YAŞAM TARZLARI

Yaşam TARZLARI

david chaney

yaşam biçimi ve toplumsal yapı
tüketici kültürü
yaşam biçimlerinin kullanılışı
sembolik alışveriş
sembolik sermaye
sembolik süreç
yüzeyler
benlikler
duyarlıklar
günlük yaşamın estetikleşmesi

David Chaney

D

DOST

Yaşam Tarzları

David Chaney

David Chaney, İngiltere'deki Durham Üniversitesi'nde sosyoloji profesörüdür.

Chaney, David
Yaşam Tarzları
ISBN 975-7501-62-X / Türkçesi, İrem Kutluk / Dost Kitabevi Yayınları
Nisan 1999, Ankara, 188 sayfa.
Sosyal Antropoloji-Ekonomi-İletişim-Medya-Kaynakça-Dizin

YAŞAM TARZLARI

David Chaney

DOST
kitabevi

ISBN 975-7501-62-X

Lifestyles
DAVID CHANEY

© 1996, David Chaney
Routledge
Editörlüğünü Peter Hamilton'ın
yaptığı *Key Ideas* dizisinden.

Bu kitabın Türkçe yayın hakları
ONK Ltd. Şti. aracılığıyla
Dost Kitabevi Yayınları'na aittir.
Birinci Baskı, Nisan 1999, Ankara

İngilizceden çeviren, İrem Kutluk

Yayına Hazırlayan, Ali Karabayram
Teknik Hazırlık, Ferhat Babacan - Dost İTB
Baskı ve Cilt, Pelin Ofset

Dost Kitabevi Yayınları
Karanfil Sokak, 29/4, Kızılay 06650, Ankara
Tel: (0312) 418 87 72 Fax: (0312) 419 93 97
raulman@domi.net.tr

Karina'ya

İçindekiler

Önsöz 9

I
Modern Bir Toplumsal Biçim 11

1. Yaşam Biçimi ve Toplumsal Yapı 13
2. Tüketici Kültürü 24
3. Yaşam Biçimlerinin Kullanılışı 35

II
Yaşam Biçimlerinin Kuramsallaştırılması 51

Giriş 53
4. Simgesel Alışveriş 56
5. Simgesel Sermaye 66
6. Simgesel Süreç 81

III
Yaşam Biçimi Alanları ve Stratejileri 99

Giriş 101
7. *Yüzeyler* 110
8. *Benlikler* 123
9. *Duyarlıklar* 137

IV
Sonuç 153

10. *Günlük Yaşamın Estetikleşmesi* 155
11. *Sonsöz* 168

Kaynakça 170
İsim Dizini 184

Önsöz

Bu kitap yaşam biçimi kavramı üzerinedir –sosyolojik anlatılarda modern ve toplumsal bir biçim olarak görülen bu olgudan söz ederken, yaşam biçimi teriminin nasıl kullanıldığını açıklar. Daha genel bir anlatımla, yaşam biçimlerinin nasıl ve neden daha geniş bir kavram olan tüketimcilik kültürü içinde yer aldığını anlatır. Bu işin üstesinden gelmek için, her biri bu kitabın ayrı bir kısmında ele alınan birbirine karşıt üç görüş aracılığıyla konuyu irdeleme yolunu seçtim.

Bu yaklaşımı benimsememin nedeni, yaşam biçimi kavramının özelliğinden kaynaklanmaktadır. Kullandığımız kavramlar, birbirinden kolayca ayırt edilebilen, kolay tanımlanabilir oluşumları temsil etselerdi (ya da onlara işaret etselerdi), toplumsal araştırmalar çok daha kolay gerçekleştirilebilirdi. Ama, genelgeçer durum böyle olmadığı için, özellikle modern toplumlarda toplumsal kavramların daha çok "türdeş"oluşumları çağrıştırdığı kabul edilir olmuştur. Türdeş terimi ile anlatmak istediğim şey, birbirinden tamamen farklı bir grup, şey ya da sürecin, paylaştıkları bir ortak nokta aracılığıyla bir araya gelerek, ortak bir kimlik duygusu oluşturmalarıdır. Paylaşılan şey genellikle –hem kurumsal bir zemin hem de bir ifade şekli– bir söylemdir. İlk üç kısımdaki birbirine karşıt görüş açıları aracılığıyla, yaşam biçimleri söyleminin kapsamında bulunan bazı türdeş oluşumları açıklığa kavuşturmaya çalışacağım.

Kitabın birinci kısmında, modernizmin değişen toplumsal yapılarının temelde ampirik yaklaşıma sahip anlatımlarına ilişkin bir yaşam biçimi duygusunun nasıl oluşturulduğunu inceledim. İkinci kısımda, modernizmde görülen kültürel değişimlerle ilgili bazı toplumsal kuramların tartışmasına ve yaşam biçimi düşüncesinin bu anlatımlar içinde nasıl kullanıldığını anlatmaya geçtim. Bu konuda yapılmış çalışmaları gözden geçirirken, bir yandan da mal ve hizmetlerin durmaksızın yenilenmesinin kitle toplumunda oluşturduğu sonuçları göstermeye çalıştım. Ardından üçüncü kısımda, çağdaş yaşam biçimlerinin kültürel yapısına daha yakından bakarak, bu yapının tipik konu ve görüş açılarını kullanmaya nasıl elverişli olduğunu gösterdim. Bu üç kısmın her birinin, bağımsız olarak okunabileceği gibi, toplu olarak da bir aile benzerliği ortaya koyacaklarına inanıyorum.

Tüm kitap boyunca, toplumsal özneler tarafından dikkat çekici bir ilgi duygusunun (yaşam biçimi kavramının belirttiği cinsden bir türdeşlik) dönüşlü olarak kullanılmış ve kullanılmakta olduğunu, bu yüzden, modern dönemde yaşam biçimlerinin etik ve estetik öneme sahip projeler olarak geliştiklerini savundum. Dördüncü ve son bölümde, insanların, bir anlamda kendilerini tasarımlamak için, yaşam biçimlerini nasıl kullandıklarını tartışarak, bu durumu daha dolaysız bir şekilde ele aldım.

Bu kitap modernizm kültürüyle, özellikle de kolektif kimliklerin değişen söylem ve tanımlarıyla –yani kendimizi başkalarına benzer ve onlardan farklı biçimde nasıl tanımladığımızla ilgili– daha geniş kapsamlı bir çalışmanın parçasıdır. Toplumsal bilimin politikasını, yani toplumsal yaşamla ilgili olarak kullanılan çeşitli kelimelerin, farklı özellikteki yetke ve kimlik türlerinin bir dışa vurumu olduğunu araştırmak, çeşitli biçimlerdeki kimliklerin dış hatlarını belirlemekten daha fazla ilgimi çekiyor. Bu vesile ile, Durham Üniversitesindeki bölümümün entelektüel kültürünü her zaman olduğu gibi bir kez daha takdirle anarken, özellikle Bilim Sosyolojisi ve Sosyal Politika araştırması gruplarındaki arkadaş ve meslektaşlarımın bana gösterdikleri yakın ilgi için derin şükranlarımı iletmek isterim. Arkadaşım ve meslektaşım Andy Bennett, Nick Ellison ve Dick Hobbs'un, çalışmalarımın sürdüğü dönem içerisinde yaptıkları çok yararlı önerilerle bana yardımcı olduklarını özellikle belirtmeden geçemeyeceğim...

Daha önceki kitaplarımla ilgili olarak editör Chris Rojek'e, verdiği cesaret ve güç için derin şükranlarımı sunmuştum. Bana bu kitapla ilgili ilk düşünceyi aşılayan da kendisidir ve daha sonra başka bir işe geçmiş olmasına rağmen, projemi cömertçe destekleyip, beni cesaretlendirmeye devam etmiştir. Ona ve projenin tamamlanmasına katkıları olan Mari Shullaw'a sonsuz teşekkürler.

I

Modern Bir Toplumsal Biçim

1
Yaşam Biçimi ve Toplumsal Yapı

YAŞAM BİÇİMLERİ EDİTÖRÜ: Manchester'de on beş günde bir çıkan ve şehir haberleri veren *City Life* magazin dergisi eleman arıyor... Başvuracak olanlar yeme-içme, müzik, kitap ve eğlence konularında geniş bir kültür ve ince bir zevkle birlikte, modaya karşı gözle görülür bir ilgiye sahip olmalıdırlar.
(25/9/1995 tarihli *Guardian*'dan bir ilan)

Yaşam biçimi son zamanlarda İngiliz dilinin en kötü kullanılan terimlerinden biri durumundadır. Toplum bilimciler, gazeteciler ve sıradan kişiler ilgi çeken hemen hemen her konuyla ilgili olarak, bu konu ister moda olsun, ister Zen Budizmi ya da Fransız mutfağı... bu terimi kullanmışlardır. 1970'ler gelmesi beklenen şeylerin habercisi olmuşsa, *yaşam biçimi* de yakında aynı anda her şeyi kapsamına alan, ama hiçbir anlam ifade etmeyen bir terim olacaktır.
(Sobel 1981, s. 1)

Yukardaki kehanet tam olarak gerçekleşmemiş olabilir, ama yaşam biçimleri konusunda bir kitaba başlarken, kitabın okuyucularına, bana göre yaşam biçimlerinin ne olduklarını söyleyebilmek şüphesiz ki zor bir şey. Çok kullanılan bir terim olsa da, yaşam biçimi gibi belirsiz bir

oluşumu tanımlamak yine de çeşitli sorunlar yaratacaktır. Size kendi yaşam biçimimi ya da yakından tanıdığım bir başkasınınkini anlatabilirim, ama örneklerin artması bizde nelerin yaşam biçimi olduğu, nelerin olmadığı hakkında değil, ancak sosyal yaşantının çeşitliliği konusunda bir fikir oluşturabilecektir. İşte bu yüzden, kitabın birinci kısmında temel olarak, yaşam biçimleri kavramını kullanmaya başladığımız bağlamlar üzerinde duracağım. Birinci bölümde, yaşam biçimlerini toplumsal yapı kavramları bağlamında tartışacağım ve ardından ikinci bölümde, yaşam biçimlerine tüketici kültürünün gelişmesine bağlı olmaları açısından bakacağım. Üçüncü bölüme geldiğimizde, yaşam biçimi kavramlarının hizmet ettiği amaçlar hakkında daha kesin konuşabilme olanağım olacak.

Konuya, yaşam biçimlerinin, benim modernizm olarak da adlandıracağım modern dünyanın özellikleri arasında olduğu varsayımı ile başlayacağım. Bunun anlamı, modern toplumlarda yaşayanların kendilerinin ya da başkalarının davranışlarını tanımlarken bir yaşam biçimi kavramından yararlanacaklarıdır. Yaşam biçimleri insanları birbirinden farklı kılan davranış kalıplarıdır. Karşılıklı günlük ilişkilerimizde, ne demek istediğimizi anlatmak zorunda olmadan bir yaşam biçimi kavramını kullanabiliriz; ancak sorgulanacak olursak, yaşam biçimlerinin akla getirdiği cinsten şeylerin ikircikli ve çok genel bir tanımının ötesine geçmeyi zor bulabiliriz. O halde yaşam biçimleri insanların neler yaptıklarını, niçin yaptıklarını ve bunu yapmanın kendileri ve başkaları için ne anlama geldiğini anlatmaya (haklı bulmaya değil, açıklamaya) yardımcı olur.

Bu durum, yaşam biçimlerinin herkesin yaşamına ilişkin bir şey olduğu anlamına gelmeyeceği gibi, bir yaşam biçimine sahip olduğunu ya da bir yaşam biçimi istediğini kabul etmeyecek (ve kendilerini "gerçek insanlar" olarak tanımlayabilecek) kişilerin de olabileceğini kolayca tahmin edebiliriz. Bununla birlikte, genel anlamda yaşam biçimi, zor ya da anlaşılmaz bir terminoloji olarak abartılmaksızın, günlük söylem içinde kullanılabilecek bir terimdir. O halde, yaşam biçimleri modern dünyanın günlük toplumsal yaşantısının bir parçasıdırlar ve eğer benim başlangıçta öne sürdüğüm varsayımın doğru olduğunu kabul edersek, işlevlerini, karşılıklı bir etkileşim içinde ve modern bir toplumda yaşamayanlar için anlaşılmaz olabilecek yollarla yerine getirirler.Yaşam biçimlerini niçin modernizmin özellikleri arasında saydığımı açıklamaya biraz zaman ayıracağım. Bunu yapmamın nedeni, daha sonraki bölümlerde üzerinde duracağımız yaşam biçimlerinin kuramsallaşması yönündeki gelişmeler için bunun temel bir ön koşul olmasıdır. Daha sıradan bir neden de, yaşam biçimi kavramlarının nasıl kullanıldıklarının açıkça anlaşılır ola-

bilmesi yönünde gösterilen çabalar konusunda daha özgül bir bağlam oluşturmama yardımcı olmasıdır.

Sosyal yaşamın belirleyici kalıpları genellikle kültür terimi ile özetlenir (kuşkusuz kültürün daha sanatsal anlamları da vardır, ama şimdi bu konuya girmek istemiyorum). Bu yüzden, kültür şöyle tanımlanagelmiştir: "Bir halkın yaşam biçiminin tamamı – o halkın adetleri, tutumları ve değerleri, onları bir toplum olarak bir arada tutan ortak anlayış" (Kephart 1982, s. 93). Bununla birlikte ben bu tanımın yaşam biçimi kavramının yanlış bir kullanımı olduğuna inanıyorum. Yaşam biçimleri kültürel yapılara bağlı olmakla birlikte, her biri bir biçim, bir tavır ve bir gruba ait bazı eşyaları, yerleri ve zamanları kullanış şeklidir. Ama o grubun toplumsal deneyimlerinin bütünü değildir. Yaşam biçimleri, özel bağlamlarda anlam kazanan uygulama ve davranış dizileridir. Bu biçimlerden, bir şeyler üretmekten çok, bir şeyleri kullanma yolları olarak söz etmeye dikkat ediyor olmama rağmen, kitabın sonuna geldiğimizde, bu ayrımı tersine çevirmek isteyeceğim. Bununla birlikte, bu ayrım en azından başlangıç olarak, konunun başlığını açıklığa kavuşturmakta yardımcı olmaktadır.

Modern toplumsal düzen, yüksek bir bireysel disiplinin varlığını öngören modern bir vatandaşlık anlayışı kadar, incelikle işlenmiş farklılık ve yaptırımlara sahip olan karmaşık mekanizmalara da gereksinir. Bu özelliklerin her ikisi de *yapılanmış* düzen anlamına gelir ve bunu iki şekilde yorumlamak olasıdır. Birincisi, kurallar ve bürokratik işlemler dışarda kişisel olmayan bir ilişkiler ağı oluştururlar; varlıklarını, kişisel koşullardan büyük ölçüde bağımsız işleyen bir çerçeve içinde sürdürürler. Bu yapının ikinci yönü, bürokratik yönetim dünyasının hem yönetenlerin, hem bizim dünyamız olmasıdır. Düzenlemeye yönelik hedef ve uygulamaları etkileyen kararlar alabilecek yetide olan kişiler (veya olan biteni izleyebilir görünenler) ya da başkalarının sahip olduğu gücün denetimi altında olduklarını hissedenler vardır.[1] Kuşkusuz, karmaşık toplumlarda toplumsal katmanlaşmayı ölçmek ve ayrıcalık kaynaklarını tanımlamak için çok çeşitli yollar varsa da, üst sınıf ya da elit sınıf kavramları sahip oldukları ayrıcalıkları zaman ve mekân içinde sürdürebilme yetisi olan kişileri anlatmak için kullanılmışlardır (örneğin bkz. Crompton 1993).

Sosyologlar sınıfı, daha çok, çelişki aracılığıyla olağandışı çözümler açısından kuramsal bir olasılık sunmasının yanında, onu yapısal düzenin mantığını oluşturan bir unsur olarak da gördükleri için vurgulama eğiliminde olmuşlar, ama ulusların kendilerine has koşulları içinde başka yapısal kimlikler üzerinde de durmuşlardır. Bunun en tipik örneği, modern toplumsal düzen içinde oluşmuş ayrıcalıkları sürdürmek ve açıklamak

için çeşitli dini ya da etnik kimlik modellerinin kullanılmış olmasıdır. Evrensel olarak ele alındığında ise, cinsiyete dayanan ve ataerkil ilişkiler olarak bilinen ayrımcılık yapıları (structures of discrimination) diğer baskı biçimleriyle birleşmekte ve onları güçlendirmektedir.[2] Bununla birlikte, ben burada daha çok, statünün tip ve biçimlerinin dilini belirleme biçemleriyle ilgilenmekteyim. Bunun büyük ölçüde nedeni, Weber'in (1966) ardından, sınıf ve ona karşı gelişen statü kavramları arasında, kaynakları üretme yollarından ziyade, kullanma yollarından kaynaklanan bir farklılık oluşmuş olmasıdır (bkz. Turner 1988). Statü diliyle anlatmak istediğim, modern toplumlarda yaşayan bireylerin, yapısal modele sahip sosyal ilgi gruplarının yaşam dünyalarıyla (life-worlds) ilgili özelliklerden söz eder ve bu özellikleri tanımlarken kullandıkları konuşma şekilleri ile bu söylemlerin grupların toplumsal düzen sağduyusu konusundaki anlayışlarını nasıl bilgilendirdiği, şekillendirdirdiği ve güdülendirdiğidir.

Toplumsal yapının dili her toplum biçiminde dönüşlü (refleksif) olarak oluşsa da, bu özellik modernizmin toplumsal değişimleri sırasında özellikle önem kazanır. Bunun sebebi, fiziksel ve toplumsal hareketliliğin hızlı olduğu dönemlerde, yerleşmiş farklılıkların yarattığı katılıklar giderek dayanılmaz hale gelirken, durmaksızın yeni farklılık biçimlerinin geliştirilmesi, bu yüzden başkalarının uygarlıklarına ait çeşitli modellere ilgimizi ve saygımızı (ya da tiksintimizi) belirten tavrımızın, yapılaşmış farkın (structured difference) hiyerarşik standardını oluşturmakta çok önemli hale gelmesidir. Toplumsal yapının dili üzerinde durmam, daha genel bir konu olan modernizmin toplumsal kimlik, fark (*difference*) ve ayrılıklarla (*distinctions*) ilgili yaygınlaşabilir nitelikteki ilgisinin dönüşlü özelliğine dikkat çekmektedir. Bayley, kendini beğenmişlik ve zevkin, "doğal" farklılıkların başarısızlığı karşısında tepki olarak oluşan, modernizmin birbirleriyle yakından ilişkili gelişmeleri olduğunu öne sürer: "Beğeni, törenleri çok katlı alışveriş merkezlerinde ve müzelerde kutlanan yeni bir dindir. Her iki kurumun da kökeni tam da popüler tüketimin patlamasına tanık olan tarihsel dönemde yatar" (1991, s. 209).

Burada dönüşlü kelimesi, bu toplumsal süreçlerin tanımlandıkları, yasallaştıkları ve karşılık buldukları aynı yollardan oluştukları anlamına gelmektedir. Bayley kendini beğenmişlik konusunda Furbank'tan alıntıyla şöyle der: "İnsan bir başkasını toplumsal olarak sınıflandırırken, aynı zamanda kendisini de sınıflandırmaktadır". Aynı kolaylıkla "insan bir başkasının beğenilerini eleştirirken, aynı zamanda kendisini de eleştirmektedir" (1991, s. 6) demiş olabilirdi. Bayley şöyle devam eder: "Kendini beğenmişlik ... en azından hapis sistemi kadar ürkütücü ve muhakkak ki

onu yaratan dönem kadar da tipiktir. Ortaya çıktığı yılı ... oldukça kesin olarak, tüketim kültürü kanunlarının yerleşmekte olduğu yıllar olarak kabul edebiliriz" (1991, s. 70). Bu, artık oldukça eskimiş olan panopticon benzetmesine (19. yüzyılın ortasında Jeremy Bentham tarafından tasarlanan ideal hapisane planı), modernizmin simgesel imajı olarak züppe (dandy) yaklaşımının da eklenmesi gerektiği şeklinde daha ileri spekülasyonları akla getiren bir öneridir.

Şimdi, modern dünyanın toplumsal sınıfları (tüm ulusal bağlamlarda) ayrıntılı biçimde tanımlanıp, kurumsallaştırılırlarken bile, sınıfları yaratan farklılıkların dışhatlarının bulanıklaştırıldığı ve abartıldığını ileri sürmek istiyorum (yaşam biçimini oluşturan tutumlar arasındaki farklılıkların altında hâlâ ne ölçüde toplumsal sınıf farklılıklarının yattığını anlatan çalışmalarla ilgili bir özet için bkz. DiMaggio 1994). İlgi alanları kesişen bu gruplar diğer "özdeksel" unsurlar kadar, –kendileri ve diğerleri tarafından– kültürel biçimlerinin özellikleri ve duyarlıklarıyla da tanımlanıyorlardı: "Birer sanat eseriymişcesine bilinçli olarak yaratılan yapay yaşam biçimlerinin varlığı, sınıfların benimsedikleri yaşam kalıplarında bir kaçınılmazlık kavramının eksikliğine işaret eder." (Bensman ve Vidich 1995, s. 239).[3]

Burada anlatmak istediğim şeyi, erken modernizm dönemindeki İngiliz toplumu ile modern İngiliz toplumu arasındaki değişiklikler hakkında yapılan iki araştırmayı anlatarak göstereceğim. Bunlardan birincisi, Thomas'ın, insanların kendilerini birlikte yaşadıkları hayvanlar ve bitkilerle olan ilişkilerinde nasıl gördükleri konusunda yaptığı bir çalışmadan alınmıştır. (1983). Bu ilişkiler 1500 yılından 1800 yılına kadar geçen üçyüzyıl boyunca bir değişim süreci içindeydiler. Değişimler, doğal dünyanın insanın kullanımı için var olan farklı bir yaratılış düzeni olduğu şeklindeki çarpıcı uzlaşma ile başlamıştı. İnsanın hayvanları kullanırken zalimce davrandığını düşünmek saçma ve modası geçmiş bir düşünce olarak kabul ediliyordu, çünkü insan, devamlı savaşmak, fethetmek ve denetlemek zorunda olduğu ve özünde saldırgan bir dünyada yaşamaktaydı. Dönemin sonlarına doğru önemli değişim eğilimleri görülmüştü. Yeni yaklaşımların tüm İngiliz toplumu içinde ne dereceye kadar yayıldığını tahmin etmek güçtü ama, etkin azınlıklar (influential minorities) arasında yeni bir yaklaşım sistemi yaygın olarak yerleşmişti. Bu sistem modernizmin politik olarak kurumsallaşması sırasında, giderek daha da güçlenmiş ve yayılmıştı.

