvur edebiliriz. Toplumsal eylem, şeyler ve kelimeler arasındaki bu ilişkinin ikili bir niteliği vardır. Bu nitelik Pels ve arkadaşlarının *Theory, Culture and Society* dergisinin özel sayısında kaleme aldıkları harika sunuş yazısında özetlenmektedir:

> Nesnelerin toplumsal yaşamlar edinmek için sembolik anlamlara, hikâyelere ve sözcülere ihtiyaçları vardır: Toplumsal ilişkiler ve pratikler de zamanda ve mekânda süreklilik kazanmak için maddi bir zemine oturtulmalıdır. (2002: 11).

Nesneler ve Anlatı: Şeyler ve Kelimeler

Önceki kısımda nesnelerin insanların katkısıyla her türlü toplumsal icranın ayrılmaz parçası haline geldiklerini, nesnelerin toplumsal hedeflere ulaşmak üzere eylemde bulunduklarını ve onlar

üzerinde de eylemde bulunulduğunu gördük. Bu icra kapasiteleri bir yana, nesnelerin açıklanmaları ve bir anlatıya dahil edilmeleri de gerekir. Bunlar deneyim ve değerlerimiz hakkında anlattığımız hikâyelerin parçasıdır. Genel olarak, anlatılar gerek bireysel gerekse makro, toplumsal düzeyde anlatılan hikâyelere ya da açıklamalara atıfta bulunur. Bireysel düzeyde anlatılar insanların kendi yaşamlarını *anlamlandırmak –ve pratik araçlar yoluyla yaratmak–* için kendileri hakkında yaptıkları açıklamalardan ve anlattıkları hikâyelerden oluşur. Dolayısıyla anlatılar benliği yansıtırlar ve zaten gerçekleşmiş olan olayları açıklar. Ama aynı zamanda bireyin değer ve inançlarını dile getirdikleri bir alan olarak da aktiftir: Bir insanın geleceğini inşa etmek için kaynaklar ve çerçeveler sağlar. Bireyler hayatlarını hikâyeler yoluyla anlatırlar, ama bu hikâyelerin orada öylece anlatılmayı beklediğini düşünmemeliyiz; bu hikâyeler belli dinleyiciler, olay örgüleri ve bağlamlar için aktif bir şekilde yaratılır (Riessman, 1993). Bu anlatılaştırma süreci bize, insanların kendi hayatlarda geçerli kabul ettikleri anlamlar hakkında bir şeyler anlatır.

İlgi alanımızla ilintili ikinci tür bir anlatı daha vardır. Anlatılar sadece benliğin zihinsel ya da idealist veçheleri olmakla sınırlı değildir, aynı zamanda kültürün önemli bileşenleridir de. Yani başkalarına ya da kendilerine bunları anlatanlar sadece bireyler değildir. Hikâyeler kültürün içinde dolaşır, kendi kültürleri ve dolayısıyla nesneler hakkında bir grubun fertlerine bir şeyler anlatır. Mesela okur, Smith'in tarihsel giyotin incelemesini (bkz. 5. Bölüm) ve bunun bilim, tıp, insan bedeni ve ruhuyla ilgili kültürel anlatılar aracılığıyla nasıl anlaşıldığını –"bağlama oturtulduğunu"– hatırlayacaktır. Keza, Alexander'ın bilgisayar üzerine yaptığı çalışmaya (aynı bölümde) değinmiştik. Bu çalışma ilk defa ortaya çıkan bu nesneyle ilgili zamanla gelişen kültürel anlatıları gösteriyor ve yaygın söylem içerisinde bilgisayarın kâh bir kurtarıcı kâh bir tehdit olarak belli bir anlatıya nasıl dahil edildiğini anlatıyordu.

Nesneler ve Toplumsal Performans

Toplumsal yaşam sadece performanslardan değil, aynı zamanda bu performansların, toplumsal eylem için anlam ve bağlam sağla-

yan açıklamalarından da oluşur. Tüketim örneğini ele alacak olursak, tüketimin, kültürel kimlikleri ve mensubiyetleri yerleştirme ihtiyacıyla güdülendiği görülebilir ve tüketimi, faillerin belli amaçlara ulaşmak için sembolik kodlardan, anlatılardan ve nesnelerden yararlandıkları bir tür "tüketim performansı" olarak kavramlaştırmak için yeni yollar önerilebilir. Performans teorisindeki son gelişmeler bir dizi farklı teorik gelenekten beslenmiştir. Goffman (1959) performans kavramından, statünün idaresi mantığına göre toplumsal rollerin ifa edilişini açıklamak için yararlanmıştı. Performans teorisindeki daha yakın dönemli gelişmeler [Alexander, 2004a, 2004b; Butler, 1997(1988); Geertz, 1973; Schechner, 1993; Turner, 1982] toplumsal eylemin tarihe ve kolektif duygulara dayalı olduğunu, ama toplumsal faillerin kimliklerini somutlaştıran ve yeniden üreten sürekli performatif davranışlar yoluyla hayata geçirilmesinin de şart olduğunu göstermek amacıyla, sembolik eylem, ritüel ve sosyal dramanın teorik kaynaklarından yararlanarak kimliğin edimsel doğasını anlamaya çalışır [Butler, 1997(1988): 409]. Alexander (2004b: 529), kültürel performansı şöyle açıklar:

> Faillerin bireysel olarak ya da birlikte, toplumsal durumun anlamını diğer insanlar için sergilediği toplumsal süreçtir. Bu anlam onların bilinçli olarak kabul ettikleri bir anlam olabilir de olmayabilir de; toplumsal aktörler olarak bilinçli ya da bilinçsizce başkalarını inandırmak istedikleri anlamdır. Bu sergilemenin başarılı olması için, aktörler makul bir performans sunmalı; bu performansla eylemlerinin, hal ve hareketlerinin muhatabı olan kişileri, motivasyonlarını ve gerekçelerini makul düzlemde kabule sevk etmelidirler.

Alexander (2004b) kültürel performansın öğelerine dair bir model geliştirir. Bunların arasında bir toplumsal performansı teşkil eden çok çeşitli şeyler vardır: Toplumsal aktörlerin eylemlerini yönlendirdikleri birtakım kolektif temsiller (hedefler, ahlak anlayışları, inançlar); aktörler ve izleyenler; mizansen (insanların üzerinde arzı endam ettikleri sahnenin öğeleri); toplumsal iktidar (bazı edimler doğal ve münasip, bazılarıysa meydan okuyucu ve putkırıcı olarak yorumlanır). Alexander'ın toplumsal performans

modelinin son bir öğesi maddi kültür çalışmalarıyla bilhassa ilintilidir: Sembolik üretim araçları. Alexander'ın bu araçlardan kastı, insanlara toplumsal alanda hareket etmelerine yarayan ve onlar için bunu mümkün kılan "sıradan maddi şeylerdir" (2004b: 532). Bunlar çoğunlukla, şeyleri ikonik araçlar yoluyla başkalarına temsil etmeye yarayan nesnelerdir. Bu maddi şeyler her türlü toplumsal performansın hayati bir parçasıdır, çünkü toplumsal aktörlere "temsil etmeye çalıştıkları görünmez güdüleri ve doğruları somutlaştırma ve canlandırma" konusunda yardımcı olur (2004b: 532). Erving Goffman bu tür şeylere "anlatım araç gereci" adını verir.

Maddi şeylerle ilgili performatif güce sahip birkaç örnek verelim. İlki cep telefonu kullanımıyla alakalı. Cep telefonu çaldığında bir arkadaşınızla konuşmakta olduğunuzu düşünün. Bu sizin için ne ifade eder? Muhtemelen akla ilk gelecek şeylerden biri, bu insanın meşgul olduğu, halletmesi gereken birçok iş ve başka randevularının olduğu olacaktır. Arkadaşınızın konuşmayı kesip cep telefonuna bakması, konuşmanızı sonlandırmanız için bir işaret olabilir. Bir başka örnek de kravat gibi resmi kıyafetlerle alakalıdır. Genellikle serbest kıyafetleri tercih eden bir erkek arkadaşınızı ceket, kravat ve kumaş pantolonla gördüğünüzü düşünün. Bu size ne anlatır? Akla iki şey geliyor: Ya bir iş görüşmesine ya da cenazeye gidiyordur. Başka ihtimaller de mümkündür, ama kravat bir insanın "düzgün" giyinmeyi gerektiren özel bir durum için resmi kıyafet giydiğine dair güçlü bir işarettir. Belli malzemelerin ya da nesnelerin, bir insanın toplumsal durumunu ve oradaki rolünü nasıl anladığıyla ilgili göstergeler sunduğu başka olası örnekler de vardır. Alexander bir bireyin toplumsal performansının, bir duruma ve onun icaplarına nasıl vaziyet ettiği gibi etkenlere bağlı olarak, "birleşik" (başarılı), "kopuk" (başarısız ve eksik) ve "yeniden-birleştirilmiş" (başarılı olacak şekilde yeniden yapılmış) olarak algılanabileceğini söyler. Nihayetinde bir toplumsal aktörün amacı anlamlarını başkalarına başarıyla aktarmak için el altındaki sembolik şeylerden ve nesnelerden yararlanmaktır. Maddi şeyler, birçok toplumsal performansın parçası haline gelir.

Ev: Özel Bir Bağlamda Nesneler

Bu bölümün bir sonraki kısmında evi insan-nesne ilişkileri için özel bir bağlam olarak görüyoruz. Evin iyi bir vaka incelemesi olarak görülmesi için birtakım nedenler var: Ev birçok insanın hayatında –hem fiziki hem de duygusal açıdan– bir odak noktasıdır, hayatlarında en önemli gördükleri diğer insanlarla ilişki kurarlar; halkın çoğunluğunun yapacağı en önemli parasal yatırımdır ve başarının ve kişisel değerlerin önemli bir göstergesidir; son olarak, hem çok kişisel hem de son derece toplumsal niteliğe sahip unsurları somutlaştırarak özel ve kamusal anlamları kucaklar. Aşağıdaki değerlendirmede psikolojik, kültürel-antropolojik ve sosyolojik unsurlarla ilgili araştırmaları eleştirel tarzda ele alıyoruz.

Konutların Psikolojik Bileşenleri: Benliği ve Bireyselliği Toplumsal Bağlamda Sürdürmek

Ev konusunda yapılmış sosyal psikoloji araştırmaları, konutlarla ilgili incelemelerde önemli bir yer tutar. Bu geleneğe mensup araştırmacılar ev uzamı ve içindeki nesnelerin, modern yaşam ve gündelik hayattaki merkeziliğini dikkate almışlar, bunları çevresel ve psişik açıdan önemli saymışlardır. Gaston Bachelard'ın [1958(1994)] *The Poetics of Space* (Uzamın Poetikası) eseri uzamın fenomenolojik ve psikanalitik boyutlarını araştırmakta ve bunu yaparken psikolojik perspektifin felsefi içerimlerini ön plana çıkarmaktadır. Evin psikolojik-toplumsal boyutlarını analize başlamak açısından Bachelard çok özgün ve ilginç bir isimdir; fikirlerinin azametli bir tonu vardır, ama neredeyse tümüyle spekülatiftirler. Yine de konutların ve içlerindeki nesnelerin fenomenolojisinin temel bazı boyutlarını aktarmayı başarır. Bachelard için ev, insan evreninin merkezi olan bir hafıza ve düşler yeridir – "Zira evimiz dünyanın köşesidir. Çoğu zaman söylendiği gibi, ev bizim ilk evrenimizdir, kelimenin her anlamıyla gerçek bir kozmostur" (Bachelard, 1958: 4). Bachelard'ın değerlendirmesinin arka planında bir altmetin vardır: Modern hayat (muhtemelen çalışma, teknoloji, araç-gereçler yoluyla) insanları, konutlarını gerçekten tanımanın faydalarından mahrum

bırakır; modern süreçler insanların "antropokozmik bağlarını" gevşetir (1994: 4). Evin insanlara sunması gereken şey "psikolojik esnekliktir" (1994: 6); anıları hatırlayıp bilme şansı ve hayal gücünü besleyecek güvenli bir uzam. Bachelard'ın yaklaşımının psikanalitik temeli burada açık hale gelmektedir. İnsanın, tarihçilerden ziyade, mutluluğa anılar ve imgeler yoluyla bağlanarak yaşayan şairlere yakın tıynette olduğunu söyler. En fazla görünürlüğe sahip olan anılar, evin koruyucu beşiğinde üretilmiş olanlardır. Bachelard için –esasen önemli bir psikolojik tefekkür süreci olan– gündüz düşleri fenomenolojik feraset için elzemdir. Hatta Bachelard terapi amacıyla, insanları hayatlarındaki önemli mahrem alanlar ve bu uzamların benlik, güvenlik ve mutlulukla ilişkileri hakkında düşünmeye teşvik etmek için psikanalize yardımcı bir araç olarak "topo-analiz" (mekansal çözümleme) önerir.

Bachelard'ın eserlerinde, yakın dönemde psikologların eserlerinde de sürekli karşımıza çıkan önemli bazı psikolojik-toplumsal izlekler vardır. Bachelard psikolojinin benlik ve benlik-olmayan fikrinden hareketle, coğrafi uzam ayrımlarının temelde ev ile ev-olmayan arasında bölündüğünü ileri sürmüştür. Bu ayrım iç uzamı çevreleyip geri kalanı dışarıda bırakır. Ayrıca evin bir ön cephesi (Jung'un terminolojisiyle, "maskesi"), başkalarına sunmayı tercih ettiğimiz kamusal çehresi vardır. Dolayısıyla evin maddiliği insanların kamusal ve kişisel benliği tanımlayan mahremiyet meselelerini düşünmelerini sağlayacak fiziki araçları sunar ya da bunlara imkân tanır. Bu konuda iki ilginç örnek vardır: Avustralya'daki koloni tarzı evlerin verandaları, ılımlı-alttropikal iklimin zorunlu kıldığı, kamusal-özel karşıtlığında esnekliğe olanak tanıyan liminal uzam türüdür. Veranda evde yaşayanları başkalarının görmesini mümkün kılar, ama aynı zamanda onlara bir mahremiyet sembolü olarak parmaklıklarla koruma sağlar; verandadaki insan hem kamusal hem de özel bir ortamı ziyaret eder. Benzer şekilde, Vera (1989) Hollanda'da birçok evde bulunan büyük pencerelerin, insanların özel uzamlarının toplumsal dünyanın parçası olmasına imkân tanıdığını ve buna karşılık, toplumsal faaliyeti izlemek için bir gözetleme noktası da sunduğunu gösterir.