Thomas bu değişimlerin özelliklerini dört başlık altında toplamaktadır. Birincisi köylü nüfustan şehirli nüfusa doğru bir yer değiştirmedir ve ciddi olarak gerçekleşmeye onsekizinci yüzyılda başlamış, geriye dönülmez şekilde kurumlaşması ise ondokuzuncu yüzyılı bulmuştur. Kısmen,

şehirlere yığılmanın yarattığı yeni nüfus yoğunluğu ve kısmen de buna ilişkin olarak ortaya çıkan toplumsal sorunlar yüzünden, kırsal bölgelerle ilgili abartılı bir duygusallık gelişmişti: "Yazınsal moda ile toplumsal etkenlerin birleşmesi sonucunda, acımasızca büyüyen şehirleşme olgusu ve giderek daha fazla insanın kırsal yaşama özlem duyuyor olması, gerçek bir gerilim yaratmıştı" (1983, s. 253). Konuyla yakından ilgili ikinci değişim süreci, açık arazilerle, ziraat yapılan araziler arasındaki farklılıklara karşı gösterilen tavırlarda göze çarpıyordu. Ekili araziler, klasik bir uygarlık gösterisi, insan toplumunun bütünlükten yoksun doğa üzerinde kurmayı başardığı düzenin simgesidir.

Onsekizinci yüzyılın sonlarında bu varsayımlar pitoresk estetik anlayışı ve daha genel olarak da romantizmin değerleri karşısında önemli ölçüde değişime uğramış ve doğal yaşam temel doğrulara ulaşabilmenin bir aracı haline gelmiştir. Bu durum daha sonra, hayvanlardan onların yok olmasına neden olacak biçimde yararlanılması ve doğanın yanlış kullanımı sonucunda alınan zevklerden, doğayı koruma sorumluluğuna doğru kayan davranışlar şeklindeki üçüncü tipik değişime yol açmıştır. İdeal anlamda bir doğa korumacılığına duyulan ilgi, yüzyılımızda "özel düzenlenmiş bahçelere, yeşil kuşaklara ve hayvanlar için doğal parklara kadar uzanmıştır." (1983, s. 287).

O halde, doğal dünyanın korunması yönünde değişen bu tutumların temeli, ilişkilerin etiği konusunda artan bir özbilince dayanır. Ufak bir azınlık dışında kalanlar için bu değişim, barbarlıktan aydınlanmaya basit bir geçiş değil, daha çok insan toplumsallığının sınırlarını yeniden gözden geçirmeyi gerektiren karmaşık bir süreçti. Dördüncü ve son özellikle bu durum açıkça ortaya koyulmaktadır. Bu özellik hayvanları yeme düşüncesini itici bulanların, ve daha genel şekliyle hayvanların insanları eğlendirmek için sömürülmelerini kabul etmeyenlerin sayısındaki artıştı. Özellikle, et yemekten duyulan rahatsızlık duygusu, etik ve estetik değerleri üstün tutan bir kültürel kimlik kavramının, bazıları için çekici hatta "doğal" bir seçenek haline geldiği yeni bir duyarlık anlayışının oluştuğunu gösteriyordu. Bu duyarlık anlayışının tartışmalı gücü bir anlık sosyal değişimle sınırlı kalmamış, "yeni duyarlık anlayışları ile insan toplumunun özdeksel temelleri arasında büyüyen bir çelişki" halinde ve Thomas'ın sözlerini bağladığı gibi:"modern uygarlık üzerine kurulduğu söylenebilecek anlaşmazlıklardan biri" olarak politik gücünü korumuştur (1983, s. 303).

Değişen yaklaşımlarla ilgili olarak özellikle bu çalışmadan alıntı yapmış olmamın nedeni, belirli gruplar arasında çevrelerindeki kültürel düzenle ilişkiye girmenin bir yolunun önem kazanmış olmasıdır. Bu, benim bir

duyarlık (sensibility) olarak söz ettiğim ilişki kurma yoludur. Duyarlık terimiyle kısmen, belirli oranda birleştirici bir modele sahip olan olaylara, hareketlere ve görüngülere tepki verebilme biçiminden söz ediyorum. Öyle ki, bir duyarlığı tanımlamak, yeni durumlara verilecek tepkileri önceden bilebilmek ya da açıklayabilmek olanağını sağlayacaktır. Aynı zamanda, bu karşılıkların ve seçeneklerin etik ve estetik anlamı olan şeylerle –bir kimlik duygusu için gerekli yaşam biçimleriyle– ilgilenenler tarafından özümsendiğini de anlatmak istiyorum. Bu duyarlık anlayışının günümüzdeki temsilcileri, tipik olarak, doğaya karşı daha geleneksel tutumları olanların barbarlıklarına karşılık kendi davranışlarından uygarlığa önem vermek şeklinde söz etmektedirler.

İtici bulunmaya başlanan geleneksel davranışlara verilen diğer örnekler arasında, özellikle, hayvanların insanları eğlendirmek için kavgaya tutuşturuldukları ve yenilikçiler tarafından son verilmeye çalışılan kanlı sporlar da bulunmaktaydı. (Malcolmson 1973). Bu gelenekleri itici bulan insanlar Spierenburg'un "ızdırap izlencesi" olarak adlandırdığı (1984, ayrıca bkz. Foucault 1977) uygulamalara da karşı çıkıyorlardı. Avrupa ülkelerinde vücut üzerinde uygulanan cezalar ve özellikle ölüm cezalarından ya uygarlık dışı bulunarak vazgeçildi ya da uygulamalar en azından konuyla ilgili kuruluşların duvarları ardına çekildi. Uygarlığın bu yeni duyarlığı diğer toplumsal farklılıklarla el ele gelişti. Onsekizinci yüzyılın ortası ile ondokuzuncu yüzyılın ortası arasında geçen yüz yıl, dış dünyanın zalimlikleri ile özel yaşam atmosferinin kısıtlanmış yumuşaklığı ve cinsiyetlere göre düzenlenmiş mekânı arasındaki ideal karşıtlık üzerinde giderek artan bir önemle durulduğu bir dönem oldu. (Davidoff ve Hall 1987). Bu evcil ideoloji içinde, yaşam biçiminin dış hatlarını ayrıntılı olarak tanımlayan bir duyarlılığın doğuşunu daha açık şekilde görmeye başlayabiliriz.

Daha önce, toplumsal değişimle ilgili iki çalışmadan bahsedeceğimi söylemiştim. İşte bu çalışmalardan ikincisi de, birincisinden biraz daha sonraki bir dönemle ilgilidir ve İngiliz orta sınıfından daha geniş bir kitleyi ele alır (Weber 1975). Yine de, William Weber'in modernleşmekte olan orta sınıf toplumları arasında gelişmeye başlayan beğeni gruplarıyla ilgili bu çalışması, benim sunmaya çalıştığım toplumsal yapı kavramlarının genişlemesini daha da geliştirecektir. Kitlesel eğlence endüstrilerinin kurulmasından önceki dönemde müzik konserleri ince ve karmaşık zevkleri olan bir Avrupa kültürü oluşturmuştu. Weber, konser ortamının Napolyon devrinin sonu ile, 1848 devrimleri arasındaki dönemde bütün şehirlerde sayısını ve önemini hızla artırdığını anlatır. Bu tarihten sonra konser ortamı seçkin bir toplumsal katmanın en önemli eğlence kaynak-

larından biri olarak, yirminci yüzyılın sonuna kadar sürecek bir kültürel biçim oluşturdu: "1830 ve 1848 yılları arasındaki çalkantılı olaylar, Batı'nın müzik tarihinde o zamana kadar hiç yaşanmamış özgür bir müzik ortamı getirdi" (1975, s. 7).

Bu dönemde, müzik konserlerinin sürdürülebilmesi için kamusal kurumlar oluşturulmuş olmakla birlikte, konser tipleri de çok çeşitli idi ve konumuzu ilgilendiren en az üç temel müzik stili vardı. Bunlar seçme parçaları öne çıkaran opera türü müzikler ile ihtiras ve heyecan verici duyguların gücünü dinleyiciye aktarmak için kullanılan ve virtüözlerin yeteneklerini ön plana çıkararak, uygun bir enstrümantal stille birleştirilmeye yatkın müzik türleriydi. Bunların karşısında, Haydn, Mozart, Beethoven ve Schubert'in eserleri üzerine kurulmuş, daha küçük çaptaki (konser sayısı ve katılan izleyici kitlesi açısından) Alman klasik biçemi vardı: "Alman klasik biçemi ile onun iki rakibi arasındaki çelişki yüzyılın birinci yarısında tüm müzik yaşamına yayılmıştı ... bu durum yüksek kültür biçemleri ile popüler kültür biçemleri arasında alışılmamış şiddette bir tartışmaya yol açmıştı" (Weber 1975, s. 19).

Bu yüzden, müzik konserlerinin izlenebilmesi için kurulan halka açık yeni kurumlar ve bunlarla ilgili toplumsal biçim ve ritüeller, yeni orta sınıfın ulusal kültür üzerindeki egemenliğini ve üstünlüğünü sergilese bile, Weber, toplumsal yaşamdaki müzik beğenisinin homojen bir olgu olmadığını öne sürüyordu. Üstelik, burjuvazi içindeki geleneksel meslekler ile daha yeni ve daha ticari kaynaklı olan zenginlikler arasında da çok büyük farklılıklar olduğunu savunmaktaydı. Toplumsal ilgi grupları müzik beğenileri aracılığıyla dışa vuruluyordu: "Belli başlı konser türlerine giden insanlar birbirinden ayrı beğenilere sahip topluluklar oluşturdular. Bu toplulukların aralarındaki fark ... beğenilerde ve yaşam biçimlerinde karşılaşılan büyük farklılıklardan kaynaklanmaktaydı" (1975, s. 22, kültürel toplumlardaki değişimin toplumsal organizasyonu konusunda ilginç ve tamamlayıcı bir çalışma için, ayrıca bkz. DiMaggio 1982a ve b).

Doğa ve hayvanlarla ilgili yeni değerler üretmekle uğraşanlar ve özel müzik biçemlerine olan "doğal" yakınlıkları ile ilgili duygularını anlatabilmek için yeni konser kurumlarından yararlananlar, yaptıkları seçimlerden söz ederken bunları yaşam biçimi seçimleri olarak adlandırmıyorlardı. Bu deyim çok daha sonraları kullanılmaya başlanacaktır. Bununla birlikte, bu seçimlerin modern toplumsal koşulların yeni özelliklerine –toplumun kentlileşmesi ve yeni kültürel biçimlerin ortaya çıkması gibi– göre yapıldığını ve şehirli-endüstriyel toplumdaki sınıf yapılarıyla kesişerek, onu güçlendirip karmaşıklaştıran kültürel ilgi gruplarına dikkat çektiklerini

görebilmek yararlı olacaktır. Kullandığım örneklerde tanımlanabilecek ve sonradan yaşam biçimine özgü olduğunu görebileceğimiz özellikler aracılığıyla yeni toplumsal kimlik biçimleri oluşturulmaya çalışılıyordu.

Yukarıdaki örneklerde yeni toplumsal kimlik biçimlerinin özellikleri olarak sözünü ettiğim noktaları bu aşamada kısaca tanımlayabiliriz: Birinci özellik, seçim kelimesini kullanmamla iletilmektedir. Belirtmiş olduğum gibi, yeni toplumsal grup üyelerinin bu tipik davranış biçimleri, değer yargıları ve beğenileri, kendileri tarafından önemli olarak nitelendiriliyordu. Gazete makalelerinin halka seslenen çağdaş söylemlerinde, dini söylemlerde, şiirlerde ve ahlak öğretileri sunan propaganda broşürlerinde yazarlar ahlaki ciddiyetin kültürel beğeniler içine nasıl işlemiş olduğuna dikkat çekmekteydiler. Kişisel beğenilerin, kişinin diğer kişiler tarafından yargılanabileceği sorumluluklar olduğu kabul ediliyordu. O halde beğeniler bir kimlik duygusunun bütünleyici ögeleriydi.

İkinci özellik, daha önce de söylediğim gibi, bu seçimlerin kültürel seçimler olmasıydı. Daha doğrusu, bu seçimler ya boş vakit uğraşları ya da tüketim etkinlikleri gibi yaşam alanları üzerinde odaklanıyorlardı. Bu noktanın doğurduğu sonuçlar daha ayrıntılı olarak gelecek bölümde tartışılacaktır. Şimdilik önemli olan, bu alanların kendilerinin de modernizmin belirgin nitelikleri olmalarıdır. Bunlar, eskiden yalnızca son derece ayrıcalıklı azınlıklara özgü oldukları kabul edilen özgürlüklerin önemli özelliklerini temsil etmektedirler. Üçüncü özellik, dışa vurulan değer yargıları ve beğenilerin, bunlar ne kadar kişisel olursa olsun, diğer sosyo-kültürel özelliklerle ilişkili özel kalıplara uymak zorunda olmasıydı. Ben ilgi gruplarının paylaştığı bu kalıplardan duyarlıklar olarak söz etmekteyim. Bunlara seçilmiş ilgi alanları demek de olanaklıdır. Bu kalıplar, kullanıcıları açısından, onların yaşam dünyaları ile uyumlu gibi gözükürler ve bu dünyanın diğer özelliklerinin bir anlam oluşturmasına yardımcı olurlar. Yaşam biçimlerine sorunsuz bir düzen duygusu veren şey, işte bu tanımlanması zor "doğal" işbirliğidir.

Yaşam biçimlerinin çeşitliliğini özetleyebilmek için Sobel'den çok farklı bir yol izlediysem de, artık onun, yaşam biçimlerinin "farklı, dolayısıyla dikkat çekici herhangi bir yaşama modeli" (1981, s. 3) olduğunu öne süren tanımını uzlaşmaya açık olarak nitelendirilebilirim. Bu tanıma, modelin genellikle belirli sayıda bir grup insan tarafından paylaşıldığını, aksi halde bu yaklaşımın bireysellik ya da egzantriklik ile karıştırılabileceğini ekleyeceğim. Ayrıca Sobel'in, yaşama biçiminin öncelikle "tanımlayıcı" davranışlardan[4] oluştuğu konusundaki vurgusunu kabul ettiğimi de belirtmek isterdim. Sobel sözlerine, Amerika Birleşik Devletleri'nin tari-

hinde bu tanımlayıcı davranışların tüketim ile ilgili mal ve hizmetler üzerinde odaklandığını öne sürerek devam eder. Bu yaklaşım, yaşam biçimlerinin modernizme karşı işlevsel tepkiler olarak da kabul edilebileceği görüşünü doğurur. Bir başka deyişle, yaşam biçimleri varoşların kuralsız dünyalarında bütünleşme sağlayabilecek yeni olanaklar ve günlük yaşamın laikleştirilmesi ile bunun sonucunda yaşanan anlam kaybına karşı geliştirilen tepkilerdir. Bu işlevsel yaklaşımların her ikisi de modernizmdeki kültürel değişimleri açıklamak üzere yaygın olarak kullanılmıştır ve kitap boyunca sık sık karşımıza çıkacaktır.

O halde, yaşam biçimlerinin, davranış kalıpları ve farklı bir sosyal gruplaşma gibi bazı özellikler halinde, modernizmin sosyal düzeni içinde kök saldığını görmeye başlayabiliriz. Yaşam biçimleri, kitle toplumunda ortaya çıkan sosyal belirsizlikler üzerinde bir çeşit düzenli denetim görevi yapan bir beklentiler dizisi olarak işlev görürler. Bireyler tarafından öyle yaşanmış bile olsalar, şüphesiz ki, bu beklentiler mutlak ve zorunlu değil, ancak sınıfsal olarak oluşan farklılığın genel hatlarını ortaya çıkaran yaşam biçimi kalıplarıdır (örnek olarak bkz. boş vakitlerle ilgili yaşam biçimleri ve sınıflandırılmış dezavantajların çeşitli şekilleri konusunda, Henry 1994, s. 3).

Tam olarak anlatmaya çalıştığım bu özellikler yüzünden, yaşam biçimleri aslında onları uygulayanların kategorileridir. Bu, yüksek düzeyde kuramsal özelliklere sahip oldukları anlamına gelmez, aksine insanların yaşam biçimi terimini günlük yaşamda kimlik ve ilişkilerle ilgili daha geniş ve karmaşık anlamları tanımlamak amacıyla kullandıklarını anlatır. Yaşam biçimi, günlük yaşamın pratik kelimelerden oluşmuş dağarcığının bir parçasıdır: "Yaşam biçimleri yapay yaratılar ya da benimseyişlerdir. Yaşam biçiminin sahibi de, onu kendi iradesi ile üstlenebileceğinin veya dışlayabileceğinin farkındadır, bu yüzden uygulamada bir miktar kendisine yönelik alaycı ve eleştirel bir tutum sergileyebilir" (Bensman ve Vidich 1995, s. 239).[5] Özet olarak, yaşam biçimleri yoruma açık kaynaklardır –kitlesel toplum politikasında yine de önemli bir yeri olan, ama kaçınılmaz olarak yaklaşık ve yerel bilgi şekilleridir.[6]

Notlar

1) Kafka, vatandaşın, üzerinde hiçbir denetime sahip olmadığı bürokratik gücün işleyişi karşısında duyduğu çaresizlik hissini romanlarında çok net bir biçimde canlandırabilmiş bir modernizm dönemi şairidir.

2) Burada yapı kelimesini genel olarak Giddens'ın yapısallaşma kuramı anlamında –yani kısıtladığı kadar güçlü de kılabilen kaynakları ifade etmek için kullanıyorum (Giddens, 1993).

3) Her ne kadar Zablocki ve Kanter (1976) –biri daha geleneksel olarak sınıflandırmaya dayanan, diğeri ise belirli grupların geleneksel değerleri dışlamasıyla gelişen– iki çeşit yaşam biçimi olduğunu öne sürmüşlerse de, kısmi bir fırsat eşitliği altında uygulanabilecek seçim farklılıklarına da dikkat çekmişlerdir.

4) Zablocki ve Kanter benzer şekilde yaşam biçiminin şöyle tanımlanabileceğini savunmuşlardır: "Uygulayıcıların harcanabilir gelirlerinin dağılımını hesaplamada birbirlerine benzeme ve diğerlerinden farklılık gösterme oranı ve bu dağılımların altında yatan dürtüler" (1976, s. 270).

5) Ayrıca bkz. Bocock: Modern tüketimciler fiziken pasif olsalar da kafaca çok meşguldurler. Tüketim, biyolojik gereksinimlerin giderilme süreci olarak değil, her zamankinden çok, zihinde halledilmesi gereken bir beyin ve kafa meselesi olarak görülmelidir" (1993, s. 51).

6) Yerel bilgi deyimini kültürel ve coğrafi bölgelerde paylaşılan yaşam tarzlarını anlatmak amacıyla kullanıyorum –kitabın üçüncü kısmında daha ayrıntılı olarak geliştireceğim bir kullanım şekli.

2
Tüketici Kültürü

Birinci bölümde, yaşam biçimlerinin, modernliğe özgü bir statü gruplaşması şekli olduğunu savundum. Bu tür bir birlikteliğin modernizm olarak nitelendirilmesinin nedeni, kısmen, gruba üye olmakla kazanılan statünün yalnızca paylaşılan mesleklerden, hatta ortak olarak yararlanılabilecek ayrıcalıklardan değil, asıl bu ayrıcalık ve olanakların kullanılış şekillerinden kaynaklanmasıdır. Bu yüzden, yaşam biçimlerinin genel olarak tüketimle ilgili toplumsal düzenlemelere dayandığı varsayılmaktadır ve ben de, klasik olarak sınıf yapılarının temeli kabul edilen üretimle ilgili sosyal düzenlemelere değil, konuyla ilgili norm oluşturan bakış açılarına ağırlık vereceğim.

Bu kitapta tüketim en geniş anlamında, yani insanların para kazanmak için neler "yapıyor" olabileceklerinden çok (ya da buna ek olarak) insanların özelliklerini sıralarken ya da onları tanımlarken kullanabileceğimiz her türlü sosyal etkinlik anlamında kullanılmaktadır. Bununla birlikte, çalışma yaşamının etkinlikleri ile çalışma yaşamı dışındaki etkinlikler arasında net bir ayrım yapmanın güçlüğünden ötürü bu durum bile sorgulanabilir niteliktedir. Üretici statünün toplumsal kimliğin temeli

olarak görülmesi düşüncesinden uzaklaşılmasının sebebi biraz da, giderek artan sayıda insanın kendi çalışma biçemini seçmesi ve bunun kendi yaşam biçimi değerleriyle uyumlu olacak şekilde düzenlenmesini sağlamasıdır (örneğin bkz. Olszewska ve Roberts 1989). Tüketimin çapının, üretimin sosyal yapısınınkinden daha geniş olduğuna da dikkatinizi çekmeliyim. Her şeyin ötesinde tüketim gençler, yaşlılar, işsizler gibi çalışmayan herkesi ve en önemlisi modern ekonomilerde ekonomik üretici olmalan tipik olarak beklenmeyen kadınları da kapsamına almaktadır.

O halde, burada algılandığı şekliyle tüketim, kaçınılmaz olarak, zamanın bireysel olarak anlamlı bir şekilde denetlenip kullanılması konusunda yeni beklentiler şeklinde tanımlayacağım boş zamanları değerlendirme ile ilgili toplumsal kalıpları da içine almaktadır. Bocock ısrarla "tüketim toplumsal olarak oluşturulan, tarihsel bir değişim sürecidir" (1993, s. 45) derken haklıdır. Tüketimin hem sosyal yaşam, hem de kültürel değerler için önemli bir odak noktası haline geldiği (ya da gelmekte olduğu) şeklindeki yaklaşım daha genel bir tüketim kültürü düşüncesinin temelini oluşturmaktadır. Bu bölümde tüketici kültürünün ve boş zamanları değerlendirme ekonomisinin modernizm ve toplumsal ilgiler için temel olarak kabul edilen önemi ile yaşam biçimlerinin toplumsal ilişkileri üzerinde duracağız. Bocock, kitlesel tüketim dönemi –bunu 1950'lerden sonraki yıllar olarak belirlemiştir– ile onu izleyen gelişmeler arasında bir ayrım yapmakta da haklı olmakla birlikte, ben bu bölümde tüketimciliğin gelişiminde önemli olan ögelerin kitlesel tüketici kültürünün özelliklerini açıklamakta yardımcı olduğunu ileri süreceğim.