Ev biçimleriyle ilgili kültürler arası analizlerinde Altman ve Gauvain de (1981), uzam analizi açısından birey/toplum diyalektiğinin başat izlek olduğunu savunurlar. Temel tez birbiriyle ilintili iki sürecin saptanmasıyla geliştirilir. İlki, "kimlik/cemaat" ayrımıdır ve statü, ayrım, dekorasyon ve bireysellik sergilemelerinin "çok benzersiz" olma ihtimaline icazet veren cemaat normlarının süzgecinden geçtiğini vurgular. İkinci diyalektik ise "erişilebilirlik/erişilemezlik" ayrımıdır; bu ayrım uyarınca, çeşitli alanlar, evin içindeki kişiler arası ilişkilerin niteliğine ve evin belli bölümleriyle bağlantılı kültürel normlara göre farklılık gösteren bir güvenlik statüsü edinir. Örneğin yetişkin yatak odasında banyo varsa, burayı ailede kimler kullanabilir? Oturma odası kahvaltı yapmak için uygun bir yer midir? Bir aile ferdi başka birinin yatak odasına girerken kapıyı vurur mu? Lawrence (1987) evde iç mekân/dış mekân diyalektiğinin uygun tezahürlerini tanımlayan bu uzamsal, kültürel sınırların rolünü tarif etmek için "kademelenen mahremiyet" tabirini kullanır.

Werner (1987, Werner vd., 1985) mekânın kültür tarafından şekillendirilmesine benzer şekilde, ev içi alanın bölümlenişinde zamanın da önemi olduğunu gösterir. Ev ve onun uzamsal/kültürel sınırları grup ihtiyaçlarına bağlı olarak (örneğin az ya da çok çocuklu bir aile) zaman içinde doğrusal biçimde değişir (Csikszentmihalyi ve Rochberg-Halton, 1981: 138). Öte yandan, evin maddi kültürü, günlük alışkanlıklar üzerinde önemli bir döngüsel rol oynar: Yatak odaları, mutfaklar, banyolar, güneş gören odalar ve verandalar gün boyu belli zamanlarda kullanılır.

Werner vd.'nin (1985) insan-çevre ilişkilerine etkileşimsel yaklaşımıyla genel anlamda aynı çizgide olan Csikszentmihalyi ve Rochberg-Halton (1981) Kuzey Amerika evlerindeki maddi kültüre dair önemli bir ampirik araştırmadan bulgular sunarlar. Csikszentmihalyi ve Rochberg-Halton'ın (1981) incelemesinde ele alınan kilit alanlardan biri insanlar, psişik gelişimleri ve esenlikleri ile evlerindeki maddi nesneler arasındaki ilişkilerdir. Bu araştırma insanların kendileri ve başkalarıyla ilişkileri, geçmişteki önemli deneyimleri ve kişisel emelleri hakkında bilgi veren nesneleri kul-

landıklarını gösterir: "İnsanlar ile yarattıkları nesneler arasındaki etkileşimin insanlık durumunun temel bir öğesi olduğu bir gerçektir" (Csikszentmihalyi ve Rochberg-Halton, 1981: ix). Evdeki nesneler çeşitli işlevleri yerine getirebilir: Mesela (Freud'cu psikolojideki) benlik içi çatışmaların dolayımlanması; benlikte arzulanan niteliklerin ifade edilmesi; statünün, modaya uygunluğun ya da sahiciliğin gösterilmesi; kişisel ve ailevi bütünlük hedefinin ifade edilmesi. Dolayısıyla en genel terimlerle ifade edersek, evdeki maddi nesnelerin insanın psikolojik gelişimine hayati derecede bağlı olduğu söylenebilir. Psikoloji diliyle söylersek, bu fikir sağlayıcılık (*affordance*) süreciyle ilişkilidir (Gibson, 1986 ; Werner vd., 1985). Bu fikir çerçevesinde, nesnelerin salt fiziksel olanaklarına odaklanmakla yetinilmez; nesneler ayrıca, temellük, bağlanma ve kimlik oluşturma süreçleri yoluyla insanların yarattıkları anlamlar üzerinden de değerlendirilirler. İtalya ve Fransa'daki oturma odası uzamsal sistemleri üzerine bu sağlayıcılık fikrinden yararlanılarak yapılan ampirik bir kültürlerarası incelemede Bonnes vd. (1987) evdeki eşyaların düzenlenişinin, ortama çeki düzen vermeye duyulan psikolojik ihtiyaçla ilgili olduğunu savunurlar; evde yaşayan kişilerin en fazla değer verdiği şeylere göre belirlenen bir düzenleme söz konusudur. Dolayısıyla mahremiyet, kendini ifade etme, kimlik oluşumu ve estetik ilkeler, hepsi de evde yaşayanların toplumsal-kültürel geçmişlerine bağlı olarak bir rol oynayabilir.

Eleştirel açıdan bakıldığında, Csikszentmihalyi ve Rochberg-Halton (1981) insanların evleriyle ilişkilerinin psikolojik bir amaç olan anlam arayışı tarafından güdülendiğini savunurlar: "Hayatlarındaki nihai hedef maddi mal-mülk değil, anlamdır" (1981: 145). Yaptıkları araştırma içgörülü ve ampirik açıdan ilgi çekici olsa da, temel bir sosyolojik hususu görme fırsatımız tam da kilit kelimede ("anlam"da) saklıdır. Csikszentmihalyi ve Rochberg-Halton toplumsal anlama değil, psikolojik anlama odaklanırlar. Sundukları verilerin sosyolojik açıdan değerlendirilmesi, aşağıda ana hatlarıyla ortaya koyacağımız üzere, toplumsal grup oluşumu, sınıf ve beğeni, semboller ve gösterenler gibi sorunlara daha fazla dikkat göstermelidir.

Ev: Beğeni ve Gösterenleri

Evle ilgili her sosyolojik açıklamanın en temel özelliklerden biri, nesnelerin ve evdeki yerlerinin şeylere işaret ettiğini savunmasıdır. Bununla kastedilen, nesnelerin kültürel ya da psikolojik ağırlığa sahip olmalarının yanı sıra, sınıf, statü ve beğeni gibi sosyolojik etkenlere de atıfta bulunmalarıdır. Beğeni örüntüsüyle ilgili sosyolojik bilgilerden, yaşam tarzlarının ve iyi beğeni ifadelerinin analizinden ayrı olarak, kolektif beğeniyle ilgili açıklamaların altında şu fikir yatmaktadır: Bir kişinin beğenileri ancak bir başkasının beğenileriyle ilişki içinde anlamlıdır. Beğeninin hem bütünleyici hem de farklılaştırıcı olabilmesi, toplumsal farklılaşma için kilit bir kaynak olarak ona gücünü veren şeydir. Ama kıyafet, müzik ya da ev dekorasyonundaki belli beğenilerin kültürel güce erişebilmeleri için, gündelik hayatta insanlar tarafından belli bir stil, estetik tarz ya da beğeninin cisimleştirici öğeleri olarak deşifre edilmeleri gerekir. Beğeniyle ilgili hem psikolojik hem de sosyolojik analizlerin altında yatan bir varsayımdır bu, ama sorunlu olmadığı söylenemez.

Bourdieu'nün beğeni incelemesinde ev, geniş bir sistem olan beğeninin parçasıdır; "yaşam tarzları uzamı" dediği şeye dahildir. Bu kavram çerçevesinde, farklı ev dekorasyon pratikleri ve sunumu, toplumsal konumlardan oluşan bir uzam içerisinde dağılmış olarak düşünülür. Bourdieu araştırmanın parçası olarak deneklere ideal ev mefhumuyla hangi kelimeleri özdeşleştirdiklerini sorar. Estetik kategorilerin ("üzerinde düşünülmüş", "yaratıcı", "uyumlu") toplumsal hiyerarşinin daha üst seviyelerindekiler tarafından (seviye kıstası olarak meslekler alınmıştır) daha sık kullanıldığını tespit eder. İşlevci tercihlerin oranı ise ("temiz ve derli toplu", "kullanışlı", "bakımı kolay") orta ve alt sınıflar için daha önemlidir (1984: 247-8). Belli kategorilerin bu şekilde reddedilmesi sadece sınıflar arasında olan bir şey değildir, zira her sınıf içindeki gruplar da tercihlerinin somut temelini savunan ince ayrımları dillendirebilirler. Bu bakımdan, evin estetik idaresini yöneten genel kurallar beğeni yorumunun evrensel sistemlerinin farklı uygulamalarından başka bir şey değildir. Dolayısıyla Bourdieu, giyecek ve yiyecek gibi

başka beğeni alanlarında da benzer "yaşam tarzları" bulur. Ev içi uzamı örgütleme ve takdim etme estetiği, farklılığın olumlu tarzda sergilenmesi ve diğer tercihlerin reddi açısından önemli bir alandır.

Bennett ve arkadaşları (1999) Bourdieu'nün araştırmasını Avustralya bağlamında yeniden uygulayarak deneklere ideal ev anlayışları hakkında benzer sorular sordular. Elde ettikleri bulgular, arzulanan evin toplumsal inşalarında toplumsal cinsiyetin önemli bir etken olduğunu gösteriyor. Verilerinde yanıtların cinsiyete göre dağılımı, erkeklerin "modern", "iyi tasarlanmış" ve daha önemlisi "ayırt edici" gibi daha soyut fikirlere vurgu yapma eğiliminde olduğunu göstermektedir. Kadınlar ise "az eşyalı", "temiz ve derli toplu" ve "yaşanır" gibi pratik-gündelik mefhumlarla daha çok ilgilenmektedirler. Bennett ve arkadaşları (1999) kadınlar için önemli olanın içe dönük ev anlayışları, erkekler için ise dışavurum, ayırt edicilik ve tarz olduğunu söyler.

Bennett ve arkadaşlarının (1999) cinsiyet konusundaki bulguları ilgi çekicidir, ama karşılaştıracak veri kaynağı çok azdır. Bourdieu kadınların genellikle işçi sınıfına yakın bir estetik tutum aldığını (yani kullanışlılık ile gerçek arasında salınan bir çizgide olduğunu) söyler (1984: 10). Bu anlamda, Bennett ve arkadaşlarının (1999) Avustralya bulguları, Bourdieu'nünkilerle genel anlamda örtüşmektedir; ama Bourdieu özgül bulgularını ideal eve dair toplumsal cinsiyet mefhumlarıyla ilişkilendirmez, bu kısımdaki değerlendirmesini sadece mesleğe göre ayırmayı tercih eder. Fakat kadınların estetik mefhumlara erkeklerden daha fazla önem vereceğini varsaymak mantıklı olabilir, zira erkeklerin evin ferahlık, sadelik ve organizasyon gibi pratik yönleriyle ilgilenmeleri daha muhtemeldir. Bennett ve arkadaşlarının (1999) nitel verileri bu noktada yararlıdır. Orta sınıf kadınlarla ilgili vaka incelemeleri evde estetik uzmanlığın önemini, özellikle de estetik gösterenlerin başarılı eşgüdümünü vurgular. Halbuki işçi evlerinde düzen ve temizliği sağlamak ve aile saadeti ilkesini güçlendirmek amaçtır, özetle estetik olmayan kategorilere ayrıcalık tanır. Bu bulgu kadınların en azından ev içi uzamın başlıca yöneticileri ve belki de daha da fazlası (yani, beğeni uzmanları) olduğunu savunur. Daniel Miller'ın (1988) Londra be-

lediyesinin yaptırdığı evlerin mutfak tadilatıyla ilgili incelemesi, işçi sınıfının ev kullanımını estetik olmayan bir çerçevede algıladığı bulgusu karşısına yerleştirilebilecek ilginç bir dengeleyici mahiyetindedir. Miller, evlerde temelde iki tür mutfak yapıldığını tespit etmişti ve dolayısıyla amacı, geçen 15 küsur yıllık süre zarfında yapılan estetik değişiklikleri açıklamaktı. Miller az sayıda erkeğin mutfağın plan ve dekorasyonunda hiçbir değişiklik yapmadığını tespit etmişti ve dolayısıyla evin estetik alanının kadın merkezli olduğu bulgusu desteklenmiş oluyordu. Erkekler dışavurumcu faaliyetlerle ilgilenmiyor değillerdi, ama bunlar genellikle evin başka odalarında oluyordu. Genele bakıldığında, Miller estetik çalışmanın kayda değer bir kısmının mutfakta gerçekleştiğini ve mutfağın toplumsal ve akrabalık ilişkileri açısından yapıcı bir yer olarak değerli görüldüğünü tespit etmişti. Miller süreci "yabancılaşmanın aşılması" üzerinden tasvir eder: Tüketim, maddi kültürün yabancılaşmış öğelerini anlamlandırarak gerçekleştirilen bir dönüşüm sürecidir (bkz. Miller, 1987; 1998a benzer izlekler için).

David Halle'nin (1993) Kuzey Amerika'daki bir grup evi model kabul ederek yaptığı ve sanatsal tarzların tüketimini konu alan araştırma, kültürel tahakküm ve sınıflarla ilgili izleklerin göreli ağırlığı ve diğer kültürel ve toplumsal-psikolojik etkenlere dair geniş teorik tartışmaların özgün olduğu kadar değerli bir ampirik yorumunu sunmaktadır. Ev ve mahallenin maddi kültürü ve bununla ilintili olarak aile, modernlik ve altkentleşmeyle bağlantılı mitler, değerler ve ideolojilere bakmanın, halkın sanat beğenilerini anlamanın en iyi yolu olduğu düşüncesi, Halle'nin araştırmasının merkezinde yer alır. Halle'nin dikkat çektiği gibi, sanat tarihi genellikle "büyük sanatçıların" tarihi olarak görülür (1993: 3) ve sanat tüketimini açıklamak için düzgün bir teorinin olmaması tek boyutlu, karikatürleştirilmiş açıklamaların egemen olması anlamına gelir. Halle bu teorileri, "statü olarak sanat", "ideoloji olarak sanat" ve "kültürel sermaye olarak sanat" olarak sınıflandırır. Halle'nin başlıca bulgusu tüketicilerin evlerinde sanata verdikleri anlamların tamamen bireyci veya yapısal süreçlerden kopuk olmadığı, aksine nevi şahsına münhasır anlamların ve yorumların insanların altkentleşme, mo-

dernleşme ve aile yaşamı gibi geniş toplumsal yaşamlarındaki ilişkilerinden doğduğudur. Örneğin Halle insan barındırmayan manzara tercihlerinin özel seyirci pozisyonunu tercih eden modern bir boş zaman duygusuyla bağlantılı olduğunu ortaya koyar.

Madigan ve Munro'nun (1996) incelemesi eve bir tüketim alanı olarak bakmış, benliğin ifade edildiği bir uzam olarak ev ile bireysel özlemlere dayanan ailevi ve sınıfsal örüntüler arasındaki teorik gerilimi özellikle dikkate alıyordu. Madigan ve Munro, toplumsal cinsiyet ve ev konuları çerçevesinde inceledikleri işçi sınıfı ve orta sınıf evlerinde kadınların estetik tercihler konusunda daha fazla sorumluluk taşıdığını tespit etmişlerdi. Ayrıca orta sınıf ve alt orta sınıf evlerinde kadınların estetik sorumluluk düzeyinin daha da fazla olmasını beklediklerini söylerler. Madigan ve Munro'nun sınıf ve ev estetiği konusundaki bulguları, başka kaynaklardan elde edilen bulguları genel olarak desteklemektedir. Tercihlerdeki en önemli etkenin, bu tür estetik seçimlerde somutlaşan toplumsal ve kişiler arası ilişkiler olduğunu savunurlar. Mesela insanları "hoş karşılamak, rahat ve gevşemiş" hissettirmek (1996: 53) bireyci üslup ve ifade tarzlarından daha önemlidir. Nitekim bu, benliği makul, saygın ve güvenilir olarak sunan bir stratejidir ve derli toplu, ağırbaşlı ve mütevazı bir ev içi uzamı gerektirir. Bu bakımdan Madigan ve Munro (1996: 46) katı estetik tarz anlayışlarının kendi örneklerinde görece gelişmemiş olduğunu tespit etmişlerdi, ama gençlerin, yeniliklere daha hevesli oldukları ve tercihlerinde, farklı ve özgün olarak algılanma ihtiyacı duydukları ortaya çıkmıştı (1996: 52).

Madigan ve Munro (1996) kendi araştırmalarında, ev dekorasyonunun sembollerini ve imgelerini idare etme noktasında bir özgürlük eksikliği olduğunu, bunun da evin dar gelirli olmasıyla alakalı olduğunu savunurlar. Kendini ifade etme anlayışının üst orta sınıfların ayrıcalıklı alanı olduğunu düşünürler. Bu bakış açısının çekiciliği açıktır. Gel gelelim iki açıdan sorgulanmayı hak etmektedir. Birincisi, "estetik olmayan" ev yaşam tarzları *gerçekten* gayri-estetik midir, yoksa burada söz konusu olan, geleneksel beğeni standartlarında görece değersiz olduğuna hükmedilen farklı türde bir estetizm midir? İkincisi, toplumsal açıdan en yoksun ve

yoksul grupların bile yaşam alanlarının dekorasyonuyla ilgilendiklerini gösteren araştırmalar vardır (Hill, 1991; Miller, 1988). Bu durum, ev sunumu tarzları arasında toplumsal sınıftan hareketle ayrım yapmanın, diğer birçok kültürel ve toplumsal-psikolojik etkeni önemsiz gösterdiğini ya da tamamen dışarıda bıraktığını düşündürmektedir.

Ev Eşyalarının Anlatı Haline Getirilmesi ve Toplumsal Performans İçindeki Rolleri. Birkaç Örnek Vaka.

Bu bölümün son kısmında bu fikirleri insanların evlerini nasıl dekore ettiklerine ilişkin yürütülen araştırmalara uygulamaya çalışacağız. Bu bölümün kilit fikirleri (anlatılaştırma ve toplumsal performansın maddi kültür ile ilişkileriyle ilgili fikirler) ele aldığımız örneklerde herhalde aşikârdır; ancak burada değerlendirmeyi bu etkenlere indirgemek istemiyorum. Bu bölümde ele alacağımız örnek vakalar, bu fikirlerin pratikte, belli araştırma ve toplumsal ortamlarda nasıl bir işlev yüklendiğini gösterecek ve okura, nesnelerin hangi kültürel işlevleri üstlendiğini saptama olanağı sağlayacaktır. Bu kültürel işlevler şunlardır:

- Nesneler çokanlamlıdır, yani farklı mesajlar içerirler ve (belli sınırlar içinde) kullanıcılar tarafından esnek şekilde yorumlanabilirler.
- Evdeki nesneler (eşyalar) salt işlevsel değildir, aksine kişinin kendisi, hayatı ve kişisel beğenileri hakkındaki geniş anlatılarla ilişkilidir.
- Nesneler kişinin mazisiyle ve mevcut yaşam bağlamıyla alakalıdır.
- Nesneler ev dekorasyonu faaliyetiyle, insanlara kişisel değerleri, bakış açıları ve arzuları gibi genel sorunlarla yüzleşme imkânı tanır.

1) *Helen: Ev içi teknoloji, tasarım ve estetik.* İlkin, Birinci Bölüm'de kullandığımız bir vakada da karşımıza çıkmış olan Helen'ın "New England" tarzı sandalyesini ele alalım. Helen'ın ha-

yatı hakkında biraz daha bilgi aşağıda yazılanları bağlama oturtmamıza yardımcı olacaktır. Helen, kocası ve iki genç kızı şehrin en prestijli banliyölerinden birinde büyük bir evde yaşamaktadırlar. Helen kendini iyi ifade edebilen, bilgili biridir; evi, evini nasıl dekore etmeye başladığı ve içine koyduğu nesneler hakkında akılcı bir üslupla konuşabilmektedir. Helen mülakat boyunca estetik yeterliğinin yüksek olduğunu gösterir; maddi beğenilerini uyumlu bir ambiyans oluşturacak şekilde, tutarlı ve makul bir bütün haline dönüştürmüştür.

Helen için ev önemlidir; yoğun bir iş yaşamı olmasına karşın, uygun tarzlara ve tercihlere, ev tadilatının önemli noktalarında bir iç mekân tasarımcısıyla çalışacak kadar değer veren biridir. Helen idealindeki evi tarif etmek için "temiz ve derli toplu", "az eşyalı" ve "rahat" kelimelerini tercih eder. Bir yandan bu tür tercihler şaşırtıcı derecede "estetiklikten uzaktır", kısmen Helen'ın yoğun iş temposuyla açıklanabilirler. Ne var ki bu tercihler onun yeğ tuttuğu "abartısız" üsluba uymaktadır. Konuşmamızın sonlarına doğru kendisine, gözde bir eşyasının olup olmadığını sordum:

> B&O Stereo'mu seviyorum. Onunla çok mutluyum. Arka odayı modern yapıp, donanma mavisi temasını korusaydık, onu duvara monte edip dekorun bir parçası yapsam nasıl olurdu diye hep merak ediyorum.

Helen'ın "B&O'su" (ünlü marka "Bang & Olufsen"in kısaltması) teknolojik, soyut, modernist tasarımın ilkelerini özetlemektedir. Gümüş bir disk şeklini andırması haricinde, çağdaş stereo sistemlerinin tasarımları dikkate alındığında avangard denilebilecek bir tarzda, koyu, dikdörtgen bir nesnedir. "B&O" minimalist tasarısından ötürü geleneksel stereo sistemlerinden ayrılmaktadır. Evinde zaten etkileyici bir dizi özgün sanat eserinin bulunduğunu dikkate alırsak, Helen stereoyu duvara monte ederek dekorun parçası yapmayı niçin düşünüyor olabilir? Konumuz açısından daha önemlisi, Helen neden gözde şeylerinden biri olarak bunu seçmiştir?

2) Marie: Akrabalık bağları ve bellek. Helen'ın tercihleri, farklı bir vaka üzerinden kısmen anlaşılabilir. Karşıtlık sunması amacıyla, Helen'a yakın bir mevkide, şu an tadilatını yapmakta olduğu

bir yüzyıl ortası* evinde oturan Marie'nin durumunu ele alalım. Marie mesleğini "ev işleri yapmak" diye adlandırıyor. Kocası sigorta işinde çalışmaktadır. Helen gibi, Marie de şimdiki evine iki yıl önce taşınmış. Gözde eşyasının ne olduğunu sorduğumda, iki eşyadan bahsediyor:

> Dürüst olmam gerekirse, en sevdiğim şeyler fotoğraflarım. Şu fotoğraflar... Gözde eşyam size bahsettiğim şu tabak.

Mülakatımızın daha önceki bir aşamasında evi gezerken Marie bana tabağı göstermiş ve şöyle demişti:

> Bunu 20 yıl önce Paris'te Seine Nehri'nin sol yakasından almış ve 5 dolar gibi bir para ödemiştik, bunu almış olmaktan büyük gurur duyuyorduk, çünkü hiç paramız kalmamıştı ve 5 doları bir fincan kahveye ya da ekmeğe harcamak meseleydi. Öyle işte... ama bunu kesinlikle seviyoruz ve ne oldu biliyor musunuz, kızlarımdan biri bir cuma gecesi aramızda konuşurken, "anne, bunu kırdığım günü hatırlıyor musun?" dedi. Neyse, sonunda tamir ettirdik ve dedi ki, "anne, sen çok üzülmüştün ve bir ayakkabı cilası aldın ve babam görmeden hallettin; annelere de bu yakışır.

Marie ve Helen'ın evlerini nasıl dekore ettiklerini karşılaştırdığımızda birkaç önemli ayrım noktası ortaya çıkıyor. İlki, dekorasyon *zevkleri* bakımından, sıcaklık-soğukluk karşıtlığında düğümlenmektedir (Riggins, 1994). Helen evini yumuşak, nötr, rahatsız edici olmayan renklerle dekore etmeyi çok önemli sayıyor. İç tasarımcısıyla konuşmasında seçtiği modeller her zaman mat yeşil ve maviydi. Helen'ın gözde sandalyesi (bkz. 1. Bölüm) kendisini anlatan bir numunedir ve soğuk üslubunu yansıtmaktadır. Mülakatımız sırasında şöyle demişti: "Bana göre bu sandalye, düşüncemi özetliyor. Bunu seviyorum. Şu krem rengi, nötr, New England görünümü". Helen'ın gözde eşyası olarak "B&O" tercihi de teknolojik alandaki sadelik ve nötrlük arzusunun bir tezahürüdür. Helen'ın sandalye ve stereoyu kendi değerlerini yansıtan şeyler olarak kullandığını göre-

---

*Mimari, iç dekorasyon ve tasarım alanlarında bu dönem kabaca 1935-65 yılları arasını kapsar–ç.n.

biliriz: Benliğinin bir kısmı sandalyede temsil edilmektedir; sandalyeyi ya da stereoyu göz önünde tutmak, ona "kim olduğunu" hatırlatmaktadır. Oysa Marie'nin evinde yoğun, cesur renk kullanımı göze çarpar. Yemek odasında kullandığı zengin, koyu pembe renk, Helen'ın evindeki soğukluk ve sadelikten farklı olarak sıcaklık ve canlılık havası vermektedir. Marie'nin evinde mobilyalar daha koyuyken, renkler onun "eski moda" diye tarif ettiği koyu cilayla cilalanmıştır; perde halkaları, resim ve fotoğraf çerçeveleri dahil olmak üzere çeşitli aksesuarlarda altın rengi kullanılmıştır. Marie'ye renk kullanımını sorduğumda, "Doğrusu, renklerin o kadar da yavan olmadığını düşünüyorum, yanılıyor muyum? Sert, göze batan bir havadan ziyade yumuşaklık katıyor" cevabını vermişti.

Diğer bariz farklılık Marie ve Helen'ın tercih ettikleri eşyaların doğasıyla ilgilidir. Marie'nin en önemli gördüğü eşyalar aile fotoğrafları ve duygusal bir bağ kurduğu tabağıdır; bunlar aile başarılarını, akrabalık ilişkilerini ve sevgiyi ifade eden eşyalardır. Bu konuda David Halle (1993) teklifsiz aile fotoğraflarının orta sınıf ve işçi sınıfı evlerinde çok yaygın olduğuna, fotoğraflarda genellikle resmiyetten kaçınıldığına, onları masaya ya da şifonyere koymanın yaygın bir sunum tarzı olduğuna dair veriler sunar. Marie'den farklı olarak Helen, kuşkusuz tasarım değeri ve kalitesi olan, ama aynı zamanda kayda değer bir statü nesnesi olan "B&O'yu" gözde eşyası olarak tercih etmiştir. "B&O" sahibi olmak da, prestijli bir motorlu taşıtın kaşesi gibi, Helen'ın zevk sahibi olduğuna, iyi tasarımı takdir edebildiğine, ama aynı zamanda bu iyi tasarıma *parasının* yettiğine işaret eder. "B&O" sahibi olmak, Helen'ın, sanat ve teknoloji dahil, çeşitli estetik alanlardaki yeterliğini göstermekte ve hepçil tüketici modelini akla getirmektedir (bkz. Peterson, 1992; Peterson ve Kern, 1996). Bu karşılaştırmadan kasıt, Helen'ın statü meraklısı bir züppe, Marie'nin ise şefkatli, iyi kalpli ve ailesine düşkün bir birey olduğunu göstermek değildir; analiz buna indirgenemez. Benim ilgilendiğim şey, kendilerini ve dünyadaki yerlerini bulmak ve tanımlamak amacıyla, insanların beğeni ve maddi kültür hakkındaki fikirlerden, birer imkân olarak nasıl yararlandıklarıdır. Dolayısıyla nesneler, insanlara kendilerini gerçekleştir-

me ya da benlik performansı olanağı sunar. Görüşülen kişilerin dile getirdikleri (renk, doku, tarz ya da nesne gibi) gerçek *fiziki* özelliklerden daha önemlisi, bu tercihlerini ifade ederken ve bu şemaların anlatı inşası süreciyle ilişkisini dışa vururken kullandıkları *araç ve kaynaklardır*. Dolayısıyla fiziki beğeniler ve tercihler, beğeni ve maddi kültür ilkeleri gibi sözlerin "altında" saklı olarak tahayyül edilebilecek daha ilginç kültürel ve toplumsal söylemlerin maddi öğelerinden başka bir şey değildir. Son ve çarpıcı bir vaka (Anna örneği) bu noktaya örnek teşkil etmektedir.

(3) Anna: Lüks ve pahalı mutfak gereçlerinin yol açtığı ikilemler. Anna'nın fırını zorlu ve problematik bir nesnedir. Bu fırının çokanlamlı niteliği (tarz, bağlam, fiyat ve rolle alakalı konuların bir terkibi olması) Anna'nın, fırını, evde doğal ve rahat yer kaplayacak bir nesneye dönüştürmek için çabalamasını gerektiriyor. Anna'nın fırın hakkında söyledikleri, estetik tercihlerin nesnelerin işlevsel yapısıyla olduğu kadar siyasi değerlerle de alakalı olabileceğini; ayrıca nesnelerin, hane ilişkilerinin doğasının netleştiren bir çerçeve sunabileceğini göstermektedir. Mutfağını tadilattan geçirirken yeni, cilalı yüzeyleri tarihi evden miras kalan geleneksel yapılarla ve malzemelerle dengeleme görevi başlıca amaçlardan biri olmuştur. Dolayısıyla Anna'nın estetik açıdan neyin kabul edilebilir olduğuna dair anlayışı bu "dengeyi" yaratmaya bağlıdır:

> Tarz konusunda zorlandık, çünkü 120 yıllık olan bu evle uyumlu olmasını istiyorduk. Hem modern teknolojinin nimetlerinden faydalanmak hem de evin havasını bozmamak istiyorduk, sonunda ahşap dolapları yaptırdık ve aaa eski sağlam kapıları taklit ederek, gayet faydalı olan paslanmaz çelik tezgahlarla, o tümden ahşap görüntüsünü kırdık, ama sanırım uyumu da bozmadık... Faydalı olması dışında ahşapla da bence gayet iyi gidiyor. Dolayısıyla olay sadece faydalı olması değil, modern kullanışlılık ile geleneksel tarzın karışımı bir görüntü yaratması.