Modernizm döneminin başlarındaki Avrupa'da toplumsal değişimler açıkça görülebileceği gibi, uluslararası pazarların gelişmesi, lüks eşya ve sanat eserleri ticaretindeki artış ve feodal bir toplum yapısının yerini alan yeni şehirli toplumsal sınıfların büyümesi gibi, aynı anda meydana gelen birkaç gelişmeye dayanıyor ve kendini onlar aracılığıyla gösteriyordu (örneğin bkz. Schama 1987, özellikle 2. Kısım). Bu değişimler yeni üretim modellerini harekete geçirmiş ve tüm kıtada egemen olan din kültürünün yeni devlet ekonomilerine dönüşme sürecinin ayrılmaz bir parçası olmuşlardı. Bu durum aynı zamanda günün modasına uygun şık malları, ev eşyalarını ve yeni araştırmalarla yeni tartışma konularını olumlu bir yaklaşımla değerlendiren yeni tutumlardan da etkilenmekteydi (Mukerji 1983; Weatherhill 1988). Tüketim kültürünün bir başka boyutu olan doymak bilmez hayal gücünün büyümesini de bu tutumlar kapsamında görebiliriz. Bununla birlikte, bu hayal gücünün başarı ve popülaritesinin daha da çok artması modanın pazarlanmasına yönelik

olarak gelişen şehir kültürünün yerleşmesine bağlıydı (McKendrick ve diğerleri, 1983; Brewer ve Porter 1992).

McKendrick "düşünce ve davranışlarda, varlık ve yaşam standartlarında, ticaret ve reklamcılık tekniklerinde, hatta bazen kanunların kendisinde, gereksinim duyulan değişikliklerle ilgili olarak" (1983, s. 2) karşılaşılan engelleri aşma sürecinde, onsekizinci yüzyıl İngiltere'sinin, bir tüketim toplumunun doğuşuna ve bir tüketici devriminin başlatılmasına tanık olduğunu yazar. İngiltere'nin bu devrim için bir örnek oluşturmasının nedeni sorulacak olursa, McKendrick'in cevabı çağdaş toplumsal yapının göreceli olarak kısıtlı bir biçimde yayılması olacaktır. Tüketim mallarının yeni üreticileri başlangıçta elit sınıfı hedeflemekteydi ve popüler modanın yaratılması için bu kitlenin desteği gerekli idi. Ama daha sonra, bu malların çoğaltılarak ortalama tüketiciye ulaştırılması ve pazarlanması yolu ile çok büyük kârlar elde edilir oldu. Bu süreç içinde diğer etkenlerle birlikte, kast toplumunun savurganlığı önleme kanunlarının tutucu özelliği aracılığıyla da sürdürülen görünüş ve yaşam dünyasındaki katı farklılıklar eski netliklerini kaybettiler. Moda, reklamcılık ve diğer pazarlama tekniklerinin ticarileştirilmesi ortalama tüketici gruplarının oluşturulması sürecinde çok önemli roller oynadılar.

Bu yüzden, McKendrick kitabında, yeni sergileme metotlarından, modanın yapay bir demodelik kavramı aracılığıyla yönlendirilmesinden, yeni satış ortamları ve satış araçlarının gelişmesinden ve "toplumsal rekabetin ustaca kullanımıyla insanların eskiden 'gereksinim'lerini satın alırlarken, daha sonra 'kalite ve beğeni' satın almaya, 'kalite ve beğeni' satın alırlarken, şimdi nasıl 'lüks' peşinde koşmaya" başladıklarından söz eder (1983, s. 98). Eskinin ayrıcalıklı elitlerinin en önemli lüksü, yeni orta sınıfın artık kendileri için de uygun olduğunu düşünmeye başladığı, boş zamanlar ve boş zamanları dolduran eğlencelerden alınan zevklerdi.[1] Modernizmin ilk dönemlerinin Avrupa'sında görülen halk temsilleri ve şenlikler (bkz. Burke 1978) yavaş yavaş yerlerini ticari olarak desteklenen tiyatro, müzik, dans, spor, vs.'ye bıraktı. Bu arada, dikkat çeken şeylerden biri de tatil şehirlerinin ve onsekizinci yüzyılın İngiltere'si'ndeki kaplıcalar gibi turistik yerlerin gelişmesiyle: "Onsekizinci yüzyılın başlarında, kültür ve sporun elit sınıfa has özel etkinlikler olmaktan yavaş yavaş uzaklaşarak, giderek halka açık etkinlikler olmaya başlaması" idi (Plumb, McKendrick ve diğerleri, 1983, s. 284); bu olgu ondokuzuncu yüzyılda da gelişmeye devam eden bir boşvakitleri ticarileştirme süreciydi. Öyle sanıyorum ki, tüketici reklamlarında evle ilgili konular üzerinde durulmaya başlanmasına, Plumb'ın ana-babaların yeni uğraşları ve yeni

bir lüks ya da vakit geçirme konusu olarak çocukların ticarileştirilmesini ve bu durumun gelişmekte olan tüketici kültürünün vazgeçilmez bir unsuru olduğunu ele almış olması önemli bir örnek oluşturabilir.[2]

Onsekizinci yüzyılın gelişmekte olan kamusal alana egemen rasyonalist yaklaşımının politika, ticaret ve kültür söylemine odaklandığını belirtmek alışılmış bir durumdur. Bunun sonucu olarak, bu söylemin başlangıçtan beri denetimsiz olan ticaret ruhunun gürültücü bayağılığına ne ölçüde bağlı olduğu gözden kaçmaktadır. Modernizasyonun dinamizmi üzerinde yeniden düşünmek, modernizmin her şeyden önce "Kadercilliğin egemen olduğu orta çağ ya da modernizm başlangıcındaki Avrupa ile yayılan bilgi ve bilim, keşfedilmeye açık doğa ve akılcı araştırmalardan oluşan bir dünyanın yer değiştirmesi" (Plumb, McKendrick ve diğerleri, 1983, s. 333) anlamına geldiğini vurgulayan bir görüşten, hazcılığa ve bireysel bir anlamlılık arayışı içeren bir görüşe doğru uzaklaşmayı da içine alır. Bu durumda, Campbell'in (1987) tüketici kültürünün ivmelendirici gücü konusundaki yaklaşımı içinde romantizmin rolü, ütopik bir çabaya duyulan gereksinimi ortaya çıkarır. Modern tüketimcilikteki hazcılığın, pazarın olanaklı kıldığı kışkırtıcı ilgi odaklarının bitmez tükenmez yeniliklerinde, zevk ve anlamın birbirlerine bağımlılığını keşfetmek anlamında bir arayış olarak algılanması gerektiği öne sürülür. Modernizmin mantığı, modanın akla aykırı bir sömürü olmayıp, tamamen dünyevi bir kültürde, fark edilebilmek için sürdürülen varoluşçu bir arayış olduğu şeklindedir.[3]

Tüketimciliğin, modernizmin sosyal gelişmesi için çok önemli olduğunu göstermeye çalıştım. Bununla birlikte, tüketici kültürünün daha yeni bir buluş olduğu ortadadır. Tüketici kültürü düşüncesinin gücü kitlesel pazarlama ve onunla ilişkili kitlesel reklamcılığa dayanmaktadır. Bu yüzyılda yaşam biçimleri kavramının nasıl kullanıldığına doğrudan bakmadan önce, kitlesel pazarlamanın kurumsallaşması ile ilgili çalışmalardan seçilecek bazı başlıklara, biraz daha ayrıntılı bir şekilde eğilmemiz uygun olacaktır. Tüketimcilik tarihiyle ilgili literatürün daha geniş bir bölümünün ondokuzuncu yüzyılın son çeyreğini ve yirminci yüzyılın ilk onyıllarını kapsıyor olması şaşırtıcı değildir. Bunun nedeni, tam bir tüketici kültürü için ön koşul olan, standardize edilmiş malların fark gözetmeden tüm ulusal pazarlara ulaşabilmesinin bu dönemde yaygınlaşmış olmasıdır (Fraser 1981; Strasser 1989). O halde yirminci yüzyıldaki kitle toplumlarının temel kültürel temaları –özellikle sıradan insanların kaynakların bir biçem yakalayabilme çabasıyla kullanılması konusundaki istekliliği– bu dönemde ortaya çıkmıştır.[4]

Bu temel kültürel temalar arasında "doğal" düzenin dönüşümü de bulunmaktadır. Yukarıda tüketici pazarının onsekizinci yüzyılda yerleşik statü farklılıklarının yerine geçmek zorunda kaldığına, dolayısıyla toplumsal farklılıkları azalttığına dikkat çekmiştim. Ondokuzuncu yüzyılın sonunda kitlesel pazarlama, bu süreci bütünleyerek yoğunlaştırmış ve malların alınabileceği artbölgeyi "daraltmıştı". Hızlı ve verimli demiryolu ağlarının gelişmesi ile birlikte deniz ve karayolu ulaşımındaki ilerlemeler, yalnızca uzak yerlerin metropol pazarlarına taşınabilmesi değil, aynı zamanda bu pazarların ulusal ve uluslararası yollarla, zaman, mekân uzaklığı ve doğanın sınırlarını aşarak mal elde edebilmesi anlamına da geliyordu.

Bu konu bizi, bu kültürün etkileyici bir sergileme yoluyla sahnelenmesi sonucunda artan yapaylığını vurgulamaya yöneltiyor. Tüketici toplumunun "pazarı" küçük perakendecilerin somut pazarlarının ötesine geçen soyut bir oluşumdur. Bireyler arasındaki pazarların fiziksel olarak sınırlı alanları ve bu sınırlara eşlik eden toplumsal etkileşim modernizme geçiş sürecinde dönüştürülür (Slater 1993). Bu yeni pazarlar geniş bir arazi ile sayısız alanı birleştirecek bir potansiyel olarak (başlangıçtan beri, uzatılmış ödeme planları ile zenginleştirilmiş olan ve kısa süre önce, "plastik para" ve diğer kredi işlem çeşitlerinin ortaya çıkması ile geliştirilen bir soyutlama süreci) varlıklarını sürdürmektedirler.

Tüketici tutkularının soyut potansiyeli, şehir merkezlerinin abartılı eğlence yerleri olarak –onsekizinci yüzyılın zevk bahçeleri fantezisinin daha ince işlenmiş, karmaşık bir hayal dünyası şeklinde yeniden canlandırılmasıyla biçim bulmuştu. (Barth 1980). Elektrik lambalarının ve toplu ulaşım sistemlerinin kullanılmaya başlaması, gece ve gündüzün alışılmış sınırlarının aşılabileceği anlamına gelmekteydi (Schivelbusch 1988). Bu şekilde cezbedilen müşteri kalabalığı, yeni ve çeşitli yemek ortamları, pırıltılı lüks bar ve salonlar, muhteşem tiyatrolar, kısa bir süre içinde rüya sarayları olarak anılmaya başlayacak ilk sinemalarla eğlendiriliyor, kamu alanları aynalı camdan pencereler, elektrik ışıkları, çelik ve tuğla konstrüksiyonlar ve mimari izlence sanatının tüm kaynakları kullanılarak bu sürece dahil ediliyordu (Bronner 1989; Williams 1982).[5]

Bütün bunların ötesinde, tüketici kültürünün yeni dönemi, her şeyin birlikte bulunabildiği büyük mağazaların (department stores) önem kazanması ile başlamış ve kurumsallaşmıştır (Chaney 1983; Laermans 1993; Lancaster 1994). Sonsuz bollukta tüketici malına sahip bu yerler insanların doyum bulabilmesi için çeşitli özgürlükler ve yeni şanslar sunuyordu. Alışveriş, gereksinimlerin karşılanması için gerekli bir olgu ya da yeni kazançlar için bireysel bir pazarlık konusu olmaktan başka bir şekle

dönüşmüştü. Alışverişçiler, ütopik vitrinlerin soğuk kişiliksizliği içinde, canlarının çektiği gibi gezinmek, bireysel zevklerini arayıp bulmak ve bireysel çizgilerini oluşturmakta tamamen özgürlerdi (Rob Shields'in bir dizi denemesine verdiği ad gibi, "yaşam biçimi alışverişi" olanaklı ve standart hale gelmekteydi.) Buna karşılık, şehirli kitleler için yeni olanaklar yaratan büyük mağazalar, yeni toplumsal disiplinlere de gerek duyuyordu. Self-servis otomobil servis istasyonlarının, yaklaşık yüzyıl sonra, müşterinin yeni sorumluluklar üstlenerek karşılıklı anlayış yaklaşımını benimsemesini beklemesi gibi, büyük mağazalar da kalabalık disiplini ve saygılı bir karşılıklı aldırışsızlığın yeni biçimlerini temsil ediyorlardı.

Ortalama müşteriye, dünya pazarının mallarını iyice araştırabilmek için yeni olanaklar sunan –şahşen ya da posta aracılığıyla– büyük mağazaların, metropollerin şekil değiştirmesinde gözle görülür, önemli bir etken olduğunu belirtmiştim (herkese eşit katılım olanağı için verilen söz, hiç şüphesiz yeni perakendecilik anlayışında da geçerliydi, ama bu, kaynaklarda daha önceden var olan eşitsizlikleri hiçbir şekilde azaltmıyordu). Daha genel bir anlatımla dükkanlar da, emperyalist hayal gücünün fantezileri aracılığıyla, modernizm dışındaki dünyanın kullanımına hazır hale getirildiği büyük şehir kendini beğenmişliğinin bir parçasını oluşturuyorlardı. Birkaç yazar, 1850 ile 1950 yılları arasındaki yüzyıl içinde Avrupa'nın bütün başkentleri ile Avrupa ve Kuzey Amerika'nın diğer birçok şehrinde, tüketimcilik ideolojisinin politik, kültürel ve tejknolojik alanlara uzanmasını sağlayan bir dizi sergi ve fuar açılıp, yüzyıl kutlamaları, gösteriler vs.'nin yapılmış olduğuna işaret etmektedirler (de Cauter 1993; Greenhalgh 1988; Ley and Olds 1988) Bu karnavallar kısmen bölgesel kültür, ürün ve girişimlerin gelişmesine yardımcı olmuş olmakla birlikte, aynı zamanda medeniyetin doğal yararlarının şehirli yaşam kitlelerinin yeni yaşam biçimleri ile tamamlanabilecekleri, daha geniş ve emperyalist bir gündemin de parçası olmuşlardı (Pred 1994).

Buraya kadar, yeni toplumsal yaşam biçimlerinin, tüketimciliğin bazı kültürel anlatıları ile nasıl renklendirilebileceklerini göstermeye çalıştım. Bunları kısaca şu başlıklar altında özetleyebilirim: Fantezi, aşırılık, gösteri ve vatandaşlık. İlk üç başlığın, şimdiye kadar anlatılanlara dayanarak kendi kendilerini açıklayabileceklerini ümid ederken, sonuncunun biraz daha karmaşık anlamlı bir terim olduğunu sanıyorum. Yine de bu terimi kullanmamın nedeni, kitlesel pazarlamanın, diğer kitle demokrasisi biçimlerinde de olduğu gibi, eşit katılım ve hatta ulusal kültürün zaferi gibi aldatmacalarını, sistemin asıl gücüne pek de değinmeden, bu terimden daha iyi özetleyebilen bir başka yol bulamamış olmamdır. Bu

anlatım biçimleri birleşerek, kitlesel pazarlamanın yukarıda adlandırdığım şekliyle, yapaylığının hacmini genişletir ve geliştirirler. Böyle yaparken, çeşitli eleştirel kuramlar kolaylıkla bu anlatım biçimlerinin yerini alabilirler. Bunlar, tüketimciliğin, hakiki olmayan gereksinimleri, doyum hissi aldatmacalarını ve hakiki olmayan değerlerin sürdürülmesini kışkırttığını vurgulayan kuramlardır (Bu eleştirinin Marksist geleneklere dayanan güçlü bir versiyonu için bkz Haug 1986; aynı zamanda bkz. Cross 1993).

Sanırım, tüketimciliğin "hakiki olmayan" arzu ya da gereksinimler yarattığı öne sürülerek ahlaki yönden eleştirilmesi (Bocock'un (1993) arzunun uyarılmasının doğasında var olduğunu düşündüğü yabancılaşma) yersizdir, çünkü bu tür eleştiri, dünyada var olmanın ilk ya da temel şeklinin süsleme ve sergileme sanatından kaçınan bir yol olduğunu varsaymaktadır. Ayrıca, tüketimciliğin toplumsal değişimleri konusunda kaçınılmaz ve çok daha geniş çapta kültürel bir belirsizlik olduğunu da anlıyorum (Bronner 1989; Fox ve Jackson Lears 1983; Horowitz 1985). Tüketimciliğin ima ettiği şeylerdeki etik ve estetik belirsizliğin varlığını, en iyi şekilde gösterebilmek için, yaşam biçimlerinin normatif duyarlıklar sergilerlerken tüketimcilik değerlerine tamamen zıt tepkiler dile getireceklerini vurgulamaya çalıştım. Bu, kitlesel reklamcılığın toplumsal sonuçlarıyla ilgili, hem entelektüel, hem de popüler genel bir hoşnutsuzluğa neden olduğu açıkça görülen, bir yaklaşım belirsizliğidir. (Ewen, 1976; Ewen ve Ewen 1982; Marchand 1985). Bir kültürel biçimin geçerliliği üzerinde kısa bir değerlendirme ile, karmaşık bir tarih özetlenemezse de, şurası açıktır ki, tüketici kültürünün bir ögesi olan toplu pazarlamacılığın gösterişli biçimleri olmadan kitlesel reklamcılığın kurumsallaştırılması da mümkün olamazdı (Schudson 1993).

Öyle sanıyorum ki, tüketimcilikle ilgili eleştirilerin itici gücü, rasyonel olmayan kandırılma yolları karşısında kadınların özellikle zayıf olduklarından korku duyan babacan bir ahlak yaklaşımından kaynaklanıyor. Kadınların tüketim kültürünün öncelikli müşterileri olduğu şeklindeki varsayım son yıllarda önemini yitirmiş olsa da, bu varsayımın özü, geleneksel olarak üretim ve tüketim arasındaki farklılıklara dayanmaktadır. Daha önce kısaca bahsettiğim kamusal ve özel alanların kurumsallaşmasıyla, kamusal alan denildiği zaman daha çok iş dünyası ve erkekleri ilgilendiren, organizasyonla ilgili toplumsal konular anlaşılır olmuştu. Buna karşılık özel alan evde, aile ilişkilerinde ve ailenin kadınları ilgilendiren yaşam biçimi ve aile üyelerine hizmet konuları üzerinde odaklanıyordu. (Hall 1992). Bu dünyalar arasındaki farklılık fiziksel olarak ev ve iş arasındaki farklılıklarda gözlemleniyor, bu farklılık şehir dışında yerleşim

şeklinin gelişmesiyle daha da netleşiyor ve açıkça iş ortamı ile yaşam ortamı arasında ayırıcı bir bölme haline geliyordu. Şehir dışı yerleşimle ilgili gelişmelere burada ayrıntılı bir şekilde değinilmesi olanaklı değilse de (Fishman 1987; Jackson 1985), bu yerleşim şekli tüketici kültürünün gelişmesi açısından iki yönden önemlidir.

Bunlardan birincisine, şehir merkezlerinin etkileyici sergileme ve eğlence merkezleri olarak gelişmesi konusunda söylediklerim içinde işaret ettim. Bu eğlence merkezleri ve onların uydu kentler ya da taşra şehirleri içindeki küçük yansımaları şehir dışı yerleşim bölgelerinin sıradan insanlarıyla çevrelenmekte ve onlar için bir odak noktası oluşturmaktaydılar. Şehir dışından gelenler için bir gösteri alanı rolünü oynayan şehir merkezi, halka açık yeni bir ortam oluşturmakta ve saygıdeğer kadınlar için giderek artan bir önem kazanmaktaydı. Özellikle, büyük mağazalar kadın müşterilerine bağımlıydı ve gittikçe daha çok kadın çalışanla doldurulmaktaydı. Diğer taraftan, duygusal ve finansal yatırımlar açısından, şehir dışında konumlanmış evlerin aile yaşamının merkezi olarak artan önemi fark edilmişti. Şehir dışında evi olanlar da, modanın başdöndürücü isteklerini karşılayabilmek için ucuz mobilya ve giyim eşyası çeşitlerinin bulunabileceği dükkan ve mağazaların kendilerine sağlayacağı olanaklara gereksinim duymaktaydılar. Boş zamanlar giderek artan bir şekilde temeli ev olan etkinlikler üzerinde odaklandıkça, tüketim mallarına olan gereksinim de yeniden canlanıyor, giysi ve araç gereçle ilgili daha çok fırsat doğuyordu (Yirminci yüzyılın ilk yarısında İngiliz orta-sınıf yaşam biçimi için, bkz. Jackson 1991).

O halde, banliyölerin dişi karakteri ile tüketimcilikte dişiye verilen önem arasında karşılıklı bir yarar ilişkisi bulunmaktaydı. Bu, tüketici kültürünün gelişmesinin ikinci bir yönünde de görülebilen, bütünleyici nitelikte bir karşılıklı bağımlılıktı. Burada, yukarıda ortaya attığım vatandaşlık kavramı gündeme geliyor. Kitlesel tüketimciliğin vatandaşları için en mükemmel fiziksel biçim banliyö tipi yerleşimdir. Aslında, birbirinden ayırt edilemeyen, sıradan görünüşlü banliyö evleri insanı bunaltacak kadar standartlara uygun olmakla birlikte, şehirdeki halk tipi blokların kitlesel özelliğinden yoksundurlar. Tek başlarına müstakil ya da yarımüstakil olabilen bu evler, farklılaşma peşinde koşarken, bir yandan özel yatırımcılığı özendirmekte diğer yandan birbirleri arasındaki sınırların izinsiz olarak aşılamayacağını da garantilemektedirler (Bell 1958). Tüketiciye yönelik etkileyici eğlence alanlarına buralardan kolaylıkla ulaşılabilmesi, demokratik katılım vaadini yerine getirmekte, aynı zamanda, şehirdeki yerleşim yoğunluğunun tehlikelerine karşın şehir dışı

evin özel yaşamı koruyabildiği yönünde ortaya atılmış bir dizi miti de desteklemektedir.

Yaşam biçimi ile ilgili düşüncelerimizin tüketici kültürü kapsamında gelişmesi ve hatta diyebilirim ki, buna bağımlı olmasının yarattığı sonuçlara dikkat çekmeye çalıştım. Bununla birlikte bu yakın ilişki, yaşam biçimi uygulamalarında hiç çeşitlilik olmadığı anlamına gelmemektedir. Daha önce tüketici pazarlarının çoğu kez, öncelikle kadın tüketicilere yönelmiş olduğunu belirtmiştim. Bununla birlikte, bu kadınların yaşam biçimi yeniliklerine öncülük ettiklerini veya hâlâ etmekte olduklarını söylemek pek de doğru olmayacaktır. Kitabın üçüncü kısmında ortak toplumsal katmanlar içindeki yaşam biçimlerinde birçok noktada cinsiyet açısından farklılıklar olduğuna değineceğim. Bu bize hem yaşam biçimlerinde farklılıklar aramamız gerektiğini, hem de yaşam biçimlerinin, tüketici çılgınlığının aşırı biçimde sergilenmesi anlamına geldiğini düşünmekten kaçınmamız gerektiğini anlatır. Yine de, tüketimcilikte ideolojik süreklilikler vardır ve bu durum yaşam biçimi söylemine de yansır.