Burada söz konusu olan nesne (fırın) görünüş bakımından moderndir; düz, katı tasarımı, paslanmaz çelik parıltısının üstünde ve ötesinde bir klasisizm ve sahicilik hissi vermektedir. Gayet pahalı,

paslanmaz çelik ve camdan yapılmış Avrupa malı geniş bir fırındır. Tarzı şu anda moda, ama fiyatı ve büyüklüğü ve ayrıca bazı tüketicilerin onu sanayi makinelerine benzetebilecek olması nedeniyle çok popüler değil. Şekli ve dekoratif parçalarının olmayışı tasarımdan yana tutumlu davranıldığını akla geliyor: Zarif bir sağlamlığı var, ama imalatı ve materyalleri Avrupa standartlarını hatırlatıyor (en azından Avustralyalı tüketici açısından durum bu). İyi yemek hazırlamada yemek pişirme teçhizatlarının rolünün ve yemek hazırlamanın estetiğinin farkında olanlar için bu fırın. Ama Anna aşağıdaki konuşmada, estetik özelliklere ve statü belirtisi artılarına odaklanmaktan ziyade, yeni fırınını birçoğu estetik-olmayan özellikler üzerinden anlatıyor. Bu konuşmada meta nesnenin öznel olarak deneyimlenen, ancak çeşitli toplumsal düzeylerde ilişkiler üzerine kurulmuş bir anlam sistemine dahil oluşuna yapılmış psikolojik yatırım açıkça görülmektedir:

Anna (A)	*Neredeyse bir tür sanat eseri, çünkü görsel açıdan şu boş uzamdan çıkıp eve uyum sağladığını görüyorsunuz. Sanırım oldukça geleneksel bir tarafı da var, geleneksel düşünceleri tamamen benimsediğimden değil ama...*
Görüşmeci (G):	*Ne mesaj veriyor?*
A:	*Yani, sanırım yemek ile ev ahalisinin ilişkisi hakkında bir şey ve bu beslenmeyle de alakalı... aslında bu konuda epey tartışma var...*
G:	*Hangi konuda?*
A:	*Eşimin...: ev içi kararlarda çok rolü var, bu pek alışıldık bir şey değil, satış yapan insanlarla konuştum, genelde pazarlık işini hallediyorlar.*
G:	*O halde tartışılan konu nedir?*
A:	*Eşim sevdi, benden daha çok istedi, ben dedim ki, "Bu tür bir fırını hak edecek kadar yemek pişirmiyorum, yemeği sen pişireceksin anlamına mı geliyor bu?"*
G:	*O halde, bunu bir sanat eseri olarak mı gördü?*
A:	*Hayır, ben bir sanat eseri olarak görüyorum, çünkü yeterince kullanmıyorum.*

G:	*Bir fırının sanat eseri olarak metalaştırılması hakkında ne düşünüyorsun?*
A:	*Benim açımdan, "peki, kafayı buna takmayacağım" türünden pragmatik çözüm sundu. Gerçekten hoş görünümlü ve epey de kullandığımız bir alet.*
G:	*Sen ne tür bir fırın tercih ederdin?*
A:	*Daha küçük ve lüks bir şey... ama pragmatik açıdan baktığımızda, bunu kullanacağımıza göre, o zaman mutfaktaki alanla uyumlu bir şey olmalı. Daha küçük bir şey gülünç kaçardı... dolayısıyla bir denge ve alan hissi söz konusu... bu tür şeyler çok önemli. Ayrıca bir şey faydalı mı değil mi, güzel mi, bunlar da önemli...*
G:	*O halde stil ve görünümü önemsiyorsunuz?*
A:	*Tabii ya, eğer para harcıyorsam, bir baskı vardır... kendimi her gece saatlerini yemek yapmaya ayıran geleneksel biri olarak görmüyorum, ama diğer yandan artık biraz daha fazla zamanım var... yiyecek bir şeyler olmaktan çok sanatsal bir boyutu olan, çekici yemekler hazırlamaya daha çok zaman ayırıyoruz.*

Konuşma boyunca hem Anna'yı hem de görüşmeciyi fırının Anna tarafından nasıl yorumlandığını anlamaya çalışırken görüyoruz. Doğrudan bir cevabı yok, çünkü fırın Anna'nın mutfak tadilatının estetik, uzamsal ve ekonomik meselelere dair izahında hayati yere sahiptir. Fırınla ilgili ilk cümlesinde, Anna fırının "bir tür sanat eseri" olduğunu söyleyerek nesnenin estetik niteliklerinin hayati olduğunu doğruluyor. Fakat buradan, ele alınması gereken başka meseleler doğuyor. Anna uzamsal denge, ölçek ve güzellik hakkındaki fikirleri yoluyla ancak konuşmasının sonlarına doğru fırının estetik niteliklerine dair algısına geri dönüyor. Konuşmanın ortalarına doğru ve eşya hakkındaki fikirlerini değerlendirdikten sonra, Anna'nın fırının salt estetik doğasını sorunsallaştırdığını görebiliriz. Fırının ailede besleme ve evcillikle bağlantılı cinsiyet rolleriyle ilgili siyasal meseleler arasında yer aldığını ve fırın seçmenin, eşiyle ilişkisinde uzlaştırılması gereken taviz ve iktidar unsurları içerdiğini

tespit eder. Burada vurgulanması gereken kritik nokta, Anna'nın konuşma boyunca nesneyi nasıl düşündüğüdür: Nesne anlatısal bir çerçevede, birtakım önemli konuları açıklamak için kullanılır. Araştırmacı karşısında, alternatif açıklamaları ve anlamları değerlendirerek, nesne için anlatısal bir bağlam kurar ve araştırma mülakatı ortamında kendi kişisel beğeni izahını sunar. Nesne –başka bir yerde bu şeylere "epifani nesneleri" adını vermiştim (Woodward, 2001)– Anna'ya somut bir örnekten yararlanarak anlatısını kontrol etme imkânı tanır ve nihayetinde mülakattan, anlatısının bir özetini sunması bakımından, araştırmacı açısından kilit bir kaynak çıkar.

Sonuç: Düşünümlü Metodolojiler ve Maddi Kültür Üzerine Bir Not

Yukarıda bahsedilen araştırma örnekleri için veri toplama sürecinin metodolojik ikilemleri yok değildir: Mülakat öncesinde ev ortamının yönetimi ve görüşülen kişilerin araştırmacının duymak istediğini düşündükleri şeyleri söylemeleri dikkate alınması gereken hususlardır. Fakat bu noktaların ağırlığını sınırlayan, karşıt iki güçlü dengeleyici vardır. İlki, bu izlenim yönetimi kendi başına, kayda değer bir veri kaynağı oluşturur (ayrıca bkz. Lamont, 1992: 21). İnsanların evleri için duydukları özlemler, evlerini ve içindeki eşyaları sunma ve üzerine konuşma noktasındaki idealleri, gerçekte evlerinde nasıl yaşadıkları kadar önemlidir. İkinci husus ise, ev ortamında araştırmacının erişebileceği diğer doğrulanabilir veri biçimlerinden ferasetle yararlanılmasıyla ilgilidir. Örneğin görüşülen kişi evle estetik ve ahlaki ilişkilerinde genel olarak tutarlı mıdır? Görüşülen kişinin bir nesne hakkında söyledikleri evdeki ve mülakattaki diğer ipuçları dikkate alındığında gerçekçi midir? Nesne ilişkilerini ev ve kişiler arası ilişkilere dahil etme ihtiyacı, vaka incelemesi yaklaşımının niçin, tüketim ve yaşam tarzıyla ilgili toplumsal-kültürel izahlarda teori geliştirmeye yardımcı olarak kullanıldığını açıklayabilir (Bennett vd., 199; Bourdieu, 1984; Lamont, 1992; Riggins, 1994).

Belki de beğeni, tüketimcilik ve maddi kültür hakkında yorumlayıcı bir açıklama önermek için usuller geliştirme konusunda

daha eleştirel olarak, araştırmacıların bu tür bir yorumlayıcı açıklamanın doğruluk ve kurmaca, gerçeklik ve temsil gibi yöntemsel meseleleri nasıl ele aldığını aklında bulundurması gerekir. Şu halde, burada sunulan mülakat verileri, konuşan kişilerin nesnelerle ilişkileriyle ilgili sahici hakikat sayılmalı mıdır? Normatif mülakat süreci ve kişisel, ev içi uzamlarında bir araştırmacının varlığı insanların yanıtlarını nasıl etkiler? Daha da temel –ve sorunsal– olanı Denzin'in (1997) sorduğu gibi, araştırmacılar öznelerin kendi yaşanmış deneyimlerine sorunlu olmayan bir erişime sahip olduğunu hangi ölçüde varsayabilirler? Yüz yüze mülakatlarla ev içi maddi kültürü incelerken, bu tür potansiyel problemlerin artmasını bile bekleyebiliriz. Belirgin bir estetik gerekçeyle beğenilerini meşrulaştırmak birçok insan açısından zordur.

Bu soruların her birine verilecek yanıtlar, toplumsal araştırmanın doğası ve amacı hakkındaki temel varsayımlara meydan okuma potansiyeline sahip pek çok epistemolojik ikileme pekâlâ ışık tutabilir. Öte yandan bu ikilemler bir sorun olmayıp, aksine, kuramcılar açısından avantaja çevrilebilecek güçlü bir yandır. Gerçekten de bu durum, beğeni, estetik ve ev içi maddi kültür konularında, düşünümlü etnografya ve toplumsal hesap verilebilirlik teorilerinin içgörülerinden yardım alan önemli bir kuramsal konuma ışık tutar (Shotter, 1984). Bu verilerin ortaya koyduğu şey, beğeni sahibi olmanın, nesnel, değişmez bir kültürel sermaye biçimi olduğu kadar, toplumsal performansın bir parçası ve süregelen bir anlatısal başarı olduğudur. Görüşülen kişiler beğenilerini saptayıp anlatılaştırırken kendilerini, evlerini ve zımnen de başkalarının olduğu bir evreni beğeni anlatısı inşa ederek açıklamaktadır. Evlerinde insanlarla beğeni ve estetik tercih hakkında konuşmak ev içi nesnelerde tezahür edebilen kültürel, duygusal ve estetik anlamların araştırılması için fırsatlar sunmaktadır. Dolayısıyla araştırma mülakatlarında ele alınan maddi kültür, görüşülen kişiler için önemli bir role sahiptir: Tarz, beğeni ve estetik tercih konusundaki soyut fikirlerin somutlaşmasına olanak tanımakta, bu kişilere maddi kültürden yararlanarak anlatılarını geliştirme fırsatı sunmaktadır. Diğer yandan, ev eşyalarına odaklanma stratejisi araştırmacı için de yararlıdır,

zira görüşülen kişilerin hangi nesneler hakkında konuşmayı tercih ettikleri o kişinin estetik ideali hakkında bir şeyler anlatır.

Estetik beğeni ve maddi kültür çalışmaları etnografya çalışmalarının, konuşma analizinin ve anlatı analizinin değerli içgörüler sunabileceğini gösteriyor. Estetik uzmanlık biçimleri ve beğeni yargıları konuşma ve anlatı inşasına dayalı düşünümlü fiillerdir ve ziyaretçilere, misafirlere ve araştırmacılara aynı şekilde sunulur. Modern ev içi maddi kültürün en harcıâlem, içi boşaltılmış nesnelerinin bile oynayacak bir rolü vardır.

Ek Okuma Önerileri

Anlatılar üzerine çalışmalar hakkında eksiksiz bir değerlendirme sunan giriş niteliğinde kitaplar için, bkz. C.K. Riessman, *Narrative Analysis* (1993). Anlatıya söylemsel yaklaşım için, bkz. John Shotter, *Social Accountability and Selfhood* (1984), Shotter ve Kenneth J. Gergen, *Texts of Identity* (1989) ve Jonathan Potter, *Representing Reality* (1996). Toplumsal performans kültür sosyolojisinde yeni ortaya çıkan bir alandır, ama diğer disiplinler içinde uzun zamandan beri mevcuttur. Richard Schechner'in performans konusundaki eserlerinden hepsine başvurulabilir; şahsen ben *Performance Studies. An Introduction*'ın (2002) temel fikirlere ve farklı yaklaşımlara ulaşmak için özellikle yararlı olduğunu düşünüyorum. Ayrıca performans fikrinin kültür sosyolojisindeki gelişimi için Jeffrey C. Alexander'ın *Sociological Theory*'deki (2004) denemelerine ve Alexander vd.'nin *Social Performance* (2006) kitabına danışılabilir. Ev ve nesneler hakkında daha fazla okumak isteyenler, bkz. Daniel Miller (haz.), *Home Possessions* (2001); Amos Rapoport, *House Form and Culture* (1969) ve Madigan ve Munro (1996). Ev, hal ve hareketler ve kendini sunum konusunda tamamen anakronist, pop-sosoyolojik bir izah için, bkz. Russell Lynes, *The Tastemakers* (1954). Daha ileri düzeyde okurlar için, Gaston Bachelard'ın *The Poetics of Space*'i (1994 [1958]) sadece evler hakkında olmayıp, evdeki uzamların ve evin içini doldurduğumuz eşyaların anlamı hakkında yeni düşünceleri tetikleyebilecek uzam fenomenolojisi üzerine çarpıcı bir felsefi eserdir.

IV

SONUÇ

9

Sonuç: Tüketim Kültüründe Nesneler ve Anlam

Georg Simmel (1950) süs eşyası hakkında yazarken, insanların özel bir grup nesneyi kullanımı ve sergilemesiyle ilgili psikolojik-kültürel süreçlerin özüne iner. Simmel'e göre, süs eşyası genel olarak çok değerlidir ya da en azından öyleymiş gibi gösterilir; örneğin bir çift inci küpe, bir elmas yüzük, bir altın kol saati, güzel bir çift ayakkabı ya da parlak bir güneş gözlüğü. Simmel açısından, süslenme ediminde söz konusu olan dinamik, sosyolojik süreçlerin en tuhafıdır. Simmel'in sosyolojik hakikatin buna benzer nüvelerini en küçük ve sıradan şeylerde bulup gün yüzüne çıkarmak gibi bir yeteneği vardı. Kabul etmek gerekir ki, moda ve tarz dinamiği Simmel'in yaşadığı dönemden bu yana oldukça değişmiştir, ama onun gözlemleri toplumsal açıklamanın şiirsel biçimlerinden ötürü her zaman dikkate alınmaya değer. Süsün hem insanın "kendisi için", hem de "başkası için" olduğunu söyler. Süslenmek bir yandan tamamen bencilce, rekabetçi bir tarzda benliği, başkalarının dikkatini çekerek, hatta kıskandırarak "genişletmeye" çalışma girişimidir. Ama aynı zamanda, toplumsal dayanışmayı "genişleten" ve

besleyen de bir edimdir. Süs eşyası onu kullanan kişiyi yüceltmek suretiyle başkaları aleyhine iş görse de, başkalarına bir "hediyedir". Zira süs eşyasına bakanlar da benzer bir tür toplumsal hediyeyle mukabelede bulunurlar; kendini süsleyen kişiyi gözlemleyip ona dikkat ederler. Kendilerini ezik hissedebilirler, ama büyük yakınsak ve ıraksak güçlerin (birey ve toplumun) sentezinde bir role sahip olmanın tatminini duyacaklardır. İşte tüketim nesneleri buna kadirdir.

Bu eserin temel vurgusu toplum ve kültür teorisi dahilinde ve günlük pratiğin çeşitli alanlarında nesnelere yaklaşmanın başlıca yollarını incelemek, karşılaştırmak ve değerlendirmekti. Bu işin önemli bir kısmı modern toplum ve kültür teorisini ve araştırmalarını yorumlayıp sunmaktır. Formel, kimi zaman geleneksel sosyolojik varsayımlar tekrar tekrar araya girmiş olabilir, ama umarım aşırıya kaçmamıştır. Bu disipliner temeline karşın bu çalışma nesneler hakkında genel, kültürel bir anlayışa ilerleme çabasıdır ve bu noktada sosyoloji, kültürel antropoloji, tüketici davranışı çalışmaları ve çevresel psikoloji gibi disiplinlerden hem yararlanır hem de bunların ötesinde yarara sahiptir. Bu zamana kadar, "maddi kültür çalışmaları" terminolojisi kültürel antropoloji, kültür çalışmaları ve sosyolojisi dahilinde insan-nesne ilişkilerinin anlamlı ve yapıcı boyutlarıyla ilgili olumlu araştırmaları cesaretlendirme eğiliminde olmuştur. Ancak burada, tüketici davranışı araştırmaları gibi başka alanlardan ve psikolojinin (nesne ilişkileri psikanaliz teorisi gibi) bazı alt-disiplinlerinden ve daha genel olarak kültür teorisinden heyecan verici ve kışkırtıcı çalışmaları da sunduk. Bu sonuç kısmında, kilit kavramları gözden geçirecek, başlıca kavramsal çerçeveler yeni şekillerde özetleyecek ve insan-nesne ilişkileri çalışmalarında gelecekte ilgi çekecek alanlara işaret edeceğiz. Konuyla yeni tanışan okurlar yararına bu sonuç bölümü, ana malzemeye yeniden, ama yeni bir sentez yoluyla bakmayı amaçlıyor. Daha ileri düzeydeki okurlar ise maddi kültür araştırmalarıyla ilgili mütevazı bir ajandanın hazırlanıp tartışıldığını görecekler.

Kültür içerisindeki belirli nesnelerin incelenmesi sırasında, kişisel entelektüel tercihlerimi açığa çıkaran birtakım önyargılar okuyucunun gözüne çarpmış olmalı; bu söylediğim sadece belli

meselelere ağırlık vermem bakımından değil, bunlara ayırdığım çaba ve hevesim bakımından da geçerlidir. Bu temayüller üç soyut kavramla, *kültürel, pragmatik* ve *yorumlayıcı* kavramlarıyla özetlenebilir. Bunların geliştirilme ve uygulanma tarzının bu noktaya kadar ilerlemiş her okur için anlaşılır olacağını umuyorum, ama aşağıdaki kısım yine de her birinin anlamını açıklıyor. Birincisi, "kültürel" kelimesi nesnelerin anlam yaratmaya vesile olma kapasitelerine işaret eder: Nesnelerin hem dayanışma yaratma hem de farklılaştırma gibi farklı etkiler yaratacak şekilde, toplumsal hayatın çeşitli boyutları *hakkında ve enine boyuna düşünme* fırsatı sunan sembolik güçleri vardır. İkinci olarak, "yorumlayıcı" kelimesi ikili bir yorumlama sürecine işaret eder. İlk kertede bireylerin nesnelerle uğraşma, çerçevelendirme, müzakere etme ve anlama tarzlarına belli bir ilgiyi ve ayrıca toplum ve kültür araştırmacılarının bu tür ilişkileri "keşfetme" ve aktarma noktasında aldıkları tutumu anlatmak için kullanılmaktadır. Bu hermenötik diyalektiğin doğası, araştırmacıları toplumsal dünya ve bunu yeterli şekilde tasvir etmek için gerekli yöntemler üzerine düşünümlü bir tarzda düşünmeye teşvik etmektedir. Son olarak, "pragmatik" kelimesi nesnelerin insanlara, insanların da nesnelere etkide bulunduğu gerçeğini anlatır. İnsanlar ile nesneler arasında, *maddiliği* sosyalleşmenin zemini ve aracı haline getiren –henüz araştırmacıların tam olarak anlamadığı ya da araştırmadığı– bir tür öznelerarasılık vardır. Alexander'ın (2004b) kültürel pragmatik modeli bu noktada "pragmatik" kelimesinin geniş anlamı bakımından bilgilendiricidir ve toplumsal olanın sürekli icrasında kültürel genişleme ve psikolojik özdeşleşme süreçleriyle bütünleşmeyi vurgular.

Bu kitabın önemli bir kısmı, kültür olarak nesnelerin incelenmesinde yararlı olan toplum teorisinin belli başlı geleneklerini incelemeye ayrılmıştır. Kapsayıcı bir tabir olarak anlam yaratmadan yararlanarak, farklılık noktalarını, güçlü ve zayıf noktalarını genelleştirmek için bu geleneklerin hepsine bakmakta yarar vardır. Marksist ve eleştirel teorinin nesneleri ve tüketimi anlama noktasındaki hegemonyası tüketim çalışmaları ve maddi kültür çalışmalarında teslim edilmiştir. Marksist yaklaşımın materyalist ana-

lizleri nesnelerde anlam bulmanın gerçekten mümkün olmadığını vurgulamıştır. Dahası, bireylerin anlam bulduklarını sanmalarının aslında sadece eleştirel farkındalığın yokluğuna ve yanlış bilince delalet ettiği savunulur. 20. yüzyıl boyunca Marksist açıklamalar inceltildiler ve ideolojik bir yapı olarak sürekli üretilen kültürle ilgili incelemelerde psikanalitik ve psikolojik açıklamaları daha fazla hesaba katar oldular. Nesnelere bu tür bir yaklaşım, "nesnelerin göründüğü gibi olmadığı", insanların nesnelerle ilişkilerinin aldatan ve yabancılaştıran bir nitelik taşıdığı ve Erich Fromm'un ifadesiyle oynayacak olursak, "sağlıksız bir toplumun" temel kanıtı olduğuna dair bir uyarıya varıyordu. Özünde, kültürel açıdan indirgemeci bir açıklamadır bu; insanın aracılık, hayal gücü ve kültürel yaratıcılık kapasitesi hakkında belirlenimci, antropolojik açıdan naif ve esnek olmayan bir anlayış sergiler. Nesneleri temelde teknik, –"meta" gibi– ekonomik kavramlar üzerinden tanımlamak bu görüşün maddi kültür hakkında yararlı bir açıklama getirememesi anlamına gelmektedir.

Nesnelere yapısal ve göstergebilimsel yaklaşım ise nesnelerle anlam yaratma süreçlerini yakalamak bağlamında daha incelikli bir teorik görüş sunar. Esasen Saussure ve Lévi-Strauss'un yazıları aracılığıyla geliştirilmiş bu külliyat kültür nesnelerinin ilişkisel olarak düzenlendiğini ve dile benzer bir iletişim kapasitesine sahip olan kültürel anlamın, geniş dil benzeri sistemler içinde anlaşılabileceğini vurgular. Bu eserler nesnelerin anlamları nasıl cisimleştirdiğini açıklamak için "üretim araçları" gibi güçlere yaslanmayan özerk bir kültürel iletişim modeli geliştirme fırsatı sunar. Dolayısıyla maddi şeylerin kültürel anlam sistemlerinde nasıl dolaştığına dair çok daha sağlam ve ayrıntılara dikkat eden bir model getirir. Nesnelerin çeşitli kültürel iletişimleri mümkün kılarak anlamları nasıl cisimleştirdiği ve temsil ettiğini ele alan bu türden açıklamalar, Barthes ve Baudrillard'ın geç dönem yazılarında ileri tüketim toplumlarının incelenmesine uygulanmıştı. Bu eserlerde nesnelerin özerk iletişim kapasitelerine ilişkin önemli teorik malzemeler sunulmaktadır ve bu da bu tür izahların maddi kültür çalışmaları açısından güncelliğini koruduğuna delalet eder. Fakat bu teorik eserlerde o kadar

aşikâr olmayan nokta, iletişim sistemlerinden bireysel yorum, beşeri öznelerarasılık ve anlam çerçevelerine ilerlerken nesnelerin nasıl inceleneceği noktasıdır. Bu kitapta ele alınan son büyük teorik kaynak, nesnelerin bu açıdan sahip olduğu kapasiteyi işledi. Nesnelerin içsel, ilişkisel düzenlenişine odaklanan yapısalcı ve göstergebilimsel gelenekle birleştiğinde, daha derinlemesine kültürel olan bu bakış açısı, nesnelerin kültürel bakımdan sınıflandırılışındaki ahlaki buyruk ve kaygılarla ilgili güçlü bir açıklama sunar. Bu açıklama, toplumsal aktörlerin nesneleri anlamlı hale getirmek için başvurdukları tekilleştirme ve öznelleştirme süreçlerini ve nesnelerin birtakım psikolojik-kültürel süreçler yoluyla "meta olmaktan çıkarılmalarını" da kapsar. Özetlemek gerekirse, bu izahlar: (i) *süreçseldir*, zira insan faaliyetinin farklı uzamları ve zamanları üzerinden nesnelerin döngülerini vurgular, (ii) *dönüşümcüdür*, zira fiziki ve sembolik kullanımın etkileşimi yoluyla nesnelerin insan kullanıcılar tarafından sürekli şekillendirildiğini ve yeniden şekillendirildiğini gösterir, (iii) *bağlamsaldır*, zira nesnelerin kültürel anlam inşasına ve bunların yorumlanmasına yardımcı olan geniş söylemler, anlatılar, mitler ve çerçeveler içine yerleştirildiğini gösterir.

Son bölüm, nesnelerin statü, onur ve ayrım gibi önemli alanlar dahilinde toplumsal ve psikolojik-toplumsal örüntülerin ve ilişkilerin kritik parçaları haline geldiğine; benliğin, toplumsal kimlik ve ben kimliğinin oluşumu ve sürdürülmesine; benlik performansına ve benliğin anlatı haline getirilmesine değinmektedir. Hepsinden öte, bir nesne hakkında asla tek bir izah ya da yorum olamayacağı gösterilmektedir. Kullandığımız örneği hatırlatmak gerekirse, yeni fırın gibi bir nesne kişinin estetik beğenisi ya da statüsüyle alakalı olabileceği gibi, ailesi ve yemek paylaşımıyla veya mutfak tadilatına çok para harcamakla ya da insanın evinin ihtiyaçlarını dikkate almasıyla yahut da kimi zaman tüketim mallarına çok fazla para harcamaktan kaynaklanan kişisel endişe ya da suçluluk duygusuyla da alakalı olabilir. Her açıklama ya da yorum, farklı bir insandan ve yaşamöyküsünden geliyor olmasından ya da farklı bir günde, benzersiz bağlamlarda aynı insan tarafından dile getirilmesinden ötürü her zaman bir diğerinden farklı olacaktır. Dolayısıyla maddi

bir şeyin farklı potansiyel rolleri ya da kabiliyetleri (Gibson, 1986) vardır, her biri farklı bir anlatının parçasıdır; kullanımları fiziki özellikleri ya da tasarımı nedeniyle kısıtlanmış değildir. Harré'nin (2002: 30) belirttiği gibi, "maddi şeyler anlatılarda yer aldıkları ölçüde toplumsal nesneler haline geldiklerine göre, şu ya da bu toplumsal nesne haline gelmeleri bunun hikâyenin nasıl olduğuna ve niçin bazı insanlar için aynı ya da farklı olduğuna bağlıdır."

Gerçi kitabımızın büyük bölümünde, tüketim araştırmaları içerisindeki alanlar ve örnekler üzerinde durduk, ancak maddiliğe tüketim dışında başka çerçevelerden de yaklaşılabileceği, tüketimin nesnelerle ve maddilikle ilişkiden daha fazlası olduğunu unutmamak da önemlidir. Ayrıca tüketim, kimlik inşası, ifadesi ve toplumsal ayrımdan daha fazlasıyla alakalıdır. Kullanılan örneklerin çoğunun bu hususu akılda tutarak değerlendirilmesi gerekiyor: Bunlar insan-nesne ilişkilerini tüketimin geniş alanında, sık sık da tüketim araştırmaları paradigmasından ayrı düşünülemeyecek bir mantıkla anlamaya çalışan kısmi açıklamalardır. Bu özgüllüğe karşın, kaçıp kurtulamayacağımız şey bir nesnenin kültürel bir işlev üstlenme kapasitesidir. Kimi zaman insanların nesnelerle kendi terimleriyle kurdukları seçici, geçici ilişkilere sahip oldukları düşünülebilir: Buna göre, insanlar düzenli olarak nesnelere bakar, nesneleri ellerine alır, onlarla karışıp kaynaşırlar; nesneleri kullanır, bir kenara atar, sonra da işlerine bakarlar. Aslında daha doğru ve anlamlı bir gözlem tam tersi yönde olabilir: *Nesneler* birçok insanın asla bilmediği şekillerde *insanlar üzerinde egemenliğe sahiptir*. En nihayetinde, nesneler bireye dışsal olmaktan çıkarlar: Nesneler onların bünyesidir, öznelliğidir. İnsanın zayıflığının, kendini aldatmasının ya da habis bir toplumsal sistemin her yere uzanan eli tarafından baskı altına alınmasının bir işareti olmak şöyle dursun, insanlar ile nesneler arasındaki ilişki örüntüleri insanların nesnelerle bu bağları kurmak için aktif çaba harcadığını ve buna ihtiyaç duyduklarını göstermektedir. Bu bağların ve bağlılıkların doğasını açıklamak, toplumsal olanın özünü anlamak açısından bu sebeple değerlidir: Böylece bireylerin toplumla; duygu, merak, anlam ve eylemin kolektif değerler, kültürel söylemler ve dayanışmalarla dengelenmesi söz konusu olacaktır.

Kaynakça

Adorno, Theodor W. (1991) The Culture Industry: Selected Essays on Mass Culture, (ed. J.M. Bernstein). London: Routledge. [Kültür Endüstrisi, çev. Nihat Ülner, Mustafa Tüzel, Elçin Gen, İletişim Yayınları, 2007].

Ahuvia, Aaron C. (2005) 'Beyond the extended self: loved objects and consumers' identity narratives', *Journal of Consumer Research*, 32(1): 171-84.

Alexander, Jeffrey C. (2003) *The Meanings of Social Life: A Cultural Sociology*. New York: Oxford University Press.

Alexander, Jeffrey C. (2004a) 'From the depths of despair: performance, counterperformance, and "September 11"', *Sociological Theory*, 22(1): 88-105.

Alexander, Jeffrey C. (2004b) 'Cultural pragmatics: social performance between ritual and strategy', *Sociological Theory*, 22(4): 527-73.

Alexander, Jeffrey C., (henüz basılmadı) 'Iconic Experience in Art and Life: Standing Before Giacometti's "Standing Woman"'.

Alexander, Jeffrey C., Giesen, Bernhard and Mast, Jason (eds.) (2006) *Social Performance: Symbolic Action, Cultural Pragmatics and Ritual*. Cambridge: Cambridge University Press.