Bunların birincisi, daha önce de vurgulamış olduğum gibi, pazarın yapaylığından hoşnutluk duyulmasıdır. Ticaretteki doğal ve geleneksel toplumsal sınırlamalar tek tek müşterileri memnun etmek uğruna göz ardı edilmektedir. Bu durum, hem pazarlama süreci ve hem de bireysel yaşam biçimlerinin sahip olduğu ikinci nitelik olan etkileyici bir sergilemeye yol açar. Tüketicinin sahip olduğu varsayılan üçüncü bir nitelik de sahiplenme, yani malların elde edilmesi ve neredeyse bir hak gibi kullanılması özelliğidir. Bu özellik de bir dördüncü niteliğin açıklığa kavuşturulmasına yol açar ki, bu, aynı anda başkalarının koşullarına da bağımlı olan seçme özgürlüğüdür. Bunun sonucu beğeninin özelleştirilmesidir ki, mal, hizmet ve deneyimlerin, bir topluluğu etkilemek için kullanılsalar bile, bireysel olarak kazanıldıkları anlamına gelir. Bu anlattıklarım, ideolojik bir ortamın kısa ve ister istemez anlaşılması zor bir özetidir. Toplumsal düzenin değişen biçimleri ve başlıkları arasındaki karşılıklı bağımlılık, kitabın daha sonraki kısmında ele alacağımız toplumsal kuramcıları tartışırken daha anlaşılabilir biçimde ortaya konacaktır.

Şimdiye kadar, gelişmekte olan tüketici kültürünün belirgin özellikleri üzerinde durdum. Bu yüzden boş vakitleri değerlendirme endüstrilerinin eşzamanlı gelişmesine, büyüyen tüketici kültürünün bir parçası olmaları dışında önem vermedim. Daha önce, boş vakitlerin ticarileştirilmesi, yani toplumsal eğlenme biçimleri olan temsil ve kutlamaların girişimciler tarafından desteklenen ticari uygulamalara dönüşmesinin, farklı bir orta-sınıf kültürünün gelişmesi açısından önemli bir adım olduğundan

bahsetmiştim. Eğlence sektöründeki yeni ticari girişimlerin öncelikle orta sınıf halka yönetilmesi kaçınılmazdı, çünkü bu eğlenceler için gerekli zaman ve parayı bulabilecek kaynaklara onlar sahipti. Kültürel biçimler olarak kurumsallaştırılan bu eğlenceler, örneğin yukarıda bahsettiğimiz konser ortamları ya da ondokuzuncu yüzyılda gelişen saygın tiyatroculuk, özel bir sınıf kültürünün yerleştiğine dikkat çekmektedir. Bununla beraber, boş zamanların ticarileştirilmesi olgusunun, yeni şehir-endüstri işçi sınıfının dünyasına da yeni bir özellik kazandırdığının fark edilmesi ayrıca önemlidir (Cunningham 1980; Walvin 1978).

Boş vakitler konusunda yeni pazarların büyümekte olduğunun en açık göstergelerinden biri, son iki yüzyıl içinde İngiltere'deki sahil şehirlerinin büyümesi ve (özellikle kıta Avrupa'sında) bazı kaplıcaların tatil köşeleri olarak kullanılması idi. Bu tatil yerleri toplumsal sınıflar tarafından genel atmosferleri ve sundukları eğlenceler açısından olduğu kadar, oralarda kalmanın ortalama maliyeti açısından da hızla sınıflandırılırlarken, bir süre için günlük yaşamdan sıyrılmayı sağlayan ve, yirminci yüzyılın turist endüstrisine doğru hızla büyüyen, kitlesel bir pazarın varlığını da göstermekteydiler (Rojek 1993). Benzer şekilde, şehir merkezlerindeki alışveriş ve eğlence olanaklarının oluşturduğu karışım, başlangıçta öncelikle orta-sınıf müşteriye yönelmişse de, popüler eğlencenin ilk kitlesel ürünü olarak gelişen sinemalar aracılığıyla, kitlesel eğlencenin yeni kültürel biçimleri, eğlence endüstrisinin diline hızla nüfuz etmiştir (Chanan 1980; May 1980; Sklar 1978). Doğal olarak, bu süreçlerden hiçbiri ideolojik açıdan tarafsız değildi. Kitlesel eğlencenin yayılması yalnızca yaşam standartlarının yükselmesi ve iş saatlerinin kısalması anlamına gelen bir süreç değildi; bu, aynı zamanda sınıf çatışmasını azaltmaya ve sınıf kültürleri arasındaki farklılıkları en aza indirmeye yönelik bilinçli bir yaklaşımdı (Bailey 1978; Clarke ve Critcher 1985).

Yirminci yüzyılda, eğlence yatırımlarının gelişiminin toplumsal ve kültürel tarihi, daha çok yeni kitlesel eğlence endüstrilerinin kurulmasıyla ilgiliydi. Daha önce sözünü ettiğimiz sinemaya ek olarak burada, kitlesel yayıncılıktan, radyo ve televizyon endüstrilerinin yükselişinden ve aynı çizgide yer alan popüler fotoğrafçılık, video kayıtları ve popüler müzik kasetlerinden de bahsetmemiz gerekir. Son zamanlarda, evlerdeki ya da galerilerdeki makinelerle oynanmak üzere geliştirilen elektronik oyunlar eğlence endüstrisine yapılan yüksek sermaye yatırımlarının bir başka örneğidir. Bu endüstriler her yaşam biçimi türü için özel bir öneme sahiptir. Bunun nedeni, yalnızca katılımcılarının boş vakitlerinin büyük bir kısmını alması değil, üretim ve sunuş aşamasında çok sayıda insana

iş olanağı sağlaması ve pazarlarını sürdürülebilmek için büyük sermaye yatırımlarına gereksinim duymasıdır. O halde eğlence endüstrisi, metropollerin standartlaşmış koşulu olan özelleşmiş, hatta evcilleşmiş tüketim tarafından tamamlanması açısından, aynı yapısal özelliğe sahip bulunduğunu kaydettiğimiz diğer tüketim modellerine benzemektedir.

Bu yüzyılın başında kitlesel kültürün gelişimine gösterilen tepkiler oldukça kötümser eğilimdeydi. Bunun gerekçesi, kitlesel kültürün ya yüksek kültür standartlarını düşüreceğinden korkulması ya da/bununla birlikte, hepimizin sonunun aynı şeyleri izlemesi, dinlemesi ya da okuması olacağına inanılmasıydı. Sanırım, bir yaşam biçimleri kategorisinin işlevini anlamanın bir yolu da, bu korkuların en azından ikinci açıdan asılsız olduğunun kanıtlanmış olduğunu bilmektir. Tüketimin ve eğlence endüstrilerinin sağladığı olanakların kitleler tarafından kullanılması ve tartışılmasının, kültür yorumcuların elitist korkularının hesaba kattığından daha karmaşık oldukları ortaya çıktı. Üzerinde önemle durduğum gibi, bu durum, yaşam biçimi seçeneklerinin de mutlaka karmaşık ya da hakiki olmaları gerektiği anlamına gelmemektedir. Bu seçeneklerin oluşturduğu geleneksel beklentilerin, modern dünyanın kültürel ve toplumsal tarihine yerleştirilmeden anlaşılmaları olanaklı değildir. Gelecek bölümde, bir yaşam biçimi dilinin son yıllarda nasıl kullanıldığını bazı yönleriyle daha ayrıntılı bir biçimde inceleyebiliriz.

Notlar

1) Bu bölümde anlatılan konuların pek çoğunu daha geniş çapta ve çok farklı bir açıdan Chaney (1993), 5. bölümde tartıştım.

2) Tüketici toplumunun doğuşu ile ev hayvanlarına gösterilen duyarlığın artması ve bu hayvanların sahipleri için birer bağımlılık nesnesi haline gelmelerinin aynı zamana rastlaması dikkat çekicidir.

3) Bu açıdan modaya ilk kez ideolojik bir önem verildiği zamanın Devrim Fransa'sında onsekizinci yüzyılın sonuna rastladığının hatırlanması önemlidir (Hunt 1984).

4) Örneğin, Liebergott, 1900 yılı ile 1929 yılları arasında, artan ücretler ve maliyetler yüzünden, Amerikan Bahriye personelinin giyim masraflarının yüzde 16 artmasına karşılık, aynı dönem içinde giyim eşyaları için yapılan ortalama sivil masrafların erkekler için yüzde 150, kadınlar içinse yüzde 492 arttığına dikkat çekmektedir (1993, s. 93).

5) Çağdaş literatürde kültürel değişimlere karşı gösterilen tepkiler için bkz. Bowlby (1985) ve daha genel olarak 19. yüzyıl şehirlerinde kamusal alanlardaki değişimlerle ilgili olarak bkz. Sennett (1977, özellikle kısım 2).

3
Yaşam Biçimlerinin Kullanılışı

Tüketici kültürü ile ilgili kuramları gözden geçiren bir makalesinde (1991'de Bölüm 2 olarak ikinci baskısı yapılan) Featherstone üç tip yaklaşım tanımlar. Birinci yaklaşım tüketimciliğe kapitalist dönemin özel bir modeli ya da evresi olarak bakmaktadır. İkincisi malların kullanımı ile statünün şeklini tanımlamanın yolları arasındaki ilişkilere dayanan daha sosyolojik bir yaklaşımdır: "Burada dikkat, insanların toplumsal ilişkiler ya da farklılıklar yaratmak için malları nasıl kullandıkları üzerinde odaklanmıştır" (1991, s. 13). Ve üçüncüsü, tüketici uygulamalarının yaratıcılığı –yani tüketimin estetiği ile ilgilenen yaklaşımdır. Bu üçüncü yaklaşımı kitabın son kısmında ele alacağım. Bu bölümde, Featherstone'un ikinci yaklaşımda sözünü ettiği malların kullanım şekillerinin aslında yaşam biçimleri olduğunu varsayacağım. Dolayısıyla, toplumsal çözümlemede yaşam biçimlerinin dahil etme ve farklılaştırma konusunda birer iletişim ağı olarak işlevlerini nasıl yerine getirdiklerini tartışacağım.

Satılabilmeleri için çoğu paketlenerek pazarlanan malların kullanımı ile ilgili olduklarından, toplumsal ilişki sistemleriyle ilgili ampirik araştırmalarının yapılması pazarlama organizasyonları açısından özellikle önemlidir. Bu araştırma kesinlikle işlevseldir ve özel bir tip bilgi elde etmek

için yapılır. Benim sistem ya da yaşam biçimi olarak adlandırdığım şeylerin dış hatları bu açıdan bir cins toplumsal harita olarak değerlendirilebilirler. Bunlar, ürünler için farklı türlerde kullanıcıların topografisini çıkarmamıza olanak sağlarlar. Tipik yaşam biçimlerinin bir haritasını çizebilmek için bilgi üreten araştırmalar, daha önceki araştırmaların kuramsal ve tarihsel başlangıçlarını olağan kabul edebilirler. Yaşam biçimlerinin, gelecekteki pazarlar açısından ne yönde bir gelişme olasılığı sunduğunu anlayabilmek için, insanların alışkanlıklarının ve davranışlarının araştırılmasının dolaysız bir yöntem olduğu varsayılabilir.

Mintel gibi pazar araştırması organizasyonları İngiltere ve diğer Avrupa pazarlarındaki para harcama alışkanlıklarını anlamaya ilişkin bilgiler toplamayı hedeflerler. İngiliz yaşam biçimleri ile ilgili özel bir raporda (Mintel 1988) "Birinci öncelikli amaç... her evin on yıllık harcama eğilimini belirlemek, bunun yanında gençlerin ve kadınların yaşam biçimleri ile ilgili özellikleri içeren ve (s. 3) karar verici konumdaki kadınlarla ilgili bazı bilgileri saptayacak özel bölümlere yer vermektir. Özellikle yardımcı olabileceği düşünülen konu başlıklarına dikkat çekmek üzere raporun on iki bölümünü şöyle sıralayacağım: İnsanlar; paranın nereden geldiği; paranın nereye gittiği; ev ve içindekiler için yapılan harcamalar; yiyecek, içecek, tütün ürünleri için harcamalar; tatiller ve eğlence için yapılan harcamalar; bireylerin ulaşım, sağlık ve eğitim harcamaları; sigorta, emeklilik, tasarruf ve vergilerle ilgili harcamalar; genç yetişkin ve yaşam biçimi; kadın ve yaşam biçimi; finansal açıdan karar verici olarak evli kadın (bu kısımda "kadının finansal sorunlar üzerinde karar verme sürecine ne oranda katıldığını içeren en son araştırma sunulmaktadır" (1988, s. 4); ve İngilizlerin Avrupa karşısındaki tutumları (aynı zamanda bkz. Mintel 1994).

Bu bölümde daha ayrıntılı olarak belirtmek gerekirse, 1988 raporunda genç yetişkinlerin yaşam biçimi çeşitleri hakkında sunulan bilgilerin, özellikle cinsiyetle ilgili farklılık ve değişim unsurlarına dikkat çekecek ve bazı özelliklerinden bahsedeceğim. Eğer genç yetişkinlik çağı, çocuklukla tüm yetişkin sorumluluklarının üstlenildiği varsayılan dönem arasında ise, yani burada olduğu gibi 15-19 ve 20-24 olarak iki yaş grubuna bölünüyorsa, o zaman çağımızın genç ingiliz yetişkinlerinin dönemin "özgürlüklerini" uzatabildikleri kadar uzatmaya çalıştıkları anlaşılmaktadır. Hem erkekler hem de kadınlar ilk evlilik yaşını kadınlarda 24.6 ve erkeklerde 26.9 ortalamasına kadar ertelemektedir. Yirmili yaşlarının başında bir erkekle birlikte yaşayan kadın sayısı artmaya başlamakta ve evlilik dışı gebelikler eskiden olduğundan daha az evliliğe yol açmaktaysa da, 20-24 yaşlar arasında her bin genç kadın başına düşen canlı doğum

sayısı 1961 de 172.6 iken 1987'de 83.4'e düşmüştür. Bu eğilimler paralelinde 16 yaşından sonra tam zamanlı eğitimde kalan gençlerin sayısı her iki cins için de artmakta, ama özellikle genç kadınlar arasında dikkat çekici bir yükseliş görülmektedir (Bununla birlikte 1980'lerde gençler arasmda görülen yüksek işsizlik oranları akıldan çıkarılmamalıdır).

O halde genç olma dönemi (çağrıştırdığı bireysel özerklik ile birlikte) daha uzun sürmekte ve her iki cinse de daha eşit olanaklar sunmaktadır. Çalışan genç kadın ve erkekler haftalık brüt kazançları açısından eşit olarak işe başlarlarken, 20-24 yaş gruplarında[1] bu genç kadınların çoğunlukla sekreterlik, tezgâhtarlık, gibi işlerde yoğunlaşmış olmalarının sebep olabileceği bir farklılık ortaya çıkmıştır bile. Harcama önceliklerine dönersek, farklı cinsiyetlere has öncelikler ve farklılıklar açıkça görülecektir. (tablo 3.1; önceliklerin derece sıralamasında sınıf farklılıklarına da değinilmektedir, ama bu cetvelin kapsamına alınmamıştır.)

Tablo 3.1: Genç yetişkinlerin harcama öncelikleri, 1988 (baz: 1138 - yüzde olarak)

	Tüm genç yetişkinler	*Erkekler*	*Kadınlar*
Giysiler	63	40	79
Müzik	36	44	27
Dışarda yemek/içmek	26	34	19
Bireysel görünüm	16	3	30
Tasarruf	14	11	16
Kitaplar	8	7	10
Hobiler	8	12	3
Spor	8	14	2
Otomobiller	7	12	3

Kaynak: BMR/Mintel (Mintel 1988, s. 9.8)

Tablo 3.2: Genç yetişkinler için yaşamın en önemli konuları

	Erkekler	*Kadınlar*
Aile ile ilişki	57	80
Karşı cinsle ilişki	38	38
Kendi yaş grubu ile ilişki	31	37
Dışarda iyi vakit geçirmek	37	27
Özgürlük ve bağımsızlık	31	31
İş veya eğitimde başarı	27	27
Hobiler veya spor	26	13
Kendine para harcamak	14	11

Kaynak: BMRB/Mintel (Mintel 1988, s. 9.15)

Bu tablolara göre, artan yaş ile birlikte farklı cinsiyetlere ait dünyaların kalıpları daha da netleşerek, daha çok dışa vurulmaktadır. Örneğin bir spor etkinliğine katılma oranı yirmilerinde tüm gençler için keskin bir düşme gösterirken özellikle bir erkekle yaşamaya başlayan ya da evlenen genç kadınlar arasındaki düşüş oranı daha da yüksek olmaktadır. Benzer şekilde kadınların gece dışarda eğlenmeye çıkma sıklıkları yaş, evlilik aile sorumlulukları ile fark edilir şekilde düşüş göstermektedir. Genç yetişkinlere yaşamda kendileri için önemli olan konular sorulduğunda cinsiyetler arasında önemli farklılıklar olduğu da aynı netlikte görülebilmektedir (Tablo3.2).

O halde ben kesinlikle genç yetişkinlerin yaşam biçimlerini gözden geçiren bir özet sunmaya çalışmıyor, ama pazarlama organizasyonlarının yaptığı yaşam biçimi analizinin saptadığı eğilimlerin çeşitliliğine dikkatinizi çekmeye çalışıyorum.[2] Daha ayrıntılı bir şekilde izlenecek olursa, Michman'ın görüşüne göre bu eğilimler, pazarı kişilik özellikleri ile değil, kültürel etkileşimler aracılığıyla dilimlere ayırmaktadırlar (1991). Toplumsal analizci çeşitli değişkenleri benimseyerek, pazarın farklı dilimlerini, bu dilimlerin farklı ürün gelişimlerine ya da farklı pazarlama stratejilerine ne oranda açık olduklarını ortaya çıkaracak biçimde tanımlayabilir. Michman, örnek olarak, Florida'da bir grup gazete okuyucusu üzerinde yapılan ve onları oniki gruba ayıran bir çalışmayı aktarmaktadır (her grubun ardından parantez içinde pazar payı yüzde olarak belirtilmiştir): Genç, bezgin ve sıkkınlar (12); Yarının liderleri (3); Başarıcılar (5); Bay Orta (18); Yaşça kıdemli katı tutucular (7); Kış zenginleri (2); Bayan Huzursuz (3); Geliştirilmiş dış görünüş (2); Orta yaş iyimserleri (21); Hareketsiz evciller (10); Nostaljikler (5); Yaşça kıdemli Bayan Gelenekçi (12) (1991, s. 1-3). Michman sonuçların Floridalı yayıncılar için ne kadar iç bunaltıcı bir profil olması gerektiği üzerinde yorum yapmıyor. Aynı sonuçlar bizim için, yaşam biçimlerinin etiketlenme şekline bir örnek oluşturuyorlar.[3]

Yeterince anlaşılır oldukları ümidiyle Florida gazetesinin kategori başlıkları üzerinde durmayacağım. Bu çalışmada başlıkların çağrıştırdıklarından daha önemli olan, bunların gazeteyle igili beklentilerden çok, daha çeşitli olan "bakış açılarına" dikkat çekiyor olmalarıdır. Burada bakış açısı derken anlatmak istediğim şey politika ve ahlakla birlikte, birden çok özelliğe sahip toplumsal bir biçimden oluşan bir değerler yumağıdır. Söylemek istediğimi Michman'ın farklı cinsiyetlerin değişen rollerini tartıştığı bir başka bölümle ilişkilendirerek daha iyi anlatabilirim. Michman % 80 oranında genç kocanın çocukların bakımına katıldığını bildiren bir çalışmadan yaptığı alıntıda, genç kocaların % 12,53'ünün

bulaşık yıkadığını, % 47'sinin aile için yemek pişirdiğini, % 39'unun elektrik süpürgesiyle evi temizlediğini, % 32'sinin gıda alışverişini yaptığını, % 29'unun çamaşırların bir kısmını yıkadığını ve % 28'inin de bazen banyoyu temizlediğini ortaya koymaktadır (1991, s. 191). Tabii bu rakamlarda eşitsizliğin hâlâ devam ettiğini görerek kederlenmek (ve bunların ne dereceye kadar iyimser sonuçlar olduğundan şüphe etmek) mümkündür, ama burada Michman'ın pazarlama stratejilerinin sorumluları için vurguladığı asıl nokta, erkek yaşam biçimlerinin değişmekte olduğudur. Tüketim mal ve hizmetlerini üretenlerin bu değişen duyarlıklara hizmet verirken, ürünlerinin simgesel anlamları konusunda duyarlı davranmaları gerekmektedir.

Bu pazarlama görüşleri içinde yaşam biçimi kavramının kullanılışından çıkarılabilecek sonuçların aynı derecede önemli iki yönü olacaktır. Birincisi, yaşam stili çözümlemesinin statik bir sınıflandırma olamayacağı, ama dikkatleri hem yapıyla, hem de davranışla ilgili değişkenler açısından sosyal eğilimler üzerine toplaması gerekeceğidir; ikincisi de analizin kültürel etkileşimler üzerinde odaklanması gereğidir: "Sosyal bilimciler, reklamcılar ve pazar araştırmacıları tüketim davranışlarını gittikçe daha ince ayrıntılar içeren "yaşam biçimi" kategorilerine ayırmışlar ve böyle yapmakla hem ürün dağılımı, hem de politik dışavurum açısından gittikçe daha özel bağlamların gelişmesine yardımcı olmuşlardır" (O'Brien 1994, s. 197. O'Brien aynı zamanda bazı betimleyici araştırmalar da yapmaktadır).