Altman, Irwin and Gauvain, Mary (1981) 'A cross-cultural and dialectic analysis of homes' in Lynn S. Liben, Arthur H. Patterson

and Nora Newcombe, *Spatial Representation and Behaviour Across the Life Span.* New York: Academic Press, s. 283-320.

Appadurai, Arjun (1986) 'Introduction: commodities and the politics of value', Arjun Appadurai (ed.), *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective.* Melbourne: Cambridge University Press, pp. 3-63.

Attfield, Judy (2000) *Wild Things. The Material Culture of Everyday Life.* Oxford: Berg.

Auslander, Leora (1996) *Taste and Power. Furnishing Modern France.* Berkeley: University of California Press.

Bachelard, Gaston (1994[1958]) *The Poetics of Space,* trans. Maria Jolas. Boston: Beacon Press. [Mekânın Poetikası, çev. Alp Tümertekin, İthaki Yayınları, 2008].

Barthes, Roland (1967) *The Fashion System,* trans. M. Ward and R. Howard. New York: Hill and Wang.

Barthes, Roland (1979) *The Eiffel Tower and Other Mythologies,* çev. R. Howard. New York: Hill and Wang.

Barthes, Roland (1993[1957]) *Mythologies,* çev. A. Lavers. London: Vintage. [Çağdaş Söylenler, çev. Tahsin Yücel, Metis Yayınları, 2003].

Bataille, Georges (1985) *Visions of Excess: Selected Writings, 1927-1939,* ed. Allan Stoekl, çev. A. Stoekl. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Baudrillard, Jean (1981) *For a Critique of the Political Economy of the Sign,* çev. C. Levin. USA: Telos Press.[Göstergenin Ekonomi Politiği Hakkında Bir Eleştiri, çev. Oğuz Adanır, Ali Bilgin, Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi, 2009].

Baudrillard, Jean (1996[1968]) *The System of Objects,* çev. J. Benedict. London: Verso. [Nesneler Sistemi, çev. Oğuz Adanır, Aslı Karamollaoğlu, Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi, 2010].

Baudrillard, Jean (1998) *America,* çev. C. Turner. London: Verso. [Amerika, çev. Yaşar Avunç, Ayrıntı Yayınları, 1996].

Baudrillard, Jean (1998 [1970]) *The Consumer Society: Myths and Structures.* London: Sage Publications. [Tüketim Toplumu, çev. Hazal Deliceçaylı, Ferda Keskin, Ayrıntı Yayınları, 1997].

Bauman, Zygmunt (1988) *Freedom.* Milton Keynes: Open University Press. [Özgürlük, çev. Kübra Eren, Ayrıntı Yayınları, 2015].

Bauman, Zygmunt (1991) *Modernity and Ambivalence.* New York: Cornell University Press. [Modernlik ve Müphemlik, çev. İsmail Türkmen, Ayrıntı Yayınları, 2009].

Beck, Ulrich (1992) *Risk Society. Towards a New Modernity.* London: Sage. [Risk Toplumu. Başka Bir Modernliğe Doğru, çev. Bülent Doğan, İthaki Yayınları, 2011].

Belk, Russell W. (1985) 'Materialism: trait aspects of living in the material world', *Journal of Consumer Research,* 13: 265-80.

Belk, Russell W. (1988) 'Possessions and the extended self', *The Journal of Consumer Research,* 15:139-65.

Belk, Russell W. (1995) *Collecting in a Consumer Society.* New York: Routledge.

Belk, Russell W., Wallendorf, Melanie and Sherry, John F. Jr. (1989) 'The sacred and profane in consumer behaviour: theodicy on the odyssey', *The Journal of Consumer Research,* 16(1): 1-38.

Bennett, Andy and Dawe, Kevin (2001) *Guitar Cultures.* Oxford: Berg.

Bennett, Tony, Emmison, Michael and Frow, John (1999) *Accounting for Tastes. Australian Everyday Cultures.* Cambridge: Cambridge University Press.

Blumer, Herbert (1968) 'Fashion', in David L. Sills (ed.), *International Encyclopedia of the Social Sciences.* New York: The Macmillan Company and The Free Press.

Blumer, Herbert (1969) 'Fashion: from class differentiation to collective selection', *The Sociological Quarterly,* 10: 275-91.

Boden, S. and Williams, S.J. (2002) 'Consumption and emotion: the romantic ethic revisited', *Sociology,* 36(3): 493-513.

Bonnes, Mirilia, Giuliana, Maria Vittoria, Amoni, Flora and Bernard, Yvonne (1987) 'Cross-cultural rules for the optimization of the living room', *Environment and Behaviour,* 19(2): 204-27.

Bourdieu, Pierre (1979[1963]) *Algeria 1960.* Cambridge: Cambridge University Press.

Bourdieu, Pierre (1977) *Outline of a Theory of Practice.* Cambridge: Cambridge University Press.

Bourdieu, Pierre (1984) *Distinction. A Social Critique of the Judgement of Taste.* London: Routledge. [Ayrım. Beğeni Yargısının Toplumsal Eleştirisi, çev. Ayşe Günce Berkkurt, Derya Fırat Şannan, Heretik Yayıncılık, 2015].

Bourdieu, Pierre (1990) *The Logic of Practice.* Cambridge: Polity Press.

Butler, Judith (1997[1988]) 'Performative acts and gender constitution. An essay in phenomenology and feminist theory', in K. Conboy, N. Medina and S. Stanbury (1997) *Writing on the Body. Female Embodiment and Feminist Theory.* New York: Columbia University Press.

Butler, Rex (1999) *Jean Baudrillard: The Defence of the Real.* London: Sage.

Campbell, Colin (1987) *The Romantic Ethic and the Spint of Modern Consumerism.* Oxford: Basil Blackwell.

Campbell, Colin (1995a) 'Conspicuous confusion A critique of Veblen's theory of conspicuous consumption', *Sociological Theory,* 13(1): 37-47.

Campbell, Colin (1995b) 'The sociology of consumption', in D. Miller (ed.), *Acknowledging Consumption. A Review of New Studies.* London: Routledge.

Campbell, Colin (1996) 'The meaning of objects and the meaning of actions: a critical note on the sociology of consumption and theories of clothing', *Journal of Maternal Culture,* 1(1): 95-105.

Carson, Rachel (1962) *Silent Spring.* Boston: Houghton Mifflin. [Sessiz Bahar, çev. Çağatay Güler, Palme Yayıncılık, 2004]

Chapman, Jonathan (2005) *Emotionally Durable Design. Objects, Experiences, Empathy.* London: Earthscan.

Chapman, William Ryan (1985) 'Arranging ethnology: A.H.L. F. Pitt Rivers and the typological tradition', G.W. Stocking Jr. (ed.), *Objects and Others. Essays on Museums and Material Culture.* Wisconsin: University of Wisconsin Press.

Chodorow, Nancy J. (1999) *The Power of Feelings: Personal Meaning in Psychoanalysis, Gender, and Culture.* London: Yale University Press. [Duyguların Gücü, çev. Jale Özata Dirlikyapan, Metis Yayınları, 2007].

Chodorow, Nancy J. (2004) 'The sociological eye and the psychoanalytic ear' in Jeffrey C. Alexander, Gary T. Marx and Christine L. Williams. *Self, Social*
Structure, and Beliefs: Explorations in Sociology. Berkeley: University of California Press.
Cohen, Stanley (1972) *Folk Devils and Moral Panics.* London: MacGibbon and Kee.
Corrigan, Peter (1997) *The Sociology of Consumption.* London: Sage.
Côté, James E. (1996) 'Sociological perspectives on identity formation: the culture- identity link and identity capital', *Journal of Adolescence,* 19: 417-28.
Csikszentmihalyi, Mihaly and Rochberg-Halton, Eugene (1981) *The Meaning of Things. Domestic Symbols and the Self,* New York: Cambridge University Press.
Culler, Jonathan (1983) *Barthes.* London: Fontana Paperbacks. [Barthes, çev. Hakan Gür, Dost Yayınları, 2008].
Davis, Fred (1992) *Fashion, Culture and Identity.* Chicago: University of Chicago Press. [Moda, Kültür ve Kimlik, çev. Özden Arıkan, Yapı Kredi Yayınları, 1997].
Denzin, Norman (1997) *Interpretive Ethnography: Ethnographic Practices for the 21st Century.* California: Sage.
Dittmar, Helga (1992) *The Social Psychology of Material Possessions: To Have is to Be.* New York: St Martin's Press.
Dittmar, Helga and Drury, John (2000) 'Self-image - is it in the bag? A qualitative comparison between "ordinary" and "excessive" consumers', *Journal of Economic Psychology,* 21(2): 109-42.
Douglas, Mary (2000[1966]) *Purity and Danger. An Analysis of the Concepts of Pollution and Taboo.* New York: Routledge. [Saflık ve Tehlike, çev. Emine Ayhan, Metis Yayınları, 2007].
Douglas, M. and Isherwood, B. (1996[1979]) *The World of Goods. Towards an Anthropology of Consumption.* New York: Basic Books.
Durkheim, Emile (1995[1912]) *The Elementary Forms of the Religious Life,* çev. Joseph Ward Swain. London: Allen and Unwin.

[Dinsel Yaşamın İlk Biçimleri, çev. Özer Ozankaya, Cem Yayınları, 2010].

Durkheim, Emile and Mauss, Marcel (1963[1903]) *Primitive Classification,* çev. Rodney Needham. London: Cohen and West.

Eco, Umberto (1976) *A Theory of Semiotics.* Bloomington: Indiana University Press.

Elliot, Anthony (1994) *Psychoanalytic Theory: An Introduction.* Oxford: Cambridge.

Elliot, Anthony (2001) *Concepts of the Self.* Malden: Blackwell Publishers.

Emmison, Michael and Smith, Philip (2000) *Researching the Visual. Images, Objects, Contexts and Interactions in Social and Cultural Inquiry.* London: Sage.

Featherstone, Mike (1987) 'Lifestyle and consumer culture', *Theory, Culture and Society,* 4: 55-70.

Featherstone, Mike (1990) 'Perspectives on consumer culture', *Sociology,* 24(1): 5-22.

Featherstone, Mike (1991) *Consumer Culture and Postmodernism.* London: Sage. [Postmodernizm ve Tüketim Kültürü, çev. Mehmet Küçük, Ayrıntı Yayınları, 1996].

Featherstone, Mike (1992) 'Postmodernism and the aestheticisation of everyday life', S. Lash and J. Friedman (eds.), *Modernity and Identity,* içinde. Oxford: Blackwell.

Ferry, Luc (1993) *Homo Aestheticus. The Invention of Taste in the Democratic Age,* çev. Robert De Loaiza. Chicago: The University of Chicago Press. [Homo Esteticus, Demokrasi Çağında Beğeninin İcadı, çev. Devrim Çetinkasap, Pinhan Yayıncılık, 2012].

Forty, Adrian (1986) *Objects of Desire: Design and Society 1750-1980.* UK: Thames and Hudson.

Foucault, Michel (1977) *Discipline and Punish: the Birth of the Prison,* çev. A. Sheridan. New York: Pantheon Books. [Hapishanenin Doğuşu, çev. Mehmet Ali Kılıçbay, İmge Kitabevi, 2015].

Frisby, David (1986) *Fragments of Modernity: Theories of Modernity in the Work of Simmel, Kracauer, and Benjamin.* Cambrid-

ge: MIT Press. [Modernlik Fragmanları, çev. Akın Terzi, Metis Yayınları, 2012].

Frisby, David (1992) *Simmel and Since: Essays on Georg Simmel's Social Theory.* London: Routledge.

Fromm, Eric (1955) *The Sane Society.* New York: Rinehart. [Sağlıklı Toplum, çev. Yuldanur Salman, Zeynep Tanrısever, Payel Yayınları, 1996].

Fromm, Eric (1976) *To Have or To Be.* New York: Harper & Row. [Sahip Olmak Ya Da Olmak, çev. Aydın Arıtan, Sel Yayınları, 2015].

Frow, John (1987) 'Accounting for tastes: some problems in Bourdieu's sociology of culture', *Cultural Studies,* 1(1): 59-73.

Galbraith, John Kenneth (1987[1958]) *The Affluent Society.* Harmondsworth: Penguin.

Geertz, Clifford (1973) *The Interpretation of Cultures.* New York: Basic Books. [Kültürlerin Yorumlanması, çev. Hakan Gür, Dost Kitabevi, 2010].

Gibson, James J. (1986) *The Ecological Approach to Visual Perception.* New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

Goffman, Erving (1951) 'Symbols of class status', *British Journal of Sociology,* 2(4): 294-304.

Goffman, Erving (1959) *The Presentation of Self in Everyday Life.* New York: Doubleday. [Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu, çev. Barış Cezar, Metis Yayınları, 2014].

Gomez, Lavinia (1997) *An Introduction to Object Relations.* London: Free Association Books.

Gronow, Jukka (1997) *The Sociology of Taste.* London: Routledge.

Halle, David (1993) *Inside Culture. Art and Class in the American Home.* Chicago: University of Chicago Press.

Harré, Rom (2002) 'Material objects in social worlds', *Theory, Culture and Society,* 19(5/6): 23-33.

Harvey, David (1989) *The Condition of Postmodernity.* Oxford: Blackwell. [Postmodernliğin Durumu, çev. Sungur Savran,Metis Yayınları, 1999].

Hebdige, Dick (1979) *Subculture: The Meaning of Style.* London: Methuen & Co. [Alt Kültür-Tarzın Anlamı, çev. Sinan Nişancı, Babil Yayınevi, 2004].

Hebdige, Dick (1988) *Hiding in the Light: On Images and Things.* New York: Routledge.

Held, David (1980) *Introduction to Critical Theory: Horkheimer to Habermas.* Berkeley: University of California Press.

Heskett, John (2002) *Toothpicks and Logos: Design in Everyday Life.* Oxford: Oxford University Press.

Hill, Roland P., 'Homeless Women, Special Possessions, and the Meaning of "Home": An Ethnographic Case Study', *Journal of Consumer Research,* 18 (December): 299-310.

Hodkinson, Paul (2002) *Goth: Identity; Style & Subculture.* New York: Berg.

Holt, Douglas B. (2004) *How Brands Become Icons. The Principles of Cultural Branding.* Boston: Harvard Business School Press.

Horkheimer, Max (1982) *Critical Theory: Selected Essays,* çev. M.J. O'Connell vd. New York: Continuum Publishing Corporation.

Horkheimer, Max and Adorno, Theodor W. (1987[1944]) *Dialectic of Enlightenment,* çev J. Cumming. NY: Continuum. [Aydınlanmanın Diyalektiği, çev. Nihat Ülner, Elif Öztarhan, Kabalcı Yayınları, 2010].

Jacknis, Ira (1985) 'Franz Boas and exhibits: on the limitations of the museum method of anthropology', in G.W. Stocking Jr. (ed.), *Objects and Others. Essays on Museums and Material Culture.* Wisconsin: University of Wisconsin Press.