Bana kitabının en önemli ve anlamlı bölümü gibi görünen kısmında Michman, Amerika'da 1980 sonrasında hissedilmeye başlanan beş yaşam biçimi eğilimi ile ilgili olarak yapılan çeşitli çalışmalardan elde edilen verileri özetlemektedir. Bu eğilimler, Michman'ın kendi tanımıyla, öncelikle gönüllü bir sadeliğe doğru yönelen eğilimlerdir: "Bu yaşam biçimini benimseyen tüketiciler özdeksel sadelik, kendini gerçekleştirme yönünde çaba harcama, kendi-işini-kendin-yap türü ürünleri satın alma ve ekolojik bir etik yaklaşımını benimseme peşindedirler" (1991, s. 147). Michman, Amerikan pazarının dörtte birinin bu değerleri onaylayacağını, daha fazla birçoğunluğun ise bu değerler içinden belirli ögeleri benimseyeceklerini hesaplamaktadır. Konuya ilgi duyan bu ikinci ve sayıca daha fazla olan gruptakileri de iki ayrı eğilim grubu olarak kısmen tanımlamak olanaklıdır. Bu eğilimler a) "Gösterişli tüketim simgelerine rağbet etmeyip anlamlı olduğunu düşündükleri mal ve hizmetleri satın almak" aracılığıyla kendilerini doyuma ulaşmış hissedebilme yollarını arayanların; ve b) yaşam standartlarından beklentilerini azaltanların eğilimleridir. Ve nihayet, kalan iki eğilim, özellikle daha fazla sayıda kadın tam gün çalışmaya başla-

dığı için, kadınlar arasında artan zaman darlığına ve yaşlanan bir nüfusla birlikte beğenilerin olgunlaşmasına bağlı eğilimler olmaktadır.[4]

Bu tür yaşam biçimi eğilimleri, doğal olarak tartışmaya açık varsayımlardır ve benim amacım bunların ampirik geçerliklerini değerlendirmeye çalışmak değildir. Bununla ilgili olarak İngiliz hükümetinin (yazının bundan sonraki kısmında CSO olarak anılacak olan Central Statistical Office – Merkez istatistik Dairesi'nin) desteklediği bir toplumsal eğilimler araştırmasından yola çıkarak toplumsal sınıflar aracılığıyla daha ne kadar çok yaşam biçimi değişkeninin sınıflandırıldığını hatırlatmamız gerekir (genel olarak bu yüzyılda İngiliz toplumsal yaşamında görülen değişimler için bkz. Johnson 1994). Öyle ki, örneğin eğer 1991 yılında ağzında hiç doğal dişi olmayan yetişkinlerin yüzdesini bir tablo haline getirecek olursak, diş eksikliği ile düşük gelirli meslek statüleri arasında çok açık bir ilişki olduğu görülecektir (Tablo3.3).

Bu tür bulgularda, kısmen, kültürel farklılıkların bir işlevi olarak bedene yaklaşım açısından beslenme yöntemlerindeki farklılıklar rol oynayacaktır. Bu yüzden "daha sağlıklı" bir yaşam biçimi için beslenme yöntemini değiştirmek şeklinde genel bir raporun kapsama alınması gerekmektedir – "1992'de her birey haftada ortalama beş ons'un altında dana ve sığır eti yemiştir. Bu miktar 1961'de tüketilenin yalnızca yarısı kadardır ... (Durum böyleyken) kuzu ve koyun eti tüketiminde görülen düşüş daha da keskin olmuştur" (CSO 1994, s. 98). 1990'da, sosyo-ekonomik grupların, yoğun sigara içimi ve alkol tüketimi ile ilgili olan ve yazık ki makul sınırlar olarak adlandınlan sınırın üzerindeki tüketimini gösteren bir başka tabloda (Tablo 3.4), sigara içmekle düşük gelirli mesleki statü gruplarından kadın ve erkekler arasında net bir ilişki bulunmuştur. Bununla birlikte, erkeklerdeki alkol tüketimi konusunda bu tür bir ilişki görülmezken, kadınlarda tam tersi bir ilişkinin var olduğu görülmektedir.

Tablo 3.3: Hiç doğal dişi olmayan yetişkinlerin yaş ve sosyal statü gruplarına göre yüzdesi, 1991.

	16-44	*45-64*	*65+*
Profesyonel	1	5	28
İşveren ve idareciler	1	10	42
Ara kademe yöneticler	2	15	49
Vasıflı, yarı vasıflı işçiler	6	55	67
Vasıfsız işçiler	6	38	78

Kaynak: Genel Hane Halkı Araştırması CSO 1994, s. 98).

Tablo 3.4: Yoğun sigara tüketimi (günde 20 den fazla) ve alkol tüketimi (erkekler için haftada 20 ünitenin ve kadınlar için ise15 ünitenin üzerinde) sosyo-ekonomik gruplara göre (yüzde olarak).

	Erkekler		*Kadınlar*	
	Sigara	*Alkol*	*Sigara*	*Alkol*
Profesyonel	5	26	6	14
İşveren ve idareciler	12	30	7	14
Ara ve alt kademe yöneticiler	8	26	7	11
Vasıflı işçiler	17	28	11	9
Yarı vasıflı işçiler	18	26	12	9
Vasıfsız işçiler	22	26	13	6

Kaynak: Genel Hane Halkı Araştırması (CSO 1994, s. 99).

O halde, pazarları dilimlere ayırmak, ya da bence daha doğru bir deyişle pazarların bir haritasını çıkarmak için, yaşam biçimlerini kullanmak, yalnızca alışkanlıklar ve seçimler üzerinde bilgi toplamaktan daha karmaşık bir olgudur. Analizcilerin sadece beslenme alışkanlıkları, boş vakit alışkanlıkları ya da cinsiyet farklılığına bağlı beklentilerdeki değişimlerin bağlamını öğrenmeleri yeterli olmamakta, farklı değişim türlerinin kültürel önemini de anlamaları gerekmektedir. İzlenen gruplar nasıl statik toplumsal oluşumlar değillerse, bu grupların yaşam biçimleri de aynı şekilde zaman içinde gelişen kolektif kimlik biçimleridir – hatta çoğunlukla cüretkâr bir yenilik olarak görünse de, gerçekte kolektif hafızanın bazı yönlerine işaret ediyor olabilirler.[5] Burada gruplardan söz etmemin nedeni, şimdi yaşam biçimi analizlerinin yüzleşmek zorunda kaldığı konulardan birçoğu ile bu grup araştırmalarının da karşılaşmış olmalarıdır. İzlenenler bir anlamda, gösteriye katılan bir gruba benzetilebilir. Bu anlamda, gösteriye katılanlarla katılmayanlar net bir kategori ile bölünürler. Bununla birlikte, doğal olarak, bu gruplar farklı şekillerde ve farklı derecelerde gösteriye "katılırlar". Üyelikler arasındaki sınırlar akışkan ve değişken değildir (izleyici araştırması için bkz. Morley 1992[6]).

Daha önce (Judith Chaney ile ortak çalışmamda, 1979) dört değişken kullanarak, grupların dışardan olduğu kadar, içerden de ayırt edilebileceklerini (differentiate) öne sürmüştüm. Bu değişkenlerden birincisi bir şeye nasıl erişilebileceği (nature of access) ile ilgilidir –başarıyı kendi çabaları ile arayıp bulmak zorunda olanların beklentileri, onu rahatça elde edenlerinkinden farklı olacaktır. İkinci sıradaki algılama değişkeni, farklı grupların kullandıkları mal ve başarı ile ilgili sınıflandırmalara işaret ederken, üçüncü sıradaki katılım (involvement) değişkeni grup üyelerinin temel

gruplara verdiği farklı önem derecelerinin etkisi ile ilgilidir.[7] Ve nihayet ödül değişkeni etkinliklerin üretebileceği çeşitli zevklerdeki farklılıklarla ilgilidir. Değişkenler bir araya geldiklerinde, *Coronation Street*'in "özel" izleyici grubundan söz etmenin yalnızca istatiksel bir veri olduğunu anlatırlar. *Coronation Street* birkaç farklı yoldan (ve ilgi biçeminden) bir anlam ifade edebilir ve bu yolları kullananlar aslında yorumlayıcı (interpretive) topluluklardır (Radway 1987[8]).

Yaşam biçimlerini kullanan pazar araştırmasındaki pragmatist yaklaşımın sözü hemen yorumlayıcı topluluklar (interpretive communities) konusuna getirdiğini fark etmek, başlangıçta duyarlılıklarla ilgili olarak kullandığım dilin yanlış olmadığını gösteriyor (bkz. aynı zamanda Lunt ve Livingstone 1992'de bahsi geçen çalışma). Bununla birlikte pazarlama olgusu hâlâ yaşam biçimlerinin rekabet yaranna nasıl kullanılacağı konusu ile ilgisini kaçınılmaz olarak sürdürmektedir. Schreiber'ın (1994) önerdiği gelişmiş ve karmaşık parasal destekleme stratejileri dikkate alınsa bile bu durum değişmez. Schrieber, olay pazarlaması olarak adlandırdığı gelişmeleri –yani şirketlerin hedef grupların yaşam biçimi değerleriyle uyumlu görünmek için ticari olmayan olayları parasal olarak desteklemesinden nasıl yararlandıklarını– anlatır. Bunu yapmak için, yoksulluğa karşı bir protesto olan Amerikayı Kucaklayan Eller gösterisinde Coca Cola'nın desteğinden faydalanılması, Uluslararası Af Örgütünün Reebok'la yaptığı işbirliği ve şirketlerin Olimpiyatlarla ilişkilendirilmeyi istemeleri gibi farklı örneklerden söz eder.

Schreiber'ın bu tür belli bir yönü olmayan ve oldukça geniş bir alana yayılan reklamcılığın başarılı olma nedenleri olarak saydığı dört sebep vardır: İletişim araçları sayıca o kadar artmıştır ki, her istek kaçınılmaz olarak parçalardan oluşmaktadır; çeşit fazlalığı yüzünden müşterilerin markaya bağlılığı kalmamıştır; birçok pazar diliminde ürünler işlevsel olarak birbirlerinden ayırt edilemez ve tüketiciler tarafından simgesel önemlerine göre değerlendirilebilir durumdadırlar. Eğer bir şirket yardım amaçlı ya da kültürel bir olay ya da kampanyaya parasal destek sağlayarak kendisinin önemli değerlere sempatiyle yaklaştığını kanıtlayabiliyorsa, o zaman, yaşam biçimi kampanyaları "her müşteriye programı destekleyen şirket hakkındaki hislerinin değişip değişmediğini sorulabilmesini sağlayan, ideal stratejik geleneksel pazarlama" (1994, s. 19). olanakları olarak kabul edilebilirler. Bu konuyla ilgili görüş açısında oluşan en önemli değişim, şirketlerin Schrieber'ın ürün ya da hizmetlerin toplumsal değeri olarak adlandırdığı değerin, dolar değerinin yerini aldığını (veya almakta olduğunu) kavrayabilmeleri olacaktır.

Diğer yaşam biçimi değerleriyle uyumlu olarak konumlandıklarında ürünlerin simgesel veya toplumsal değerlere büründükleri düşünülürse, yaşam biçimi pazarlaması ile ilgili bu anlayışın, duyarlıkların diline daha yakın olduğu anlaşılacaktır. Bu bakış açısına göre, kişisel yaşam biçimleri, kabul görmüş bir topluluk modeli biçimleyen mal, hizmet ve etkinlik arayışındaki bireyler yoluyla talep yaratır. Bu durum, yaşam biçimi etkenleriyle ilgili birtakım bilgilerden yola çıkan araştırmacıların diğer etkenler konusunda da varsayımlar yürütebilecekleri anlamına gelmelidir. Bunu daha iyi anlatabilmek için örnek olarak, Cox ve yardımcıları tarafından sağlık önlemleri ve yaşam biçimi etkenleri arasındaki ilişki kalıpları üzerine duran iki araştırma raporuna (1987 ve 1993) başvurabilirim. Özgün örnek grubu 1984-5 yıllarında araştırılmış ve 1991-2 yıllarında ulaşılabildiği kadar çok sayıda kişi yeniden incelenmiştir. Fiziksel ve ruhsal sağlıkla ilgili önlemlere ek olarak, beslenme alışkanlıkları, sigara içme kalıpları, alkol tüketimi, spor ve boş vakit uğraşlarındaki değişimler gibi, hem deneğin kendisinin karar verdiği, hem de teknik olarak değerlendirilmiş olan bir dizi "yaşam biçimi etkeni" gözlenmiş ve kaydedilmiştir.

Bir başka çalışmada Blaxter (1990), sağlık beklentilerini saptayabilmek için deneğin toplumsal koşullarıyla ilgili ölçümlerle birlikte, yine bu dört değişkeni kullanmıştır. Blaxter'ın çalışmasında, bu yaşam biçimi kriterlerindeki farklılıkların bir dereceye kadar isteğe bağlı seçimler olduklarının varsayıldığı daha açık olarak anlaşılmaktadır. Buna karşılık, sosyo-ekonomik koşullar istekdışı baskılar olarak kabul edilmişlerdir. Bu farklılık, sağlık konusuyla ilgili toplumsal eşitsizlikler karşısında müdaheleci politikalar aracılığıyla, bireylerin davranışlarını değiştirmeye çalışmalı mı, yoksa bu çalışmalar kolektif bir biçim alarak bireysel davranışların yer aldığı bağlamlara mı yönelmelidir, şeklinde bir tartışma oluşturmuştur. Kendi başına sağlıkla ilgili farklılıklar konusunda her türlü açıklama ve iyi ya da kötü sağlık kavramı hakkındaki çağrışımlar bizim burada konumuzun dışındadır – yaşam biçimlerinin davranışların ve çok çeşitli tipte sağlıksızlık "riski"nin temelinde yatan eğilimlerin bir özeti olduğu ve açıkça önemli miktarda toplumsal politika geliştirilmesine ve bir sağlık geliştirme araştırmasına yol açtığı düşüncesi hariç.

Blaxter'ın "sağlıklı davranış"ın çok ender olarak homojen olduğunu vurgulaması da bu tür söylemle bağlantılıdır. Blaxter bununla, farklı sosyal grupların "iyi" ve "kötü" davranışları farklı biçimlerde birleştirmiş olduklarını söylemektedir (1990, Bölüm 6). Bu, meslek dışından insanlar için açıkça bilinenin yeniden keşfi gibi görünebilirse de, önemi aynı yaşam biçimi değişkenlerinin –spor ya da sosyal içkicilik gibi– sahip olduğu

anlamların farklı sosyal ortamlarda değişmesindedir. O halde, sağlık ve sağlıklı uygulamaların toplumsal dağılımı ile ilgilenen araştırmacılar, davranışlann ve çevrenin bütüncül katmanlaşmasını değerlendirebilmek için, sağlıklı olmayı sağlayacak muhtemel davranışlar kadar, sağlığa aykın bazı davranışlara karşı önlemlerin de geçerli kılınması yönündeki davranış ve beklentileri de göz önüne almak zorundadırlar. Anlaşılan, her ne kadar "olumlu tutumları olan ya da davranışların önemli olduğuna inananların 'sağlıklı' yaşam biçimlerine sahip olmaları olasılığının daha fazla olduğu" (1990, s. 181) doğru ise de, tutumların davranışlara sebep olduğunu öne sürmek fazlaca basit olacaktır. Böylece gelir ve eğitim gibi toplumsal koşullar sabit tutulduğunda beklentiler ve hareketler arasındaki ilişkiler daha karmaşık bir hale gelirler. Yaşam biçimleri hızla, sağlık ve toplumsal düzen arasında kalan ve oldukça yanıltıcı olabileri müdaheleci değişkenler haline gelirler.

Bana öyle geliyor ki bu yaşam biçimi araştırmasının neden olduğu güçlükler yaşam biçimi değişkenlerinin olumludan olumsuza uzanan ve sağlığı çağrıştıran bir boyutla ilgiliymiş gibi kavramsallaştırılmış olmalarından kaynaklanmaktadır. Bu durumda "kötü" yaşam biçimi alışkanlıklan, hemen hemen diğer hastalık oluşturan etkenler gibi işlev görürler. Son zamanlarda zemin kazanan alternatif bir yaklaşım, sağlık ve hastalığı, biri diğerinin olumlu şekilde yokluğunu çağrıştıracak karşıt kavramlar olarak görmeyip "sağlığı, yalnızca yaşamın amacı olarak değil, daha ziyade günlük yaşamın bir kaynağı" olarak kabul etmektir (Kelly ve diğerleri. 1993, s. 162-3). O'Brien, "Sağlık konusunun genel olarak sağlıklı olmak alanına doğru çekilmesi, günlük yaşam bağlamında bir ayrımın kalmaması (ya da 'açılma') süreci olarak anlaşılabilir" (1995, s. 195). O'Brien'ın bu kavramı, Lash'in aynı kavramı post-modern deneyimin bir özelliği olarak kullanışını çağrıştıracak şekilde, bilinçli olararak kullandığını sanıyorum (1990). O halde, Kelly ve meslektaşlarının bu alternatif yaklaşımı post-modern olarak tanımlayıp, onun estetik ve ahlak anlayışlarını üstün tutan bir görüş sunduğunu öne sürmeleri şaşırtıcı değildir: Post-modern koşullarda estetik anlayış, biz beğensek de, beğenmesek de, yaşamlarımızı nasıl yürütmek ve şekillendirmek istediğimizi belirlemek açısından ve iyi bir yaşamın ne olduğunu değerlendirmek konusunda her şeyden önemlidir" (1993, s. 163).

Sağlık araştırmasının biçimini, belirli sorunlara eğilmekten daha yaygın bir ilgi alanı olan "sağlıklı olma" yönünde değiştirmek, konuyla ilgili yaşam biçimi kavramlarının kullanımında değişiklikler yapılmasını içerir. Örneğin, toplumsal hareketin sözde yapısal belirleyicisi gibi davranmaktan,

konuyla ilgili bilgilermiş gibi görünen şeyleri araştırmak için temel oluşturmaya geçmek gibi. Bunton ve Burrows bu söylemsel değişimin, sağlığı hem kurumsallaşmaktan uzaklaştıracağını, hem de onu çok daha geniş bir uzmanlaşma alanına açacağına dikkat çeker. Çağdaş vatandaşın

> giderek artan şekilde *yaygın* bir dizi kurumsal ve kültürel alanda yerleşmiş bir dizi "uzman" ve "danışman"ın önerilerini dikkate alması ve bu önerilere göre hareket etmesi beklenmektedir bahsi geçen alanların çoğu hasta rolü ile ilişkilendirilen geleneksel kurumsal egemenlik alanlarının dışında bulunmaktadır.
>
> (1995, s. 208)

Belki de daha önemlisi, bu gelişen yaşam biçimi kullanımlarının, tüketim kavramı anlayışımızda hatırı sayılır bir genişlemeyi de –yalnızca tüketim mallarından, yaşamın tüm etkinliklerine doğru– kapsaması ve daha önce hiç sorgulanmamış olan etik ve estetik önem düzeyleri ile bu anlayışın renk kazanması (ve her iki anlamda da üretim ve tüketim arasında geleneksel olarak var olduğu düşünülen farklılığın öneminin azalması)dır.[9]

Konuyla ilgili bir başka çalışma, Walters'ın uyuşturucu kullanımı ve kronik suç olgularının birbiri ile nasıl ilişkilendirilebileceği konusunda yaptığı çalışmadır (1994). Walters uyuşturucu kullanımı ve suçu, kendi içlerinde birer davranış sendromu olarak görmektense, bunları ortak bir yaşam biçiminin özelliklerini paylaşan işlevsel olmayan bir kaçış mekanizmasının, birbirine bağımlı kalıpları olarak kavramsallaştırmanın daha doğru olacağını öne sürmektedir. Bu görüş açısına göre yaşam biçimi yalnızca ampirik gözlemler sonucu elde edilmemekte, daha ziyade analitik bir oluşum, hatta Walters'ın deyişi ile bir karikatür olarak kabul edilmektedir: "Bir *yaşam biçimi*, etkisi altında olduğu ve 'üç C'ler olarak adlandırılan, birbiriyle ilişkili üç güç aracılığıyla tanımlanır: conditions (koşullar), choice (seçme olanağı) ve (cognition) bilişim" (1994, s. 6). Bu güçler, bu iki sapma biçiminden birinin bireyin yaşamındaki ilgi alanları için önemli duruma gelip gelmediğini belirleyen interaktif bir iletişim ağı olarak işleyen bir dizi etken oluşmasını sağlarlar.

Bu şekilde Walters, uyuşturucu bağımlılığını, dünyada olmanın bir şekli olarak adlandırabileceğimiz ve daha önce kullanılan grup üyeliği kavramına benzer temel bir özellik olarak görebilmek için, kendisinin yaşam biçimi perspektifi olarak adlandırdığı bir yaklaşım kullanır. Değişimle ilgili bütün toplumsal politikalar yaşam biçimi perspektiflerinin özel düzenini ve önem önceliğini dikkate almak zorundadır. Tabii burada yaşam biçimlerini fazla özerk biçimde kuramsallaştırmak gibi bir tehlike

vardır; yaşam biçimleri kendi içlerinde toplumsal sonuçlar oluşturamazlar, fakat "Yaşam biçimi, bireyi başarı ve başarısızlık konularında yerleşik kurallar, roller, ilişkiler ve kriterlerle donattığı için, uyum sağlayarak yaşamaya karşı bir seçenek oluşturur" (1994, s. 98).

Bu noktanın, sapkın yaşam biçimleri hakkında bir kitapta kullanılan bir yaklaşıma dikkat çekerken gündeme gelmesi hiç şüphesiz anlamlıdır (aynı zamanda, bkz. Fiddle 1967). Yaşam biçimi kavramının, günümüzde olduğu gibi tarihde de en güçlü ampirik dayanağı her zaman azınlıklar olmuştur. Azınlıklar, sürgün ve ayrımcılık yoluyla, bazı farklı konuşma şekillerini, beslenme ve boş vakit alışkanlıklarını olduğu kadar, ortak kimliklerini sürdürme konusunda da (örneğin bkz. eşcinsel ve lezbiyen yaşam biçimleri, Whittle (1994) ve Wilson (1988), özellikle Bölüm 5) ısrarlı olmaya zorlanmışlardır. Bu açıdan, özellikle giyim, eğlence vs. de moda olan şeyler temel ve simgesel bir kelime dağarcığı haline gelince, yaşam biçimleri ile alt kültürleri birbirlerinden ayırt etmek gerçekten olanaksızlaşır. (Hebdige'nin günümüzde gençlik alt kültürünün tanımı olarak klasikleşmiş yapıtında olduğu gibi (1979)[10]). Bununla birlikte Jenkins'in Belfast'taki bir yerleşim biriminde yaşayan, çalışan genç erkekler üzerine yaptığı çalışmasında, alt kültürlerden ziyade yaşam biçimlerini kullanmış olması dikkat çekicidir, çünkü: "Alt kültür kavramı ... kuramsal olarak egemen bir kültürle kurulan kararlı ve genellikle alışılmışın dışında bir ilişkiyi çağrıştırır" (1983, s. 41). Jenkins, bir yaşam biçimi kavramının, direniş değerleri konusunda önceden bir varsayım yürütmeyip, daha olumlu bir yaklaşımla, sınıf kültürü içindeki pratik farklılıklar üzerinde durduğunu savunur.

10. Bölümde yaşam biçiminin kültürel kuramsallaşma açısından önemini daha ayrıntılı bir biçimde tartışacağım. Şimdilik, çağdaş toplumsal çözümlemelerde yaşam biçimini kullanma şekilleri üzerindeki bu özeti daha az bilinçli olarak savunulan yaşam biçimi ayrımı üzerindeki iki çalışmayı daha inceleyerek tamamlamak istiyorum. Bunlardan birincisi, daha genel bir yaşam biçimi uygulaması olarak görülen boş vakit etkinliklerinin farklı değerler ve perspektiflere eşlik eden toplumsal konumlar oluşturmak için nasıl kullanıldığı ile ilgili bir çalışmadır (Wyenne 1990). Araştırma, Bourdieu'nün kültürel ve ekonomik sermaye ile ilgili düşüncelerinin geliştirilmesine yöneltilmiştir. Bu konuyu gelecek bölümde ele alacağım için, şimdilik yalnızca yaşam biçimleri ile ilgili pozisyonların tanımlanması üzerinde duracağım.

Wynne bu çalışmasında, Kuzey İngiltere'de, şehir dışında, pahalı bir yerleşim alanında yaşamakta olanlar arasında boş vakitleri değerlendirme

konusunda iki tür yaklaşım belirlenebileceğini belirtmektedir. Çalışma, örnek bir araştırmadan alınmış sayısal verilerle birlikte, etnografik inceleme ve gözlemlerden oluşmaktadır. Her iki tip yaklaşımda da, öncelikle erkeklere yönelik etkinlikler yürütülmekte, kadınlar erkeklerin kalıplarına uymaktadır. Bunun nedeni, bu çoğunluğu genç ve ekonomik yönden başarılı nüfus içinde daha geleneksel ve cinsiyet farklılığına dayanan bir işbölümünün varlığını sürdüyor olmasıdır. Araştırma raporu bu yerleşim biriminde bulunan barlar, oyun odaları, toplantı salonu, kapalı salon oyun olanakları ve aydınlatılmış tenis kortlarına sahip bu klüpte faydalanılan boş vakit olanaklarının kullanımı üzerine odaklanmıştır. Wynne bu olanakları kullanma yollarının farklı boş vakit uygulamalarını oluşturduğunu, bunların da "yeni orta sınıfın toplumsal konumlarını oluşturan" göstergeler olduklarını savunmaktadır. (s. 23)

Bu yerleşim biriminde, 16 yaşında okulu bırakarak kendi girişimci çabaları ile başarıya ulaşmış olanlarla, başarıları öncelikle bir kolej eğitiminin daha sonra da profesyonel mesleklerinin sağladığı nitelikler üzerine kurulmuş olanlar arasında temel bir ayrılık varmış gibi görünmektedir. Boş vakit uğraşları açısından ve "orada yaşayanlar tarafından oluşturulmuş kategorilere dayanarak, birinci grubu 'içkiciler' ve ikinci grubu da 'sporcular' olarak adlandırdım" (s. 25). Bu adlardan da anlaşılabileceği gibi, farklılığın ilk odak noktası klübün kullanılış biçimleridir. Birinciler barı erkek erkeğe arkadaşlıklar için kullanırlarken, ikinci grup dikkatini ciddi rekabet gerektiren etkinliklerin toplumsal sonuçları üzerinde yoğunlaştırmaktadır. Üstelik bu önemli farklılık, daha genel yaşam biçimi değerlerine, örneğin birinci grubun benimsediği geleneksel türde ev dekorasyonu, turlar tarafından düzenlenen tatiller, abartılı olmayan eğlence yaklaşımları ve et restoranlarına meraklı olma gibi özelliklere de yansımıştır. Sporcular ise moda olan stiller üzerinde göreceli olarak daha fazla durmakta, rekabet gerektiren eğlence şekilleri, bireysel olarak planlanan, herkesin kendi kendine hizmet verdiği tatiller ve geleneksel İngiliz damak tadının dışında kalan restoranlara ilgi göstermektedirler.

Her iki grup da tüketici kültürünün olanaklarını toplumsal kimliklerinin önemli yanlarını öne çıkarmak amacıyla kullanırlar; farklılıkların farkındadırlar ve her biri diğerini küçümser. Özetle, içkiciler sınıf atlama konusundaki hareketliliklerinin tadını çıkarmak için bir sınıf kültürünün geleneklerine olan inançlarını yenilerlerken, rakipleri kültürel yeteneklerdeki ustalıklarını sergileyebilecekleri daha bireysel başarılara ilgi gösterirler: "Bu yüzden, boş vakit uğraşları, özellikle 'öğrenme modeli'ne olan ilgileri, aslında 'bir varlık olabilmek'için gösterdikleri özel çabalardır. Bu

birbiriyle yarış halinde olan toplumsal pozisyonlann aralarında sürdürdüğü savaşım, kulübün bar bölümünün ve oyun sahaları ile sosyal alanlarının iki grup tarafından da denetlenmelerinde de kendini gösterir.

O halde, bu çalışmada yaşam biçiminden anlaşılan, tüketici olanaklarının çok yaratıcı bir şekilde kullanılışı olmaktadır. Sosyal dünyalar, o ortama ait başrol oyuncularının ne çeşit insanlar oldukları göz önüne alınarak, yani onların kendi toplumsal kimlikleri aracılığı ile düzenlenir, yapılanır ve anlam kazanır. Bu tanımlamaya göre, daha önce sözü edilen ve yaşam biçimlerinin dönüşlü tasarımlar olduğunu öne süren yaklaşımı da yeniden değerlendirebiliriz: Biz (ve konuyla ilgili diğerleri) kim olarak görünmek istediğimizi, (çok net olmasa da) kim olduğumuzla ilgili kaynakları kullanış şeklimiz aracılığıyla anlayabiliriz.

Çağdaş yaşam biçimleriyle ilgili ikinci çalışmada etnografik anlatıma yakından bakmaktan vazgeçip, daha geniş kapsamlı ve pazar araştırması verileri üzerine kurulu bir çözümlemeye dönüyoruz (Savage ve diğerleri. 1992). Burada da çalışma Bourdieu'nün araştırmasından elde edilen kuramsal bir çerçeve üzerine oturtulmuştur. Daha önce olduğu gibi, seçtiğim ayrıntıları ortaya koyabilmek amacıyla bu boyutu görmezden geleceğim. Araştırmanın yazarları, orta sınıfların gerçek tüketim kalıpları ile ilgilenmişler ve kaynak olarak 24 000 yetişkinin tüketim alışkanlıklarını inceleyen yıllık bir araştırmayı kullanmışlardır. Buna ek olarak, yüksek orta sınıf ve orta sınıfın meslek grupları ile ilgili daha özel bir araştırma da yapmışlardır: Bizim buradaki amaçlarımızla en çok ilgisi olan noktalar bu biraz uzun, ama özlü özet içinde sunulmaktadır:

> TGI araştırması, orta sınıf yaşam biçimleri içinde *çileciler*, *post-modernler* ve *sıradan olanlar* (undistinctive) şeklinde adlandırdığımız dikkat çekici üç tip bulunduğuna işaret eder. Bunların hepsi orta sınıf içinde farklı bir sosyal tabana sahiplermiş gibi gözükmektedir: Birinci tipin tabanı, halk sağlığı sektörünün profesyonelleri, ikincisi özel sektör profesyonelleri ve uzmanlar ve üçüncüsü ise idareciler ve hükümet bürokratları arasında bulunur. Ama bu süreçler cinsiyet farkı, yaş ve konum gibi unsurlarla iç içe geçmiş durumdadır.
> (Savage ve diğerleri 1992, s. 127)

Yazarların kendi verilerinden çıkarmayı arzu ettikleri mesaj, ortak bir sosyal konumun çok farklı perspektifler ve değerler içerebileceği, bu yüzden yaşam biçimlerinin çok belirgin farklılıkta duyarlıkların göstergeleri olduklarıdır. Kullandığım bu cümlede gelirden ziyade, sosyal konumdan bahsetmeye özellikle dikkat ettim. Bunun nedeni, entelektüeller olarak adlandırılanların benimsediği çileci yaklaşımın bir ölçüde kamu sektö-

ründekilere ödenen düşük ücretler tarafından dayatıldığı yönünde bir görüşün bulunmasıdır. Bununla birlikte, bu pek de yeterli bir açıklama sayılmaz, çünkü kullanılabilecek kaynaklar açısından bakılacak olursa, anlaşılıyor ki, "Onlar (yani çileciler, ortalamanın epeyce üzerinde sayılacak çok aktif bazı alıştırma (exercise) biçimleri ile uğraşırlar" (s. 109). Bunun dışında, alkol tüketimleri ortalamanın çok altındadır ve yüksek düzey kültürel etkinliklere katılma oranları da yine ortalamanın üzerindedir. Bunun tersine, sıradan olanlar adlarının da çağrıştırdığı gibi, özel ve farklı zevkler aramaz ve aşırılıklardan kaçınırlarken, geriye dönük, daha yerleşik ve daha düzenli toplumsal ortamların etkinlikleri ile ilgilenmeye eğilimlidirler.

Üçüncü grubun post-modern olarak adlandırılmasının sebebi kısmen, yaşam biçimi gelişmelerinin bazı uygulamaları konusunda kışkırtıcı olmak amacıyla, kısmen de özellikle özel sektör profesyonelleri arasında görülen tipik geleneksel farklılıkları belirsizleştirmek yönünde giderek artan bir eğilim görülmesidir: "Aşırı gösteriş (hevesi) ile beden kültürünün kuralları bir arada yürür: Opera ve klasik müzik gibi yüksek kültürel sanat biçimleri ile disko dansı ya da araba yarışları için duyulan ilgi başa baş gider" (s. 108). Gelişmekte olan modernizmin kamu sektörü entelektüelleri, geçmişte, kültürel kaynakları ile farklı bir toplumsal pozisyonu belirginliştiren ilk öncülerden olmuşlarsa da (Brint 1984), anlaşılan bu farklılıklarına şimdi el koyulmaktadır. Modernizmin aracıları olduklarını savunanların modaya uygun donanımları arasında bulunan birçok unsur, daha sonraki kuşaklar tarafından sahiplenilmiş ve hiçbir fark gözetilmeden modernizmin kültürel düzeninin önemini azaltacak (belki de bu düzeni aşacak) şekilde kullanılmıştır.

Bu noktada, bu kafa karıştırıcı kanıtları nasıl değerlendirmemiz gerektiği konusunda bir tavır belirlemek durumunda değiliz. Bu bölümdeki paragraflarda ortaya koyduğum çalışmalardan açıkça anlaşılan şey, modern dünyanın toplumsal düzenini tanımlayabilmemiz için yaşam biçimi kavramı gibi bir şeye gereksinmemiz olduğudur. Bu tanımlayıcı kelimelerin yalnızca günlük yaşamın pratik farklılıklarını belirlemekle kalmayıp, aynı zamanda bu farklılıkları okumak yönünde de bir yöntem sunduğunu açıklamaya çalıştım. Ve sanırım burada okuma derken söylemek istediğim şey, statü, farklılık ve kimliğin birbirleri üzerindeki etkileşimlerinde nesnelerin anlamlarını ilgilendiren yoğun tanımlamalardır.[11] Yaşam biçimleri toplumsal ve kültürel değişimle ilgili yorumlar konusunda kuramsal yaklaşımları zorunlu kıldığı için, gelecek bölümde yaşam biçimi kavramını kullanışımızı etkilemiş olan bazı yazarlar üzerinde duracağım.

Notlar

1) Nisan 1987 itibarı ile genç yetişkinlerin tam gün çalışma karşılığı haftalık brüt kazançları.

	Erkekler	Kadınlar
18 altı	74	74
18-20	110	96
21-24	152	122

Kaynak: Yeni Kazançlar Araştırması (Mintel 1988, s. 9.5).

2) Başvurduğum örneğin Mintel'in yeşil yaklaşıma sahip tüketiciler, alkol ve yaşam biçimleri, çalışan kadınlar, etnik gıdalar ve özelliklerle ilgili pazar gibi konulardaki daha uzmanlaşmış raporları için tipik bir örnek oluşturmayacağını itiraf etmeliyim. (bkz. özellikle Mintel 1993).

3) Bocock, O'Brien ve Ford (1988) tarafından yürütülmüş benzer bir çalışmada "evlilik ve doğurganlık devresinde yaş ve dönemlerin birleştirilmesiyle bir dizi yaşam evresi oluşturulduğu" (Bocock 1993, s. 29) ve bunların aynı zamanda pazarlama kategorileri olarak kullanıldıkları anlatılır.

4) Amerikan nüfusunun dış görünüşler açısından da sınıflandırılmış bir statü hiyerarşisi üzerinden haritasının çizilmesi yönündeki çabanın belki de en karmaşık örneği, Mitchell'ın dokuz Amerikan yaşam biçimi ile ilgili tiplemeleridir. (1983). Metodolojinin gelişmişliğine rağmen bu çalışma Amerika'da uzun süredir gelenekselleşmiş olan sosyal eğilimlerle ilgili olarak geliştirilen ruhbilimci yaklaşımın üzerine çıkamaz.

5) Burada aklımda olan, bedenin ya da Connerton'un tanımı ile bedensel uygulamaların, belleğin en önemli ortamlarından birini oluşturduğu önerisiydi (1989). Aynı düşünceyi bedenin bir yaşam biçimi alanı olarak ele alındığı 8. bölümde yeniden işleyeceğim.

6) Morley'ın kitabından bahsetmemin sebebi, kitabın tarih ve konuları özetlediği kadar Morley'in önemli çalışmalarının tekrar basımını da veriyor olmasıdır; bununla birlikte, ilk bölümlerde onun benim çalışmalarıma yaptığı göndermeler, en fazla yüzeyseldir ve çalışmalarımızın ortak noktasını gözden kaçırmaktadır.

7) Pazar araştırmasının politik inandırıcılık ve yeniliklerin yayılması ile ilgili ilk çalışmaları yineleyen bir uyum evreleri hiyerarşisi –ilk uyum gösterenlerden gönülsüzlere kadar– kullandığına dikkat çektiğimizde izleyici ve pazar araştırması arasındaki koşutluklar yoğunlaşır, bkz. Katz ve Lazarsfeld 1955; ve Rogers 1983.

8) Kadınların romantik edebiyat eserlerini okurlarken yarattıkları anlamlar konusunda Radway'in yaptığı bir çalışma, haklı olarak büyük ilgi toplamışsa da, kullandığı yorumlayıcı topluluklar deyimi aslında Stanley Fish'den ödünç aldığı bir terimdir.

9) Bu noktanın önemini kavramamda bana yardımcı olduklan için Roger Burrows ve Sarah Nettleton'a şükran borçluyum.

10) 1988'de basılan denemeler koleksiyonunda, değişen zevklerle ilgili olarak haritalama toplamında bir metaforu nasıl kullandığını da incelemenizi öneririm.

11) Diğerleri arasında Clifford Geertz tarafından da önerilen (1973) yorumlayıcı (interpretive) tutuma bağlılığımı göstermek amacıyla, bu cümleciği bilerek kullandım.

II

Yaşam Biçimlerinin Kuramsallaşması

Giriş

Bundan önceki bölümlerde, yaşam biçimlerinin öneminin giderek artmasının nedeninin özdeksel kültürün yeni baştan değerlendirilmesi olduğunu, nesnelerin doğrudan parasal değerlerinden uzaklaşıldığını, bunun yerine toplumsal ve kültürel değerlerin önem kazandığını ortaya koyan bazı örneklere yer vermiştim. Her ne kadar bu durumun pazarlama stratejistlerinin bir "keşfi" olarak öne sürüldüğünü belirttiysem de, aslında yaşam biçimi cinsinden şeylerin doğasında var olan bir özelliktir. Bunun nedeni, yaşam biçiminin, özdeksel kültürün ürünlerini kullanma, anlama ya da değerlendirmekte kullanılan, kalıplaşmış bir araç olmasıdır. Burada amaç, statüyü belirleyen kriterlerin oynadığı rolü, anonim toplumsal bağlamlar içinde tartışabilmektir. Yaşam biçimleri için geçerli olanın, ürünlerin simgesel anlamları, yani gözle görülebilen kimliklerinin üstünde ve ötesinde temsil eder göründükleri anlamlar olduğu açıktır. Şüphesiz, Armani etiketli bir takım elbise ya da bir Porsche 911 hâlâ yapabilecekleri ile değerlendirilmektedirler, bununla birlikte "tasarımları"nın kalitesi daha karmaşık bir kimliğin ögelerini oluşturmaktadır.

Bu yaklaşım aynı zamanda, bize daha önceki toplumsal yapılarla karşılaştırıldığında yaşam biçimlerinin modernizmini kavrayabilmenin yolunu gösterir. Geleneksel toplumların üyeleri özdeksel kültürü açıkça farklı şekillerde kullanır, anlar ya da değerlendirirlerken, anonim grupların üyeleri bunu statü oyununun gereği olan rollerinin bir parçası olarak yapmazlar. Anonimliğin önemi, dengeli bir toplumda simgesel anlamların yaygın olarak bilindiği, paylaşıldığı ve kabullenildiğinin varsayılmasından kaynaklanır. Simgesel anlamlar modern toplumsal şehir yaşamının özelliği olan yabancılar dünyasında sonsuza dek takas edilebilir konumdadırlar ve durmaksızın yeniden keşfedilirler. O halde yaşam biçimleri, günlük yaşamın belirli özelliklerinin toplumsal ya da simgesel değerlerle donatıldığı kalıplaşmış biçemlerdir; bu, yaşam biçimlerinin aynı zamanda kimliklerle oynamanın yolları olduğu anlamına da gelir.

Bu yüzden, bizim yaşam biçimi anlayışımızla ilgili toplumsal kuramların biçimleri konusunda çalışma yapanların sahip olduğu ortak noktanın[1] dünyevi simgeciliğin düzenlenmesi ile ilgili yaklaşım olduğunu düşünüyorum. Burada dünyevi terimini kullanmamın nedeni, her ne kadar kullanılan simgeler meraklıları için kutsalsa da (otomobiline tapan birinden bahsedebiliriz), bunların genellikle öbür dünyayı çağrıştıran anlamlar değil, bu dünyaya bağlı değerler olmalarıdır. Bu arada, dikkatimi simgeciliğin *düzenlenmesi* üzerinde yoğunlaştırdığımı da belirtmeliyim. Özdeksel kültürün yapılarını ve süreçlerini nasıl yorumladığımızla ilgileniyorum. Bu, anlaşılması zor ve diğer konuları kısıtlayan bir başlık olduğundan, örneğin arzu kavramının benzer doğası ve tarihi içine girme riskini göze almıyorum.

Yaşam biçimlerinin içeriğinin (yani nelerden oluştukları kadar, ne hakkında olduklarının da) gerçekten simgesel olduğunu kabul etmemizin bir başka nedeni de endüstrileşmenin tüketim malları dünyasını böylesine karmaşık ve ayrıntılı bir hale getirmiş olmasıdır. Yalnızca üretilen malların miktarı önemli şekilde artmamış, aynı zamanda bu malların herkesin ulaşabileceği bir hale nasıl geldikleri, nasıl piyasaya sunuldukları ve takas edildikleri gibi konuların her biri de kendi içinde birer hizmet biçimi, dolayısıyla birer tüketim malı olup, pazarlarda satılabilir hale gelmiştir. Eğer bu özete boş vakitleri değerlendirme ekonomisi içinde pazarlanan malları, örneğin güzel bir manzaradan hoşlanmak ya da bu manzaranın resminin yapılması yoluyla temsili ya da bu resmi çoğaltan bir baskı tekniğinin kullanılması gibi deneyimleri ve bunlara ek olarak da bütün pazarlama hizmetlerini ve söylemsel açıklamaları da katacak olursak, tüketici kültürünün özdekselliği üzerinde durmanın biraz yanıltıcı olduğu açıklık kazanacaktır.

Yaşam biçimlerinin modaya uydurulmasına yardım eden malzemeler, oturma odanızı süslediğiniz sandalyeler gibi dokunulabilir şeyler olabileceği gibi, kullanılan malzeme ve kumaşların şekli, kökeni ve üretim sürecinin nerede ve nasıl gerçekleştirildiği gibi unsurlar da bu kapsama girebilir. Bütün bu ögeler konusunda neler bildiğiniz, taşıdıkları mesajlar hakkında neler düşündüğünüz, onları nasıl değiştirebileceğiniz konusunda kime ve nereye başvurabileceğiniz gibi, konuyla ilgili başka aşamalar da vardır. Yaşam biçimlerinin simgesel yeterlilik (symbolic competence) ilgisi bu yollar aracılığıyla olur. Tüketici kültürünün yaratıcılığını vurgulayan idealist sonuçlara hiç sempati duymayan Lee (1993) bile "Tüketim malı pazardan geçerken... ideal kullanım değerinden ve hayal edilen anlamından uzaklaşarak, yaşanmış deneyimin özdeksel ve simgesel nesnesi haline dönüşür" der (Lee 1993, s. 25); ve şöyle devam eder:

> (geçmişte) Yaşanmış kültürün bir nesnesi olarak kılık değiştirmiş halde de olsa, meta, simgesel açıdan hiçbir şekilde akışkan nitelikte değildir. Şüphesiz ki simgesel olarak şekillendirilebilir durumdadır ve böylece kullanım alanına ve kullanıcılarının kültürel yetkinliğine bağlı olarak çeşitli anlamlar ve önemler kazanır.
>
> (1993, s. 25)

O halde, toplumsal kuram yaşam biçiminin önemiyle ilgilenmeye başlayınca, metanın yetkin bir şekilde kullanılmasının grup üyeliğinin sergilenme biçimi olarak kabul edildiği toplumlardaki yapılar ve uygulamalar, farklı beceri biçimlerinin toplumsal dağılımı ve bunların az bulunan kaynaklara ulaşmanın diğer şekilleri ile bağlantı kurma yolları ve yetkin kullanımla ilgili anlamların üyeler arasında nasıl takas edildiği gibi konularla ilgilenir. Bu konular üç başlık altında toplanabilir gözüktüğü için, simgeciliğin toplumsal düzenlemesiyle ilgili farklı yaklaşım yolları konusunda üç bölüm yazdım. Kaçınılmaz olarak tam ve kapsamlı olmayan, gelişigüzel bir çerçevede ele aldığım bu konuların, kuramsal çalışmanın önemli akımlarının yaşam biçimlerinin sosyolojik çalışması içine nasıl aktarıldığı konusunda bir görüş açısı sağlayacağını umuyorum.

Notlar

1) Bu anlatım şeklini kullanmamın sebebi konuyla ilgili kuramcılardan çok azının yaşam biçimlerini konuyla ilgili bir başlık olarak açıkça kullanmış olmalarıdır.

4
Simgesel Alışveriş

Bu bölümü simgesel alışveriş olarak adlandırdım, çünkü bu bölümde malların kullanımının karşılıklılık ağı içinde ele alındığı kuramları inceleyeceğim. İşe, yaşam biçimlerinin tartışılması gibi yararlı bir konuda yetkinlik kavramının kullanılışını açıklığa kavuşturarak başlayacağım. Bunu, yaşam biçimi uygulamalarında dil kullanımı ile simgesel göstergelerin kullanımı arasında bulunabilecek olası koşutluklara dayanarak yapacağım. Bu ve bunu izleyen bölümlerde bu koşutların modernizmin toplumsal kuramı ile ilgili olanlar tarafından çeşitli şekillerde kullanılmış olduğu anlaşılır hale gelecektir.