Jameson, Fredric (1991 [1984]) *Postmodernism, Or, The Cultural Logic of Late Capitalism.* London: Verso. [Postmodernizm ya da Geç Kapitalizmin Kültürel Mantığı, çev. Nuri Plümer, Abdülkadir Gölcü , Nirengi Kitap, 2011]

Jenkins, Richard (1992) *Pierre Bourdieu.* New York: Routledge.

Jones, Peter Lloyd (1991) *Taste Today. The Role of Appreciation in Consumerism and Design.* New York: Pergamon Press.

Kamptner, N. Laura (1995) 'Treasured possessions and their meanings in adolescent males and females', *Adolescence,* 30(118): 301-18.

Kant, Immanuel (1952) *The Critique of Judgement*, çev. J.C. Meredith. Oxford: Clarendon Press.

Kasser, Tim and Kasser, Virginia G. (2001) 'The dreams of people high and low in materialism', *Journal of Economic Psychology*, 22: 693-719.

Kellner, Douglas (1989a) *Critical Theory, Marxism and Modernity*. Cambridge: Polity Press.

Kellner, Douglas (1989b) *Jean Baudrillard: From Marxism to post-Modernism and beyond*. Cambridge: Polity Press.

Kleine III, Robert E. and Kernan, Jerome B. (1991) 'Contextual influences on the meanings ascribed to ordinary consumption objects', *Journal of Consumer Research*, 18: 311-24.

Kleine, Susan Schultz, Kleine III, Robert E. and Allen, Chris T. (1995) 'How is a possession "me" or "not me"? Characterizing types and an antecedent of material possession attachment', *Journal of Consumer Research*, 22: 327-43.

Kopytoff, Igor (1986) 'The cultural biography of things: commoditization as process', Arjun Appadurai, *The Social Life of Things. Commodities in Cultural Perspective* içinde. Cambridge: Cambridge University Press.

Lamont, Michele (1992) *Money, Morals, and Manners. The Culture of the French and American Upper-middle Class*. Chicago: The University of Chicago Press.

Lash, Scott and Urry, John (1987) *The End of Organised Capitalism*. Cambridge: Polity.

Lash, Scott and Urry, John (1994) *Economies of Signs and Space*. London: Sage.

Law, John (2002) *Aircraft Stones: Decentering the Object in Technoscience*. Durham: Duke University Press.

Lawrence, Roderick J. (1987) 'What makes a home a house?', *Environment and Behaviour*, 19(2): 154-68.

Leiris, Michel (2005) 'On Duchamp', *October*, 112 (Spring): 45-50.

Lévi-Strauss, Claude (1962) *Totemism*, çev. R. Needham. England: Penguin Books.

Lévi-Strauss, Claude (1966[1962]) *The Savage Mind*. London: The University of Chicago Press. [Yaban Düşünce, çev. Tahsin Yücel, Yapı Kredi Yayınları, 1994].

Lévi-Strauss (1968[1963]) *Structural Anthropology*, çev. C. Jacobson. England: Penguin Books. [Yapısal Antropoloji, çev. Adnan Kahiloğulları, İmge Yayınları 2012].

Lévi-Strauss, Claude (1979) *Myth and Meaning. Cracking the Code of Culture*. New York: Schocken Books.[Mit ve Anlam, çev. Gökhan Yavuz Demir, İthaki Yayınları, 2013].

Lightfoot, Cynthia (1997) *The Culture of Adolescent Risk-Taking*. New York: Guilford Press.

Longhurst, Brian and Savage, Mike (1996) 'Social class, consumption and the influence of Bourdieu: some critical issues', S. Edgell, K. Hetherington ve A. Warde'ın editörlüğünü yaptığı, *Consumption Matters: The Production and Experience of Consumption* içinde, Oxford: Blackwell Publishers.

Lukács, Georg (1971) *History and Class Consciousness: Studies in Marxist Dialectics*, İngilizce çevirisi, R. Livingstone. Cambridge: MIT Press. [

Lunt, Peter K. and Livingstone, Sonia M. (1992) *Mass Consumption and Personal Identity: Everyday Economic Experience*. Philadelphia: Open University Press.

Lupton, D. and Noble, G. (2002) 'Mine/not mine: appropriating personal computers in the academic workplace', *Journal of Sociology*, 38(1): 5-23.

Lury, Celia (1996) *Consumer Culture*. Cambridge: Polity.

Lynes, Russell (1954) *The Tastemakers*. New York: Grossett & Dunlap.

Lyotard, Jean-Francois (1988) *Peregrinations. Law, Form, Event*. New York: Columbia University Press.

MacKenzie, Donald and Wajcman, Judy (1999) *The Social Shaping of Technology*. Philadelphia: Open University Press.

Madigan, Ruth and Munro, Moira (1996) 'House beautiful: style and consumption in the home', *Sociology*, 30(1): 41-57.

Maffessoli, Michel (1996) *The Time of the Tribes. The Decline of Individualism in Mass Society,* İngilizce çeviri, Don Smith. London: Sage.

Marcuse, Herbert (1976[1964]) *One Dimensional Man.* London: Abacus. [Tek Boyutlu İnsan, çev. Aziz Yardımlı, İdea Yaynları, 1997].

Marx, Karl (1954[1867]) *Capital. A Critical Analysis of Capitalist Production.* Moscow: Progress Publishers. [Kapital, çev. Mehmet Selik, Nail Satlıgan, Erkin Özalp,Yordam Yayınları, 2011].

Marx, Karl (1975) *Economic and Philosophical Manuscripts of 1844,* İngilizce çeviri, M. Milligan. New York: International Publishers.[1844 El Yazmaları, çev. Murat Belge, Birikim Yayınları, 2013].

Mauss, Marcel (1967[1954]) *The Gift: Forms and Functions of Exchange in Archaic Societies,* İngilizce çeviri, I. Cunnison. London: Cohen and West.

McCracken, Grant (1988) *Culture and Consumption: New Approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods and Activities.* Bloomington: Indiana University Press.

McKendrick, Neil, Brewer, John and Plumb, John H. (1992 [1982]) *The Birth of a Consumer Society. The Commercialisation of Eighteenth-Century England.* London: Europa Publications.

Michael, Mike (2000) *Reconnecting Culture, Technology and Nature: From Society to Heterogeneity.* London: Routledge.

Miles, Steven (1996) The cultural capital of consumption: understanding postmodern identities in a cultural context', *Culture and Psychology,* 2:139-58.

Miles, Steven (1997) *Consumerism. As a Way of Life.* London: Sage.

Miller, Daniel (1987) *Material Culture and Mass Consumption.* Oxford: Blackwell.

Miller, Daniel (1988) 'Appropriating the state on the Council estate', *Man,* 23(2): 353-72.

Miller, Daniel (1994) 'Artefacts and the Meaning of Things' in Tim Ingold, (ed.) *Companion Encyclopedia of Anthropology:*

Humanity, Culture and Social Life. London: Routledge, pp. 396-419.

Miller, Daniel (1995) 'Consumption as the vanguard of history', Daniel Miller, (ed.), *Acknowledging Consumption: A Review of New Studies.* London: Routledge.

Miller, Daniel (1998a) *A Theory of Shopping.* Cambridge: Polity Press.

Miller, Daniel (ed.) (1998b) *Material Cultures. Why Some Things Matter.* Chicago: University of Chicago Press.

Miller, Daniel (ed.) (2001) *Home Possessions: Material Culture Behind Closed Doors.* Oxford: Berg.

Miller, Daniel and Tilley, Christopher (1996) 'Editorial', *Journal of Maternal Culture,* 1(1): 5-14.

Miller, Peter and Rose, Nikolas (1997) 'Mobilizing the consumer: assembling the subject of consumption', *Theory, Culture and Society,* 14(1): 1-36.

Miller, William Ian (1997) *The Anatomy of Disgust.* Cambridge: Harvard University Press.

Mukerji, Chandra (1983) *From Graven Images: Patterns of Modern Materialism.* New York: Columbia University Press.

Packard, Vance (1957) *The Hidden Persuaders.* Harmondsworth: Penguin Books.

Packard, Vance (1959) *The Status Seekers: An Exploration of Class Behaviour in America.* Harmondsworth: Penguin Books.

Pels, Dick, Hetherington, Kevin and Vandenberghe, Frédéric (2002) 'The status of the object. Performances, mediations, and techniques', *Theory, Culture and Society,* 19(5/6): 1-21.

Peterson, Richard A. (1992) 'Understanding audience segmentation: from elite to mass to omnivore and univore', *Poetics,* 21: 243-58.

Peterson, Richard A. and Kern, Robert M. (1996) 'Changing highbrow taste: from snob to omnivore', *American Sociological Review,* 61 (October): 900-7.

Pettit, Philip (1975) *The Concept of Structuralism. A Critical Analysis.* Berkeley: University of California Press.

Potter, Jonathan (1996) *Representing Reality: Discourse, Rhetoric and Social Construction.* London: Sage.

Rapoport, Amos (1969) *House Form and Culture.* New Jersey: Prentice-Hall.

Richins, Marsha L. (1994a) 'Valuing things: the public and private meanings of possessions', *Journal of Consumer Research,* 21(3): 504-21.

Richins, Marsha L. (1994b) 'Special possessions and the expression of material values', *Journal of Consumer Research,* 21(3): 522-33.

Riessman, Catherine Kohler (1993) *Narrative Analysis.* California: Sage. 183

Riggins, Stephen Harold (1994) 'Fieldwork in the living room: an autoethnographic essay', Stephen Harold Riggins (ed.), *The Socialness of Things. Essays on the Socio- Semiotics of Objects.* Berlin: Mouton de Gruyter. s. 101-47.

Rose, Nikolas (1992) 'Governing the enterprising self', in P. Heelas and P. Morris (ed), *The Values of the Enterprise Culture: The Moral Debate.* New York: Routledge.

de Saussure, Ferdinand (1966[1916]) *Course in General Linguistics.* London: Peter Owen.

Schaper, Eva (ed.) (1983) *Pleasure, Preference, and Value: Studies in Philosophical Aesthetics.* Cambridge: Melbourne.

Schechner, Richard (1993) *The Future of Ritual. Writings on Culture and Performance.* London: Routledge.

Schechner, Richard (2002) *Performance Studies, An Introduction.* New York: Routledge.

Schor, Juliet B. (2000) *Do Americans Shop Too Much? Boston:* Beacon Press.

Schor, Juliet B. and Holt, Douglas B. (2000) *The Consumer Society Reader.* New York: New Press.

Schultz, Susan E., Kleine III, Robert E. and Kernan, Jerome B. (1989) 'These are a Few of My Favourite Things. Toward an explication of attachment as a consumer behavior construct', *Advances in Consumer Research,* 16: 359-66.

Schumacher, E.F. (1973) *Small is Beautiful. A Study of Economics as if People Mattered.* Great Britain: Abacus. [Küçük Güzeldir, çev. Osman Deniztekin, Varlık Yayınları, 2010].

Shotter, John (1984) *Social Accountability and Selfhood.* New York: Basil Blackwell.

Shotter, John and Gergen, Kenneth J. (ed.) (1989) *Texts of Identity.* London: Sage.

Simmel, Georg (1950) 'Adornment', in Kurt H. Wolff, *The Sociology of Georg Simmel.* New York: Free Press.

Simmel, Georg (1957[1904]) 'Fashion', *The American Journal of Sociology*, LXII(6): 541-8.

Simmel, Georg (1997a) 'The philosophy of fashion', David Frisby and Mike Featherstone, *Simmel on Culture.* London: Sage.

Simmel, Georg (1997b) 'The problem of style', in David Frisby and Mike Featherstone, *Simmel on Culture.* London: Sage.

Slater, Don (1997) *Consumer Culture and Modernity.* UK: Polity Press.

Smith, Adam (1969[1759]) *The Theory of Moral Sentiments.* New Rochelle, New York: Arlington House.

Smith, Philip (2001) *Cultural Theory. An Introduction.* Massachusetts: Blackwell. [Kültürel Kuram, çev. Selime Güzelsarı, Babil Yayınları, 2005].

Smith, Philip (2003) 'Narrating the guillotine. Punishment technology as myth and symbol', *Theory; Culture & Society,* 20(5): 27-51.

Sombart Werner (1967[1913]) *Luxury and Capitalism,* çev. W.R. Dittmar. Ann Arbor: University of Michigan Press. [Aşk, Lüks ve Kapitalizm, çev. Necati Açа, Pharmakon Yayınevi, 2013].

Sparshott, Francis Edward (1958) *An Enquiry into Goodness, and Related Concepts: With Some Remarks on the Nature and Scope of Such Enquiries.* Chicago: University of Chicago Press.

Swedberg, Richard (2005) 'August Rodin's The Burghers of Calais. The career of a sculpture and its appeal to civic heroism', *Theory, Culture and Society,* 22(2): 45-67.

Sweet, Fay (1999) *Philippe Starch Subverchic Design.* London: Thames and Hudson.

Taylor, Betsy and Tilford, Dave 'Why Consumption Matters', in Juliet Schor and Douglas Holt, (2000) *The Consumer Society Reader.* New York: New Press, s. 463-477.

Turner, Bryan (1993) 'Baudrillard for sociologists', in Chris Rojek ve Bryan S. Turner (ed.), *Forget Baudrillard ?* London: Routledge.

Turner, Victor (1982) *From Ritual to Theatre. The Human Seriousness of Play.* New York: Performing Arts Journal Publications.

Veblen, Thorstein (1899[1934]) *The Theory of the Leisure Class: An Economic Study of Institutions.* London: Unwin Books. [Aylak Sınıfın Teorisi, çev. Eren Kırmızıaltın, Hüsnü Bilir, Heretik, 2015].

Vera, Hernan (1989) 'On dutch windows', *Qualitative Sociology,* 12(2): 215-34.

Wallendorf, Melanie and Arnould, Eric (1988) "'My favourite things": a cross- cultural inquiry into object attachment', *The Journal of Consumer Research,* 16(1): 1-38.

Warner, Lloyd W., Low, J.O., Lunt, P.S., and Srole, L. (1963) *Yankee City.* New Haven: Yale University Press.

Warner, Lloyd W. and Lunt, P.S. (1963) *Status System of a Modem American Community.* New Haven: Yale University Press.

Werner, Carol M. (1987) 'Home interiors, a time and place for interpersonal relationships', *Environment and Behaviour,* 19(2): 169-79.

Werner, Carol M., Altman Irwin and Oxley, David (1985) 'Temporal aspects of homes, a transactional perspective', Irwin Altman ve Carol M. Werner (ed.), *Home Environments.* NY: Plenum Press.

Williams, Rosalind H. (1982) *Dream Worlds. Mass Consumption in Late-Nineteenth Century France.* Berkeley: University of California Press.

Willis, Paul (1978) *Profane Culture.* London: Routledge and Kegan Paul.

Winnicott, D.W. (1971 [1953]) *Playing and Reality.* London: Tavistock Publications. [Oyun ve Gerçeklik, çev. Tunçay Birkan, Metis Yayınları, 1998].

Woodward, Ian (2001) 'Domestic objects and the taste epiphany. A resource for consumption methodology', *Journal of Material Culture,* 6(2): 115-36.