İletişim yetkinliği düşüncesinin, birbirimizle ilişki kurabilme konusundaki sıradan bir yeteneği sergilediği savunulmaktadır. Bu ilişki iletişim süreci sırasında benimsediğimiz ve devamlı olarak üzerinde değişiklikler yaptığımız kaynaklar aracılığıyla kurulur. Bu yetkin kullanım modeli, dile egemen olma konusundaki yapısalcı yaklaşımlarla bilinçli bir karşıtlık içindedir. Yapısalcı yaklaşımda günlük yaşamın mükemmel olmayan uygulamaları ile dil düzeninin derin yapılarını kavrayabilen içkin yetkinlik arasında, nitel bir ayrım yapılmaktadır. Bu metin içinde bu tartışmayı

ayrıntılı olarak ele almamız gerekmiyorsa da, insanı deneyimlerinin çeşitliliğini kapsayacak kuramsal yapıların üretilmesinin uygun olduğuna henüz ikna olmadığımı vurgulamam gerekir. Barthes'ın moda giysiler konusundaki çalışması (1983) gibi özdeksel eşyaların anlamıyla ilgili anlatıların etkileme gücünü yadsımıyorsam da, yaşam biçimi uygulamaları ile bu seçimleri yönlendiren yorumlayıcı yetenek arasında temel bir ayrım yapmayı kabul etmiyorum. Zaten, başından beri yaşam biçimi uygulamasının dönüşlü özelliğini vurgulamamın nedeni, değişik yaşam biçimlerinin içerdiği anlamların, bu yaşam biçimlerinin açıklık kazanan uygulamaları aracılığıyla oluştuğuna dikkat çekmektir.

Bununla birlikte, yaşam biçiminin uygulanmasıyla ilgili simgesel beceri kavramını kullanış şeklimin, Douglas ve Isherwood'un savunduğu "tüketim düşüncesinin yeniden toplumsal süreç içine yerleştilmesi gerekir... Tüketim, çalışma güdüsünün de nedeni olan aynı toplumsal sistemin tamamlayıcı parçalarından biri olarak kabul edilmelidir" (1979, s. 4) düşüncesiyle uyumlu olduğuna inanıyorum. Douglas ve Isherwood'u ilgilendiren şey, bizi bu çalışmanın sınırları ötesine götürecek bir proje olarak ekonomik akılcılığın temel biçimlerini geliştirip, yenilemek olmakla birlikte, bunu yapmakla, bu alandaki bütün toplumsal kuramların, eşyaların birer simge olarak daha geniş kültürel kategoriler içinde yerleşik oldukları düşüncesi ile başlaması gerektiğini açıklığa kavuşturmuş olmaktadırlar: "Tüm özdeksel varlıklar toplumsal anlamlar taşırlar ve... (bu yüzden)... kültürel çözümlemenin önemli bir kısmını bu eşyaların iletişim araçları olarak kullanılmaları üzerinde yoğunlaştırmamız gerekir" (1979, s. 59). Eşyaların içerdiği anlamların temeli kurumsal bağlamlara dayanır ve bunlar yorum için gerekli bağlamı oluşturur.

Douglas ve Isherwood için eşyaların kullanımı toplumsal bilgiyi ifade eder, çünkü nasıl bireysellik kendisinin dışa vurulmasına aracılık eden kültürel kaynaklar olmadan varlığını sürdüremezse, eşyaların kişisel tüketim şekli de (bir yaşam biçimi) kültürün gözle görünen kısmını oluşturur. Bu eşyalar insan beyninin tüm ayırt etme yeteneklerini özgürce kullanabilmesini sağlayan görüş ve hiyerarşiler içinde düzenlenmişlerdir" (1979, s. 66). Daha sonraki bir çalışmada (1987), Mary Douglas, yöresel gerçeklerin toplumsal düzeni içine yerleşmiş olan alkolizm seviyesinde içki içme üzerinde odaklanmış birkaç araştırmayı bir araya getirmiştir. Daha alışılmış patolojik bir bakış açısı olan ve içki içmenin sapkın ya da yıkıcı olarak algılandığı görüşe bilerek sırt çevirmiş olan bu araştırmalarda alkol, sosyal toplantıların, toplumsal kimlik ritüellerinin ve toplumsal denetim sistemlerinin bütünleyici bir parçası olarak görülmektedir. Bu çalışmalarda,

alkol kullanımı yaşam biçimi kavramı aracılığıyla bölgesel kültürün konusu olarak bile tanımlanmamaktadır. Bu, belki de, özdeksel malların ütopik alternatifleri simgeleştireceği düşüncesinin daha kolay kabul edilmesini sağlamaktadır.

Tüm kültürlerde güç ve statülerdeki farklılıkları ortaya çıkarmak için kaçınılmaz olarak kullanılan ender rastlanan kaynaklar arasında Douglas'ın dönemsellik –yani yaşamsal etkinlikler için gerekli alışılmış işlerin boyutu ve doğrudanlığı– olarak adlandırdığı şeyler de bulunur. (Douglas 1970). Yüksek toplumsal statünün ayrıcalıkları için gerekli becerilerden biri, bireyin, dönemselliğin kısıtlamalarından kaçabilmesine olanak sağlayabilecek olan, başkalarını idare edebilme ya da teknolojik kaynakları kullanabilme yeteneğidir. Giriş bölümünde kitlesel toplumun simgesel özelliği olarak anlatmaya çalıştığım şey kısmen, dönemselliklerin giderek artan bir şekilde yapay ve rastlantısal hale geldiği düşüncesiydi. Yükselen yaşam standartlarının anlamı pazarların ve teknolojinin daha kolay ulaşılır olmasıdır. Buna karşılık

> dönemsellikler ve statü arasında bir ilinti aramak yapısal çözümleme alıştırmasıdır... Bir melodinin kalıbının zamansal bir şekillenmesi andırımında olduğu gibi, eşyalar da yararlılıklarını iş gördükleri dönemsellikler içinde ortaya koyarlar.
>
> (Douglas ve Isherwood 1979, s. 123)

O halde bu perspektif içinde, yaşam biçimlerini, teknolojiler, ilişkilerin yapıları ve simgesel anlamlar arasında aracılık edebilecek yollardan biri olarak görme olanağımız vardır. Pazar araştırmacılarının yapmayı isteyeceği gibi, yaşam biçimleri için çabucak bir dizi ad sıralayamasak da, yaşam biçimi uygulamalarında kullanılan simgelerin nasıl simgesel bir alışveriş ağı içinde olduklarını görmeye başlıyoruz. Douglas'ın ekonomik davranışlara toplumsal olarak yaklaşması benim tüketim olarak tanımladığım etkinliklerin *kültürel üretim modelleri* olduğu şeklindeki düşüncemi netleştirmektedir. Eşyaların kullanımı ve aralarındaki farklılıkların ayırt edilmesi sonucunda, kendilerine has karşılıklılık mantığı ve değer estetiğine sahip, farklı tipte toplumsal ilişkiler oluşturuyoruz. George Simmel ile ilişkilendirdiğimiz toplumsal kuramsallaştırmaya özgü olan şeyler işte bu kurumsal dinamiklerdir.

Para felsefesi konusundaki en önemli kitabında (1978, tartıştığım konularla ilgili olarak özellikle bkz. 6. Bölüm) Simmel de ekonomi söyleminin ötesine geçmeye çalışmaktadır. Önsözde "bu incelemelerin tek bir satırı bile ekonomi ile ilgili bir ifade olmak amacında değildir" (Frisby

1992, s. 80) diyen Simmel, alışverişi (başka söylemler içinde de yer alsa bile) daha çok toplumsal bir gerçek, bir toplumsal ilişkiler ağı şeklinde algılanması gereken bir olgu olarak ele alma çabasındadır. Bu ilişkilerin paranın kullanımı ile geçerlik kazandığı gerçeği simgesel ve dolayısıyla toplumsal başka karmaşıklıklara yol açar: "Para ancak, nesnelerin yalnızca diğer nesnelerle ilişkili değişim değerleri üzerinden bir değere sahip olduğu 'göreceli bir dünya görüşünün' kucaklanması sonucunda 'olanaklı' hale gelir." (Shad 1990, s. 229).

O halde para, nesneleri doğal anlamlarından uzaklaştırarak, işlevlerinden ve bireysel zevklerden bağımsız oldukları yeni, kültürel bir söyleme dönüştürür. Simmel ekonomik ilişkileri değiştirmenin toplumsal yapısını (her ilişkinin iki yanlılığını gösteren süreç içinde) iki sonuca daha dikkat çekerek ortaya koyar. Bunlardan birincisi, modern dünyada –ekonomik birleşmenin karşılıklı toplumsal bağımlılığının güçlenmesi için– para tüm biçimleriyle daha önemli bir hale geldikçe, bireysel katılımcılar olarak bizlerin, geleneksel toplumunkilere oranla ekonomik ilişkilerden daha uzak kalabilmemizdir. Ve benzer şekilde, üretimin karmaşık ayırt edicilik mekanizması tüketicileri pazar stoklarına daha bağımlı kılsa da, sıradan bir tüketici bile satıcılar arasında kendi seçimini yapmakta eskisinden daha özgürdür (bkz. Simmel 1991 a).

Simmel'in görüşleri ile ilgili bu değerlendirmeye onun paranın doğası ile ilgili kuramı hakkında bazı noktalara dikkat çekerek başlamamın üç nedeni var. Bu nedenlerden birincisi mal, toplumsal düzenlemeler, özellikle de moda kurumu üzerinde daha kapsamlı bir tartışmaya yol açmasıdır. İkincisi, Simmel'in parayı kuramsallaştırma yöntemiyle ilgili özel yaklaşımının –yani hiçbir şeyin tek başına var olarak bir anlam ifade edemeyeceği görüşünün– çalışmaları içinde üzerinde en sık yorum yapılan özelliği olmasıdır. Tüm toplumsal olaylar ilişki *biçimleridir* ama, aynı zamanda diğer ilişki biçimlerinin de *içeriği* olarak varlık gösterirler. İşte Simmel'in toplumsal proje –sosyalleşme çalışması– tanımını belirleyen şey temel bir gerçek düzeyi saptamaktaki bu olanaksızlıktır. Para kuramı ile başlamanın bir üçüncü sebebi bunun Simmel'in ilgilendiği konularla ilgili bütün diğer özellikler için gerekli bir zemin oluşturan modernizm konusunu gündeme getirmesidir.

Bu noktalar, toplumsal bir kurum olan moda ile başlayarak yaşam biçimlerinin öneminin kuramsal olarak kavranması için bir bağlantı kurulmasına yardımcı olabileceklerinden, her birinin üzerinde daha ayrıntılı biçimde duracağım. Moda bizim ilgi konularımız açısından uygun bir konu başlığıdır, çünkü belirgin bir biçimde, tüketici endüstrilerinin

gelişmesiyle canlanmış bir davranış modelidir. Şüphesiz, farklı moda biçimlerindeki değişimin dinamiği, yaşam biçimi oluşumunun daha geniş süreçlerini yansıtacaktır. Bu konulara yeniden döneceğim, ama şimdilik Simmel için modanın yalnızca modernizme has bir konu olmadığını, aksine onun biçim ve içerikle ilgili karşılıklı bağımlılık tezinin kalıcı bir göstergesini oluşturduğunu belirtmek isterim (1971a). Modaya uymak, hem toplumsal kimliğinizi onaylayan, bütünün içeriğinde olduğunuzu ve onun bir parçasını oluşturduğunuzu belgeleyen bir göstergedir, hem de aynı zamanda, birey olarak kendinizi başkalarından ayırt etmenizi sağlar. Nedelmann (1990), Simmel'in bu kopyalama ve farklı olma kutupları arasındaki etkileşimle ilgili olarak, alışılmış sebep sonuç benzetmesi yerine, bir çember metaforu kullandığını öne sürer ve "bu süreçlerin kendi momentumlarını kendilerinin yarattığını gösterir: Çevirisi güç bir terimle, onlar *eigendynamisch*'lerdir" der (s. 244).

Bununla birlikte moda sürecinin özelliklerinden olan birleştirme ve ayrım yapmanın gelgitleri yalnızca bir düzeyde işlemezler. Sosyal sınıflara ayrılmış bir toplumda seçkinlerin, daha düşük sınıflar tarafından taklit edilir edilmez, o modayı terk etmeleri durumu daha da karmaşıklaştırmaktadır. Bu yüzden sınıfın kendi içindeki yatay süreçler kadar, sınıflar arasında da dikey bir alışveriş süreci bulunmaktadır. Özellikle, moda konusunda eğitim yapan öğrencilerin, grupların toplumsal yapılan, orta-yolcularla, gelişmelere ayak uydurmakta geride kalanlara karşılık, yenilikçilerin farklı ilgi alanları ve yaklaşımları gibi konulara ilgi göstermeleri gerekir. Daha önce de bahsedildiği gibi, moda dünyasının yarattığı özellikle ilginç olan bir tip, moda olan farklılıkları (başlangıçta) algılayabildiği için kendisi ile öğünen züppe ya da güzellik düşkünüdür. Yeniliklerin rolü yerleşik eğilimlerin böylesine sınırlarında olduğu için, Simmel yaşam tarzları ile bağlantı kurar: "Hafifmeşreplerin moda konusundaki öncülüklerinin sık rastlanan bir olgu olması alışılmadık şekilde düzen dışı gelişmiş yaşam biçimlerinin bir sonucudur" (1971a, s. 311).

O halde moda hem döngüsel, hem de geçiş süreci içinde bir toplumsal eylem biçimidir. Döngünün herhangi bir noktasında her zaman bir başka döngüye doğru bir geçiş süreci içindesinizdir; aynı şekilde bir başka tezinde (Simmel 1994) açıklığa kavuşturduğu gibi, bir köprüyü geçmek ya da bir kapıdan içeri girmek her zaman hem o anda yaşanan bir olaydır hem de bir geçiş sürecidir. Bu sürecin dinamikleri durağan ya da değiştirilemez değillerdir, ama genellikle modernizmi tanımlayan bir özellik olan yenilikler –yani metropoller tarafından harekete geçirilir. Moda olan değişimin dinamikleri metropollerde geniş çapta hızlandırılmıştır ve endüstriler

toplu pazarlar için modaya uygun farklılıkları sağlayabilecekleri fırsatlara sahiptirler: "Bir şeyin modanın değişimine uğrama hızı arttıkça, o şeyin *ucuz* ürünlerine olan gereksinim de o kadar artar" (1971a, s. 318). O halde, toplumsal bir kurum olan moda, Simmel'e göre iki role hizmet etmektedir. Bu hizmetlerden birincisi, modanın Simmel'in toplumsal kuramındaki konularla ilgili bir araç olması ve ikincisi de kendisinin metropollerle ilgili görüşü içindeki bütünleyici rolüdür. Benim şimdi üzerinde duracağım boyut budur.

Her ne kadar, Simmel'in metropol yaşantısı ile ilgili en tanınmış çalışması 1971b) genellikle Tönnies ile ilişkilendirilen bir tez olan topluluğun (cemaat) kaybına bir başka çeşitleme oluşturduğu düşünülerek okunmaktaysa da, sanırım Simmel'in modernizmle ilgili görüşleri bundan çok daha karmaşıktır (bkz. Frisby 1985). Bununla birlikte, metropolün modernizmin motoru olarak görüldüğü açıktır. Metropol, özellikle de uygar yaşamın yeni biçimleri için bir odak noktasıdır; bu yüzden bir zevkler ve farklılıklar dünyasıdır ve bu dünyada tüketim üretimden çok daha fazla önemlidir. Buna rağmen, Simmel'in anlattığı her şey gibi, metropol de iki yüzlü bir tanrıdır – birey hiçbir zaman bir kalabalıkta olduğundan daha yalnız ya da terk edilmiş değildir ve doğanın boşluğu ancak şehir karmaşasının prizmasından bakılarak görüldüğü zaman estetik hale gelir (Simmel'de sınırların ikiliği ve özellikle de metropol yaşantısıyla ilişkisi için bkz. Weinstein ve Weinstein 1993).

Dolayısıyla metropol, toplumsal ilişkilerin altında yatan mekânsal bir olgu değil, mekânı kullanan toplumsal bir olgudur. Sosyolojik olarak, metropol simgecilik aracılığıyla gündeme gelen– içinde simgelerin karşılıklı olarak daha karmaşık toplum tabakalarını ima ettiği ve anlamların öneminin yalnızca dönüşlü olarak ve devamlı bir yenilik süreci şeklinde anlaşılabildiği bir süreçtir. Modernizmin durmaksızın farklılaşan eşyalardan oluşan dünyası, ne yalnızca basit bir zenginleşme süreci, ne de doğrudan bir yabancılaşmadır. Metropolün kültürel zemini, bireylerin kendi bireyselliklerini zenginleştirebilecekleri birçok yeni potansiyeli bir arada sunar.

Yaşam biçimi uygulamalarına çok yakın bir şekilde değinen, biçimlerle ilgili çalışmayı değerlendirebilmek için devamlı değişen bu odak noktalarını kavramak gereklidir. (1991b; aynı zamanda bkz. Nedelmann 1991). Simmel burada uygulamalı sanatla saf sanat arasında önemli bir ayrıma yer verir, birincisi pratiktir ve: "Bir araçtır –dolayısıyla kendisi dışında bir amacı vardır– oysa sanat eseri hiçbir zaman bir araç değil, sonuçta yine kendisine varan bir çalışmadır" (1991 b, s. 67) Pratik çalışmalar sanat eserlerinin tarafsız özerkliklerinden daha az önemli değildirler ama,

onlara birer sanat eseri gibi bakılması işlevlerini yanlış yönlendirir. İşlevsel nesneler ister istemez paylaştıkları ortak dil açısından doğru biçimde değerlendirilmelidirler. Özellikle, biçimselleştikleri için, yani biçimdeki devamlılıkları yakalayıp kullandıklarından, içindeki aşın bireyselliğin yatışmış olduğu bir bütünleşme derecesine ulaşabilirler: "Modern insanı biçime öylesine güçlü bir şekilde çeken şey, kişisel olanın ortaya dökülmesi ve gizlenmesidir ki, bu biçimin özüdür" (1991b, s. 69).

Simmel'in simgesel malların anlamı ile ilgili tanımı yapısal biçimlerin karşılıklılığı içinde anlamlar bulmaya çabalar, ama karşılıklılığa bir karşıtlıklar değişimi olarak yaklaşmaz. Simmel'in görüşüne göre, simgesel malların düzenlenmesi ve kullanımında onlarla tasarımlar olarak değil, bir ilişkiler ağı olarak ilgileniriz. Özellikle özdeksel kültürün nesnelleştirilme diyalektiği ve kişisel anlamın öznelleştirilmesi, iş bölümünün motor gücü ile yönlendirilir. Bu durum, yalnızca farklılaştırılan bir üretim süreci olmaktan ziyade, simgesel alışverişin yukarıda tanımlandığı şekilde özelleşmesi şeklinde anlaşılmalıdır (bkz. Simmel 1978, s. 453-79). Yirminci yüzyılın kitlesel ekonomileri içinde, yaşam biçimlerinin çeşitliliği belki 'sihirbazın çırağı' benzetmesi ile kavranabilir. Simmel tek bir yaşam biçimi içinde ya da tek bir dille yaşamakla birlikte, yerel toplum düzenin kaçınılmaz gözüktüğünü söyler. Ancak seçeneklerin birden fazla olması halinde, tüm seçeneklerimize dönüşlü bir tutumla yaklaşmaya zorlanırız. Bir kitlesel ekonomide değişimin hızlı temposu daha çok ve karmaşık farklılıklar için değişime olan gereksinimi yine kendisi yaratır.

Hızlı değişim sürecine hem toplumsal biçimlerin parçalanması, hem de simgesel düzende hissedilen kaçınılmaz kararsızlık duygusu eşlik eder. Frisby'nin işaret ettiği gibi: "O halde moda, daha genel bir süreç olan zaman bilincini farklı bir anlamda vurgulamanın bir parçasıdır" (1985, s. 99). Kitlesel toplumlarda yaşayanlar her şeyin ne kadar çabuk değiştiğini dolayısıyla gelecekle ilgili olasılıkların ne kadar çabuk ortaya çıkacağını fark etmeye, değişim üzerinde bir toplumsal bilinç birikimi olduğunu görmeye zorlandıkları için: "Yalnızca ortaya çıktığı gibi kaybolanı moda olarak görürüz" (1985, s. 99). Bu düşüncelerdeki bazı ögelerin, yine değerin kullanım ya da işlevin gerçekliği ile ilgili herhangi bir öğretinin etkisinden kurtarılması konusunun vurgulanmasından yola çıkan, beklenmeyen bir yankısı da Baudrillarad'in çalışmasında bulunabilir. İngilizceye çevrilen en yeni kitabının açılış cümlesinde Baudrillard, "simgesel alışveriş artık modern toplumun düzenleyici ilkesi olmaktan çıkmıştır" (Baudrillard, 1993, s. 1) der. Simmel'in öngördüğü simgesel anlamın geçici olduğu gerçeği kültürel olarak egemen bir duruma gelmiştir: "Her yerde, her

alanda tek bir biçimin egemenliği hüküm sürüyor: Tersine çevrilebilirlik (reversibility), döngüsel ters çevrilme (cyclical reversal) ve yürürlükten kaldırma (annulment) olguları zamanın, dilin, ekonomik alışverişin, birikim ve gücün tekdüzeliğine son vermiştir " (s. 2).

Baudrillard da toplumsal moda kurumunun çağdaş modernizm içinde daha genel bir kavram olan hızlı değişimin ve anlam yabancılaşmasının görsel olarak sergilenmesi olduğuna dikkat çeker: "Modada göstergelerin basit etkileşim hızı bizi büyüleyecek kadar çarpıcı hale gelir – referans sistemlerinin kaybının yarattığı büyülenme ve yükseklik korkusu" (1993, s. 87). Bu alıntıda iki sav vardır. Bunlardan birincisi anlamı belirleyen toplumsal ögelerin ele geçirilmiş olması, böylece sergilenen modanın gösterge ve simgelerinin hiçbir mantığa uymadan ortalıkta dolaşabilmesidir. Baudrillard şöyle devam eder: "Artık moda göstergelerine has hiçbir özel belirleyicilik kalmamıştır, bu yüzden sınırsız değişim ve değişim sıralamasında değişiklik yapabilme özgürlüğü vardır" (s. 87). İkincisi, bunun sonucunda ortaya çıkabilecek anlamsızlık varsaydığımız kadar dehşetli değil, daha çok "büyüleyici"dir. Yani bu –6. Bölümde yeniden üzerinde duracağım– bir çeşit yanılsamadır.