Woodward, Ian (2003) 'Divergent narratives in the imagining of the home amongst middle-class consumers: aesthetics, comfort and the symbolic boundaries of self and home', *Journal of Sociology,* 39(4): 391-412.

Woodward, Ian and Emmison, Michael (2001) 'From aesthetic principles to collective sentiments: the logics of everyday judgements of taste', *Poetics,* 29(6): 295-316.

DİZİN

Adorno, Theodor bkz. Horkheimer, Max
ahlaki 18, 30, 71, 107, 126-129, 134, 135, 142, 145, 163, 232, 241
Ahuvia, Aaron 209
aktarım 195
aktör-ağ teorisi 20, 21, 212
aktörler 24
Alexander, Jeffrey C. 2, 114, 130-132, 150, 151, 154, 214-216, 234, 239
  Giacometti'nin Ayaktaki Kadın'ı üzerine 150
Altman, Irwin ve Gauvain, Mary 219
alışveriş 144
alışveriş merkezi 8, 23, 83, 160, 161
anlam yaratma 34, 110, 140, 143, 152, 195, 203, 213, 239, 240, 241
anlatımsal işlevler 158
anlatımsallık 116, 186
Attfield, Judy 47
Auslander, Leora 183
ayrım 157
aşağıya doğru dalga dalga yayılma 159, 160

Bachelard, Gaston 217, 218, 234
Barthes, Roland 9, 96
  Çağdaş Söylenceler 9, 99, 114, 117
  Eyfel Kulesi 103, 116
  kapitalist mitolojinin nesneleştirilmesi 97
  plastik 101
  semiyoloji 97
  Yeni Citroën 99-101, 115
Bataille, Georges 30
Baudrillard, Jean 43, 47, 104, 123
  Nesneler Sistemi 63, 64, 90, 104, 106, 107, 197
  sembolik değer 105, 106
  sembolik mübadele 106
  sembolik mübadele değeri 106, 108
  tüketim 105
  Tüketim Toplumu 104
belirlenimcilik 91, 153
Belk, Russell 33, 41, 42, 201-203, 209
Bennett, Andy ve Dawe, Kevin 154
Bennett, Tony 222
beğeni 121, 122, 128
bilgisayar 61, 62, 130, 132
Blumer, Herbert 157, 164, 173, 181
  moda 178, 179, 180
Boas, Franz 28, 95
  yaşam grubu 28
Body Shop 73, 74
Bonnes, Mirilia 220
  bonnes á penser 3, 134, 152, 220
Bourdieu, Pierre 11, 166
  beğeni 11
  Distinction 163, 165-167
  doğal yargı 167
  habitus 169, 170
  kültürel tüketim 165
brikolajcı 94, 95, 111
Butler, Rex 104

Campbell, Colin 23, 85, 191, 196, 198
Chapman, Jonathan 210
Chodorow, Nancy 192, 193, 195
Citroën DS19 99, 100, 101
Corrigan, Peter 44, 145
Côté, James 190
  kimlik sermayesi 190
Csikszentmihalyi, Mihaly ve Rochberg-Halton, Eugene 33, 42, 47, 203-205, 219, 220
  ve evdeki nesneler (eşyalar) 220, 225

çengelli iğne 93

Davis, Fred 174, 176
Dawe, Kevin bkz. Bennett, Andy 154
de Saussure, Ferdinand 86
  artzamanlı dil incelemeleri 88
  dil ve söz 88, 89, 107
  dilbilim 87

Genel Dilbilim Dersleri 87
göstergeler 89
dekorasyon
Denzin, Norman 233
dil 87, 88
Dittmar, Helga 26, 188
Douglas, Mary ve Isherwood, Baron 3, 10, 25, 26, 33, 35, 39, 121, 134-138, 152
The World of Goods 134
tüketim ve anlam yaratma 135
Duchamp, Marcel 111, 149
Durkheim, Emile 119, 120, 124, 134
Dini Hayatın İlkel Biçimleri 126
kategoriler 126
kutsal ve kutsal olmayan 127, 128, 130, 132
Primitive Classification 124
sınıflandırmalar 125, 126
dönüşüm sistemleri 86, 95, 111

Eco, Umberto
eksiklik 123, 196
Elizabeth, I. 159
Elliott, Anthony 209
Emmison, Michael bkz. Woodward, Ian
ev 217
ve beğeni 221-224
ve dekorasyon 227
ve hafıza 217, 218
ve kamusal/özel alan 218
ve psikoloji 217-220
ve sanatın teşhiri 223, 224
Eyfel Kulesi 103, 116
farklılaşma 174

Featherstone, Mike 35, 36, 37
gündelik yaşamın estetikleştirilmesi 36
fetişleştirilen nesneler 61
Forty, Adrian 183
Foucault, Michel 10
Hapishanenin Doğuşu 11, 21, 132
panoptikon 21
Frankfurt Okulu 58
eleştirel teori 58
Freud, Sigmund 67, 193
Fromm, Erich 51, 55, 64-68, 77
normallik patolojisi 65
Olmak ya da Sahip Olmak 66
Sağlıklı Toplum 65
Frow, John 170

Galbraith, John Kenneth 71-73
bağımlılık etkisi 72
lüks 72
müreffeh toplum 71, 72
geç kapitalizm ve tüketim 37
geçiş nesnesi 194, 201
Geertz, Clifford 10, 130, 215
Gergen, Kenneth 234
Giacometti, Alberto 151
Ayaktaki Kadın 150
Gibson, James 242
giyotin 132-134
Goffman, Erving 10, 85, 158, 162, 186, 215, 216
Gomez, Lavinia 209
gösteren/gösterge/gösterilen 82, 89
gösterge değeri 106-108
gözde nesneler 33, 203-208
Gronow, Jukka 164, 183

habitus 169, 170
Halle, David 176, 223, 224, 228
Harré, Rom 43, 212, 242
nesnelerin işlevsel ve anlatımsal düzenleri 186
Hebdige, Dick 93, 109-113, 117, 148
skuter 45-47
hediyeler 108, 129
Held, David 80
hermenötik 2, 115, 130, 141, 171, 239
Heskett, John 47
Hodkinson, Paul 209
Holt, Douglas B 154
Horkheimer, Max ve Adorno, Theodor 37, 59-65, 80, 196
Aydınlanmanın Diyalektiği 59
fetişleştirme 61
Kültür Endüstrisi 62
negatif diyalektik 60
teknoloji 58, 59, 60, 61, 64

icra 211
insan yapımı objeler 24
iyi mevhumu 121-124
içe atış 195
işçi sınıfı estetiği 11, 76, 163, 169, 176, 222-224, 228

James, William 202
Journal of Material Culture 39, 47

Kamptner, Laura 205, 206
Kant, Immanuel 11, 157, 162-166, 172, 173, 181, 182
  estetik yargı üzerine 162-165, 182
  refleksif/düşünümlü beğeni 164
  saf beğeni 162
  sensus communis 164, 165, 181, 182
Kasser, Tim ve Kasser, Virginia G. 208
kategorik semboller 158
kategoriler 126
kateksis 194, 195
Kellner, Douglas 58, 59, 80
kesme biçmeler 112
kimlik 187
  sermaye olarak 188-190
  tanımı 187, 188
  toplumsal ve öznel kimlikler 188
  ve nesneler 190, 191
Kitabı Mukaddes 17-19
Klein, Melanie 193
  parça-nesneler ile bütün-nesneler 193
Kleine III, Robert E. 33
kolaj estetiği 112
kolektif beğeni 172, 173, 180, 221
Koons, Jeff 149
Kopytoff, Igor 25, 26, 41, 43-45, 121, 144-147
  nesnelerin biyografileri 45, 144
  nesnelerin süreçsel doğası 145
kötü mevhumu 122-124
kültürel sosyoloji 2
kültürel tercih haritası 168

Lash, Scott ve Urry, John 35-38, 175, 179
Lawrence, Roderick 219
Leiris, Michel 149
Lévi-Strauss, Claude 3
  bonnes á penser 3
  brikolajcı 94, 95, 111
  Mit ve Anlam 91, 117
  nesnelerin bağlamı 92, 93
  somutun bilimi 94
  Totemism 95
  Yaban Düşünce 92
Lightfoot, Cynthia 201
Livingstone, Sonia bkz. Lunt, Peter
Lloyd Jones, Peter 183
Lloyd Wright, Frank 146, 147
Lukács, Georg 51, 55-57, 77, 80, 131
  şeyleşme 56
Lunt, Peter ve Livingstone, Sonia 47
Lury, Celia 25
Lynes, Russell 234
Lyotard, Jean François 164, 183

maddi kültür 98
  maddi kültür okumaları 82-85
  maddi kültürün bağlamsal boyutu 141
  tanımı 7
maddi kültür çalışmaları 73, 78
  analist ve failin bakış açıları 7, 8
  disiplinlerarası nitelik 7, 8, 39, 40
  ilkeleri 8, 9, 41-45, 47
  tanımı 7, 8, 23
  ve kimlik 17
  ve post-yapısal teori 10
  ve tüketim çalışmaları 10, 35, 40
maddileşme 151
maddiyatçı 207, 208
Madigan, Ruth 224
mallar 24
Marcuse, Herbert 67, 68
  gerçek ve sahte (ihtiyaçlar) 67, 68
  Tek Boyutlu İnsan 67
  tek boyutlu toplum 68
Marx, Karl 30
  donmuş emek olarak meta nesne 52-55
  Kapital 52, 54, 56
  ve materyalizm 53
  ve metalar 30, 31, 52-55, 76
  ve mübadele değeri 55
materyalist/materyalizm 78, 79
Mauss, Marcel 124
  Primitive Classification 124
  sınıflandırmalar 124, 125
  The Gift 145
McCracken, Grant 158, 198
  tüketim pratiğinin tarihsel izahı 157, 158
  yer değiştirmiş anlamlar 198
Michael, Mike 40
Miles, Steven 26, 136
Miller, Daniel 38, 42, 136, 196, 222
  Material Culture and Mass Consumption 38, 39, 138
  ve alışveriş 144
  ve mutfaklar 143, 144, 223
  ve Tilley, Christopher 39, 47
  ve tüketimin antropolojisi 138, 139

Miller, Peter ve Rose, Nikolas 69, 70
harekete geçirilen tüketiciler 70
Miller, William Ian 123
Mod gençliği 46, 111, 112
moda 172-176
ve farklılaşma ile bütünleşme 174
ve taklit 173-175
ve toplumsal sınıflar 173-179
motorlu araçlar 63, 136
Mukerji, Chandra 157, 183
mutfaklar 143
mübadele değeri 108

nesne ilişkileri teorisi 191-194
nesne(ler) 7, 22
aldatıcı 51, 57, 97
arzu 196, 198
biyografisi 44-46, 144, 145
donmuş emek 52, 53
ev 217
evrensel sembol olarak 151
fikir sağlayıcılık (affordance) 220
gençlik kültürü ve nesneler 199, 200
ikon 151
işlevsel ve anlatımsal 186
kimlik 186, 190, 191
sahip olmak 66, 67, 93, 108, 160, 188, 197
toplumlaşma 32, 33
toplumsal icra 211-213
tılsımlı 201
yanlış bilinç 53
yorumlanışı 204
Noble, Greg bkz. Lupton, Deborah 26

Oxford Üniversitesi Müzesi 29
oyuncaklar 101

öznelleştirme 44, 151, 241

Packard, Vance 71
Pearce, Susan M. 29
Pels, Dick 213
Pitt Rivers (A.H. Lane Fox Pitt Rivers) 29
plastik 101, 102
Potter, Jonathan 234
punk modası 108, 110-113

Rapoport, Amos 234
Richins, Marsha L. 206
maddiyatçılık 207
Riesmann, Catherine K. 234
Rochberg-Halton, Eugene bkz. Csikszentmihalyi, Mihalyi
Rodin, August 150
Calais Burjuvaları 149

sahip olmak 188
sandalyeler 12-14
Schechner, Richard 234
Schor, Juliet B. 80
Schultz, Susan 33, 209
Schumacher, E.F. 73, 74
Küçük Güzeldir 72
sembolik değer 105
sembolik mübadele değeri 108
semiyoloji 90
Shotter, John 233, 234
sınıflandırma 45, 84, 88, 92, 93, 95, 119, 124-128, 135
ahlaki öğeler 126
kültürel öğeler 124-126
Simmel, Georg 30
moda 30, 172-175
postmodern tüketim kültürü 175
süslenme 237
tarz 30
öykünme 172, 173, 175
skuter 45-47
Slater, Don 47
Smith, Adam 30
Smith, Philip 86, 92, 130, 132-134
ve giyotin 132-134
ve yapısalcılık 86, 87
Sombart, Werner 30, 35
Sparshott, Francis 122, 123
spor ayakkabısı 84, 85, 136
Starck, Philippe 74-76
statü göstergeleri 160
statü sembolleri 158
Swedberg, Richard 149, 150, 154

şeyler 24

tekilleştirme 44, 146, 147
teknoloji 59
estetize 225
tiksinti 123
Tilley, Christopher 39, 47
toplama nesneler 111

totemizm 95
Turner, Bryan 109
tüketici davranışı çalışmaları 238
tüketim ve postmodernizm 35-38, 188, 189

Urry, John bkz. Lash, Scott

Veblen, Thorstein 162, 176, 177
  ve parasal onur 176, 177
  ve sosyal karşılaştırma 176
Vera, Hernan 218
veranda 218

Wallendorf, Melanie ve Arnould, Eric 33
Warner, Lloyd 162
Wedgwood, Josiah 160
Werner, Carol M. 219, 220
Willis, Paul 199, 200, 209
Winnicott, D.W. 185, 194, 195, 201, 209
Woodward, Ian 26, 75, 232
  ve Emmison, Michael 12, 128

yabancılaşma 54
yansıtma 195
yapısalcılık 3, 41, 47, 82, 86, 105, 114, 117, 121, 135, 170
yargılama 123
yaşam grubu düzenlemesi 28
yaşam tarzı 36
yeniden metalaştırma 145

Cep telefonları ve iPod'lar niçin birer moda aksesuarı haline geldiler? Niçin bazı insanlar son model mutfaklar döşemek için çuvalla para harcarlar? Nesnelere duyduğumuz bağlılık sağlıksız ya da mantık dışı mıdır?

Nesnelerin üzerimizdeki gücünü, tüketim kültürünün bir sonucu olarak açıklamak, kuşkusuz konuyu aşırı basitleştirmek olacaktır. Ian Woodward bu çalışmasında, maddiyatı kültürün bir bileşeni olarak incelemenin çeşitli yollarını sistematik biçimde analiz ediyor. İnsanın benlik algısını ve toplumu anlamak açısından nesnelerin ele alınmasının niçin kaçınılmaz olduğunu çeşitli perspektiflerden ortaya koyan bu kitabın sosyoloji, antropoloji, kültürel çalışmalar, tüketici davranışları incelemeleri ve modayla ilgilenen öğrenciler ve araştırmacılar için temel bir başvuru kitabı olacağını düşünüyoruz.

Ian Woodward Griffith Üniversitesi School of Arts, Media and Culture bölümünde öğretim görevlisidir.

9 786053 326861

KDV dahil fiyatı
25 TL