Baudrillard'ın savının özü, ekonomik değer gösterenlerinin (signifiers) –yani para birimlerinin– gerçek değere sahip gösterilenlerle (signified) herhangi bir ilişkiden anndırılmış olduklarıdır. Buna, özellikle yirminci yüzyılın ikinci yarısında ortaya çıkan ikiz süreç, yani bir tüketim ekonomisinin gelişmesiyle ortaya çıkan ve paranın kendi başına bir mal olduğu yolundaki spekülasyonlar neden olmuştur. Öyle ki: "Pazardan uzaklaştırılmasıyla para, alışverişle ilgili tüm mesaj ve göstergelerden arınarak, özerk ve gerçeğe benzemeyen bir kopya (simulacrum) haline gelir, kendi içinde bir mesaj oluşturur ve alışverişi yine kendi içinde gerçekleşir" (1993, s. 22 bkz. Simmel ve Baudrillard arasında bağlantı sağlayan Shad 1990) Paranın köksüzlüğü, nesnelerin anlamını onların toplumsal özdekçiliğinin ortaya koyduğu ya da saptadığı varsayılan yöntemlerin geçirdiği genel devrimin en gözle görünür örneğidir. Bu yüzden, iletişim sistemleri dışına çıkamayız: "Gerçeklik ilkesi değer yasasının belirli bir evresine rast gelir. Bugün tüm sistem bir belirsizlik içindedir ve tüm gerçekler, kodlar ve simulasyonların hiper gerçekliği tarafından özümsenmiş bulunmaktadır" (Baudrillard 1993, s. 2).

En ürkütücü haliyle bunun anlamı " politik, toplumsal, tarihi, ekonomik, vb. gerçeklerin, simulasyonun hiper gerçekçi boyutu ile çoktan birleşmiş olması, bu yüzden artık tamamen estetik bir "gerçeklik sanrısı" içinde yaşıyor olduğumuzdur" (1993, s. 74; bkz. çağdaş toplumun hiper

gerçeği Eco, 1987 ve Baudrillard, 1988). Toplumun, emeğin değeri kuramı aracılığı ile Marx'ın çözümlediği kapitalist ekonominin ötesine geçmesinin kaçınılmaz sonucu, tasarımın duyumsallığı ile bir rüyalar (karabasanlar) dünyasına sürüklenmemizdir. Gösterge ile eşya arasındaki ilişkinin, ya da daha doğru bir deyişle, tasarımın düzeninin, Baudrillard'ın çağdaş kültürel tarih tanımı için çok önemli olduğu açıktır. Bu yüzden onun gerçeğe benzemeyen simulacrumların üç kuralı olarak adlandırdığı şeyleri burada kısaca tanımlayacağım. (1993, 2. Bölüm, aynı zamanda bkz. 1983).

Bir şeyin taklidini oluşturmak, onu temsil etmek, onun yerine geçebilecek bir şey sağlamaktır ve Baudrillard'a göre, simulacrumlar ya da temsil araçları, ancak geleneksel ya da feodal toplumsal düzenlerin denge kaybı sonucunda ortaya çıkan olgulardır. Dolayısıyla, ilk simulacrumlar dönemi Rönesans'tan Sanayi Devrimi'ne kadar devam eder ve sahtecilik (counterfeit) olarak adlandırılır. Çünkü bu dönemde göstergeler doğayı taklit eder gibi görünmüşlerdir. Bu düzen yerini, pazar değerleri için göstergeler yaratılması anlamına gelen endüştrileşmede üretimin makineleşmesi düzenine bırakmıştır. Ama bu sürecin mantığı nesnelerin doğal anlamlarını kaybederek bir üçüncü döneme yönelmelerini gerektirmektedir. Bu dönemde simulacrumlar, Benjamin'in seri üretim çağında sanat eserlerinin anlamları üzerindeki tezini (1970) yalanlayacak şekilde, çoğaltılabilmek amacıyla tasarımlanır. "Üretimin kendisinin bir anlamı yoktur: Toplumsal sonluluk (social finality) seri üretim içinde kaybolur. Simulacrumlar tarihe egemen olur" (Baudrillard 1993, s. 56).

O halde, artık toplumsal bir kurum olan modanın bu tezlerin bazılarını nasıl örneklediğini daha iyi anlayabiliriz. Moda olan şeyler, ister giyim eşyaları olsun, ister mobilyalar ya da tatil yerleri olsun, saygınlıklarını yaptıkları işle değil, o işi yapış biçemleriyle kazanırlar. Bu yüzden moda kendi söyleminin dışına seslenmeyen bir temsil düzeyidir. Baudrillard moda dünyasının "hafif" göstergeleri olarak adlandırdığı ve yukarda bahsi geçen şeylerle, daha geleneksel kurumlar olan politika, ekonomi, bilim vs. dünyalarının "ağır" göstergeleri olarak adlandırdığı şeyler arasında bir ayrım yapıyorsa da, "her iki dünya da aynı anda, ama eşit olmayan şekilde, ayırt edici ve kayıtsız simulasyon modelleridir, yani değerin yarattığı yapısal oyunlarla birleşmeye yatkındır" (1993, s. 87; ve tartışma süreci içinde her türlü eleştirel söylem biçimi olasılığını ölümcül bir şekilde göz ardı ederek). Modayı çarpıcı kılan onun akıldışılığıdır, bunun tam olarak nedeni moda olan farklılıkların zemininin özdeksel gerçeklere dayanmayıp, bunların kesinlikle görsel göstergeler olmasıdır. Kullanarak ve başkalarının kullanımına karşılık vererek, sergilemenin ve değişmek için değiş-

menin dramatik zevkini biz de tadıyoruz. Gerçeğin estetik yanılsamasını oluşturan da işte bu kendi kendine yeterliktir. "moda teatral bir toplumsallık amaçlar ve kendi kendisini eğlendirir" (Baudrillard 1993, s. 94).

Baudrillard burada durmuş olsaydı, eninde sonunda moda olan farklılıkların toplumsal bir düzenlemesi ve örneklemesi olan yaşam biçimlerini geçici şaşkınlıklar olarak görenlerin (Baudrillard'ın kendisinin de bazen destekler göründüğü bir görüş) tüm korkularını doğruluyormuş gibi görünecekti. Moda, yaşama bir anlam ve amaç kazandırmaya çalışırken, Shakespeare'in deyişi ile, hiçbir şey anlatmayan bir gürültü ve öfke karmaşası olacaktı. Bununla birlikte, Baudrillard aşırı toplumsallaşmada bile yıkıcı bir potansiyel görmektedir: "Modaya zaman zaman bu başkaldın gücünü veren, akılcı ve akıldışı olanın, güzelin ve çirkinin, yararlı ve zararlının ötesinde, bütün kriterlerinde var olan ahlaksızlık, egzantrikliktir" (1993, s. 94) O halde, bu kendi kendine gönderme yapma özelliğinin yapısal oyunu içinde, sahip olduğu düzen eksikliğinden dolayı tehdit edici bir gösterge anarşisi vardır: "Moda ahlak dışıdır... (ve o)... tüm gücün kendi göstergelerini elde etmek için kazanmaya zorlandığı, bütün göstergelerin göreceli olduğu bir güç cehennemidir" (1993, s. 98). Başkaldırmış anlamsızlığın gücü düşüncesi Baudrillard'ın yaklaşımındaki bazı noktaların neden alışılmamış kışkırtmalar olarak kabul edildiği ve marjinallerin yaşam biçimlerinin bazı özelliklerinin neden post-sosyalist devrimci politika olarak görülmeye başlandığının bir göstergesidir.

Bu bölümde bahsi geçen kuramcılar her biri kendi çok farklı yöntemleriyle tüm yaşam biçimi tanımlarını, örneğin kompakt disk sahibi olan ve bir sağlık kulübüne üye olup, oraya her zaman devam eden üye sayısının nüfusa oranı gibi, özel ayrıntıların alanından uzaklaştırmış bulunmaktadırlar. Bunun yerine, daha geniş bir alanı kapsayan modernizmde değer kavramının dinamiği açısından anlaşılır olabilmeleri için, bu etkinliklerin önemi ve anlamı tartışılmaktadır İnsanların kendi yaşam biçimlerine ve başkalarınınkine önem verdikleri gerçeği, geleneklerin temel yapılarından çoğunun yıkıldığı bir devirde, işlerliği olan toplumsal bir düzenin tartışılması olarak görülmelidir. Yaşam biçimlerinin dengeleyici mekanizmalar olarak ne kadar başarılı oldukları sorusunu daha ilerki tartışmalara bırakmak zorundayız: (itiraf edilmese de) şimdiye kadar tanımladığım kuramsal yaklaşımlarda güçlü kötümserlik izleri olduğu açıkça görülmektedir. Gelecek bölümde simgesel değerlerin tartışılmasından ziyade gelişmesi üzerinde duracağım.

5
Simgesel Sermaye

Bir önceki bölümde, tüketim mallarına modern toplumdaki simgeler olarak yaklaşmak üzere düzenlenmiş alışveriş ağları üzerinde odaklanan toplumsal kuramları inceledim. Birçok noktada, ekonomik değer metaforunun simgesel değeri aydınlatmak için nasıl kullanıldığına dikkat çektim. Bu metafor bizi, bu bölümde betimlenmesi gereken kuramlara ulaştıracak. Bunun nedeni, değer birikimleri ister yağlı boya tablolar, ister para simgeleri isterse de gelecek ürün üzerinde hak sahibi olmak gibi erişme olanağı olan bir potansiyel olsun, bu birikimlerin değiştirilebilmeleri ve biriktirilebilmelerinin mümkün olmasıdır. Marksist geleneğin de önemle vurguladığı gibi, bu birikimler kurumsallaşmış gücün tüm biçimleriyle ayrılmaz bir şekilde bağlantılı olan sermayeye dönüşeceklerdir. O halde, benim birinci bölümün başında kabul ettiğim gibi, genelde yaşam biçimleri olarak sözünü ettiğimiz toplumsal tüketim düzeninin, toplumsal yapının varlığını sürdürmesiyle çok yakından bağlantılı olacağı görülmektedir. İşte bu yüzden bu sürecin dinamiklerini daha dikkatli bir şekilde gözden geçirmemiz gerekmektedir.

Alışverişten sermayeye geçişin mantığı sözü edilen yazarların da gözünden kaçmamıştır. He ne kadar, Douglas ve Isherwood geleneksel toplumlardaki gelir düzeylerinde görülen büyük farklılıklar yüzünden, tüketim biçemlerindeki farklılıkların da çok büyük olacağının tahmin edilebileceğine işaret etmişlerse de, gelişmiş ekonomilerdeki kalıplar bu kadar net değildir. Belli bir beğeni biçiminin düşük ya da yüksek sınıf konumuyla ilişkili olacağını kestirebilmek güçtür. Douglas ve Isherwood bunun yerine, modern bir toplumun, o toplumda hangi tür mal tüketiminin egemen olduğu göz önüne alınarak katmanlandırılmasını ön görürler. Önce bir dizi temel mal, ardından endüstriyel üretim aracılığıyla elde edilen teknolojik kökenli mallar ve nihayet hizmet sektörünün ürettiği ve enformasyon olarak tanımlanan mallar dizisi. Douglas ve Isherwood, üçüncü diziden diğer iki gruba oranla çok fazla tüketen kişilerin, bu enformasyon mallarını yönlendirilebilecek kaynaklara ulaşımı denetleyerek, bu sektöre girişi kısıtlayabilecek bir sınıf oluşturduklarını öne sürerler.

Bu grubun üyelerinin böyle davranmalarının nedeni, enformasyon üzerinde denetimi ele geçirmekle elde ettikleri statünün kendilerine normalden fazla ödül sağlaması; ve bu denetim olanağını simgesel değerleri yönlendirmekte kullanabilecekleri için, kendi beğeni ve farklılıkları adına daha da çok ayrıcalıklar sağlayabilmeleridir. "İnanılan odur ki, üretici sistemin hizmet sektörüne girmek, önce enformasyon türü malları tüketen toplumsal sınıfa girmekle kolaylaştırılmaktadır" (Douglas ve Isherwood 1979, s. 182-3). Bu ayrıcalıktan

> yüksek ücret almak isteyen, hizmet sektöründe kazançların yüksek olduğunu görebilen ve sahip olduğu özel tüketim alışkanlıkları ile değerli enformasyon mal ve hizmetleri dizisinin bir bölümündeki kalemler (mallar) konusunda, son derece hassas bir değerlendirme yapabilecek biçimde eğitilmiş olan birey yararlanacaktır.
>
> (1979, s. 183)

O halde, ustalıkla idare edilmesi sonucu kuşaklar boyu ayrıcalıklı olmayı garantileyecek sermaye biçimi yalnızca mal birikimi değildir; bir meta dünyasında *farklılıkların nasıl ayırt edilebileceği bilgisi* de, sermayenin bir başka biçimi, eşit ölçüde önemli, hatta daha fazla kazanç sağlayan simgesel şeklidir. Daha genelleştirirsek, modernizm süreci içinde yeni bir profesyoneller ve entelektüeller sınıfının ortaya çıkarak güç kazandığını öne sürebiliriz; üstelik bu grup, ayrım (discrimination) kriterlerini –yani yaşam biçimlerini– idare etmekte iyi olduğu kadar, bu yeteneğini önemsemek için de güçlü sebeplere sahipti.

Her ne kadar, bu konu bir grup yazar tarafından ele alınmışsa da, daha çok Pierre Bourdieu'nün çalışmaları ile, özellikle de onun kültürel ayrımlar konusunda yaptığı önemli bir çalışması ile ilişkilendirilmektedir (1984). Douglas ve Bourdieu'nün çalışmaları arasında daha başka bağlantılar da bulunmaktadır, ama ikisi de birbirinin çalışmalarını düzenli olarak referans göstermemişlerdir. Örneğin her ikisi de bütün simgeleştirme şekilleri için bir model olarak dil yetkinliğinin önemi ile ilgilenmişlerdir[1] ve her ikisi de, yapısal belirlemelerin soyut mantığı ile kişisel yaratıcılığın parçalanmış-mikro öznelliği arasında bir orta yol aradıklarını öne sürmüşlerdir. Belirttiğim iki nokta da, Bourdieu'nün toplumsal eylem kuramıyla ilgilidir ve onun günümüz Fransa'sındaki tüketim seçenekleri ile ilgili çalışmasını (özel bir eylem modeli olarak) doğrudan ele almadan önce açıklığa kavuşturulmaları gerekmektedir.

Başkalarının davranışlarını anlamak konusunda Bourdieu, onların (başkalarının) açıklamalarını yeterli kabul edemeyişimizin olağan olduğunu düşünmektedir. Bunun nedeni, kendisinin nesnelci kuram olarak adlandırdığı ve öznenin deneyimini olanaklı kılan koşulların neler olduğunu sorgulayan kurama olan bağlılığıdır. Bununla birlikte, bu geleneksel sosyolojik yaklaşım yeterli değildir. Bir nesnelci, dünyanın içinde yaşayan herkes için aynı olduğunu kabul edemez. Yeterli bir uygulama kuramının herhangi bir nesnelci tanımın altında yatan temsil (representation) koşullarını da sorgulaması gerektiğini öne sürer (bu özet genel olarak Bourdieu'nün 1977'deki çalışmasına dayanmaktadır.) O halde, ancak kuramla, bu kuramın açıklamaya çalıştığı eylemler arasındaki ilişkinin sahip olacağı bilinçle çözümlenebilecek, sınırsız bir geriye dönüş (infinite regress) hareketinin ortaya çıkma tehlikesi bulunmaktadır. Bu bilinç, olasılığın yapısal koşulları ile özne'nin bu olasılıklan kullanması arasındaki diyalektiğin gerekliliğinin fark edilmesi ile dışa vurulduğu, bir kendi durumunun farkında olma bilincidir.

Sanıyorum, Bourdieu'nün toplumsal uygulamanın dönüşlü özelliği derken söylemek istediği de budur. Dönüşlü kavramının bu şekilde kullanılmasının getirdiği önemli sınırlamalar olduğunu kısaca açıklamaya ve bölümün bir sonraki kısmında dönüşlü kavramının yaşam biçimlerimizi anlamak açısından farklı bir kullanılış biçimi olduğunu anlatmaya çalışacağım. Şimdilik, toplumsal yaşamı yalnızca öznelerin bir dizi kuralı izlemeleriyle oluşan bir sonuç olarak gören yaklaşımı Bourdieu'nün yadsıdığını görmek yeterli olacaktır. Çünkü "*Kuralların* yerine *stratejiyi* koymak demek zaman kavramının ritim, yönelim ve geriye dönülebilirlik özellikleri ile birlikte yeniden tanımlanması demektir" (1977, s. 9; italikle yazılmış kelimeler eserin orijinalinde olduğu gibi vurgulanmışlardır). Aynı za-

manda, özneleri yaratıcı biçimde özerk olarak görme konusunda da ayrıca bir karşı çıkış vardır. Bu çelişkili durumu çözmek için Bourdieu dil benzetmesine başvurur. İşe, Saussure'le ilgili olarak dil, *langue* ve söz, *parole* arasında bir ayrım ile başlar. Tahmin edilebileceği gibi, Bourdieu, Saussure'un nesnelciliği olarak gördüğü, konuşmayı ve daha genel olarak da toplumsal deneyimi, yalnızca dilin kurallarının uygulanması olarak gören yaklaşımı önemsememektedir. Hatta buradaki başarısızlığı toplumsal kuramın genel bir yetersizliği olarak görür: "Kültür kavramının... ya da toplumsal yapının oluşumunun... kuralları uygulama şeklinde bir davranış kavramının oluşturulmasını çağrıştırdığını göstermek zor olmayacaktır" (1977, s. 24).

Bununla birlikte, Bourdieu bunun alternatifinin, kendisinin Amerikan köken yöntembilimcileri ile ilişkilendirdiği aşırı öznelcilik tuzağına düşmemek olduğu konusunda ısrarlıdır. Alternatif, "dilin nesnel ilişkileri ile dilbilimsel yetkinlik oluşturmak için yapılan düzenlemeler" (1977, s. 84) arasındaki diyalektik ilişkiye doğru yaklaşmaktır ve bu "*dışsallığın içselleştirilmesi ve içselliğin dışsallaştırılması arasındaki bir diyalektik*"tir (s. 72, italikler orijinalde olduğu gibidir) Bu diyalektik, dil uygulaması açısından garip olmadığı gibi, aynı şekilde toplumsal yapı ile birey arasındaki kavramsal karşıtlık için de geçerlidir – böylece Bourdieu, kendi görüşüne göre, bu diyalektikle yapısalcılığın geleneksel modellerini aşmaktadır (daha genel olarak toplumsal güç yapılarında dil konusunda bkz. Bourdieu 1991).

Bourdieu'ye göre bu diyalektiğin kurumlaşma yolu, onun ortaya attığı en önemli kavram olan habitus aracılığıyla mümkündür. Habitus "dayanıklı, sırası değiştirilebilir (transposable) *düzenleme* sistemleri, yapılaştıran yapılar (structuring structures) olarak işlev görme eğiliminde olan oluşturulmuş yapılardır (structured structures)" (1977, s. 72; italikler orijinaldeki gibi); yani habitus, kültürel düzenin nesnel gereksinimlerinin, bireyler için tahmin edilebilir davranış yolları olarak kaydedilmesini sağlayan bir mekanizmadır. "Habitus, gerçek bir stratejik planın ürünü olmayıp, tarafsız olarak stratejiler şeklinde düzenlenmiş bu hareketler dizisinin kaynağıdır" (1977, s. 73).

Bourdieu için, genel olarak cinsiyet farlılıklarına göre düzenlenmiş ilişkilerdeki yapılar ve özel olarak da bu ilişkilerin örneklenmesi, örneğin, Cezayir'de Berberilere ait geleneksel bir evdeki mekânların düzenlenmesi, bu sürecin anlaşılması için önemli bir açıklama oluşturmaktadır. (Douglas 1973, araştırmanın yeni baskısı). Her ikisi de evin içinde oluşturulmuş dişi ve erkeklere ait mekânlarda ve evin içi ile dışı arasında bir dizi karşıtlık saptayan Bourdieu, yapısalcı ilkeleri izliyor gibi görünse de, kendi görüşüne göre onun yaptığı daha çok, yaşanan dünyanın biçimlerinin burada yaşa-

yanlarca nasıl sorunsuzca algılanabilir olduğunu anlamaktır: "Habitus, içinde çeşitli toplumsal düzenlemeler barındıran, kendine has mantığı içinde, toplumsal dünyanın kültürel bir sınıflandırmasının yapılmasına izin veren ve 'algılamayı sağlayan bir prizma'yı tanımlayan kavramsal bir çerçeveyi temsil eder" (Lee 1993, s. 31).

Dil kullanımı örneği, habitusun nasıl işlediğini kavramaya çalışırken bir kez daha başvurabileceğimiz kavramsal bir model oluşturur ve sergileme (exposition) ile ilgili özel bir kelime dağarcığının oluşmasına yol açar. Bu yüzden Jenkins, habitusun ilkelerini tanımlama yollarını ararken, kolayca dil felsefesinden elde edilen düşüncelere doğru kaymaktadır: "Toplumsal olarak yetkin edimler, sınıflandırılmış bir bilgi sistemine açıkça başvurmadan, bir alışkanlık sonucu yapılan ve öznenin mutlaka 'ne yaptığını bilerek' yapması gerekmeden ortaya çıkan olgulardır" (Jenkins 1992, s. 76). Şüphesiz, bu durum, bireysel "eğilimlerdeki" yaratıcılığın doğasını ve boyutlarını açıklama dışı bırakırken, olumlu açıdan bakıldığında, bölgesel koşulların yaratabileceği olasılıkları da tarihsel bir bağlama yerleştirmiş olur: "Bir ortak eğilimler, sınıflandırıcı kategoriler ve üretken planlar bütünü olarak habitus, hiçbir şey olmasa, kolektif tarihin bir ürünüdür... olağan kabul edilerek yaşanan, nesnel gerçeğin iyi bilinen bir gereksinimidir" (Jenkins 1992, s. 80).

Habitus Bourdieu için toplumsal gerçeğin nesnelliği ile kişisel deneyimin öznelliği arasındaki yaşamsal bağı oluşturur. Bu yüzden, başlangıçta kültürel seçeneklerin özgün çeşitliliğiymiş gibi görünen duruma açıklık kazandırmak için habitus kavramını kullanabilmemiz gerekir:

> Aslında... gerçekleri ve gerçek olmayanları anlatma yolları arasındaki farklılık... toplumsal mekânın olası konumlarının çeşitliliğiyle çok yakından ilişkilidir ve dolayısıyla farklı sınıf ve sınıf dilimlerinin özelliği olan eğilimlerden oluşan sistemlerle (habitus) sıkı sıkıya bağlıdır.
>
> (Bourdieu 1984, s. 5-6)

Önemli olan, "sıkı sıkıya bağlı olmak" sözcüklerinin, bu karakteristik beğenilerin tanımlayıcı pazar araştırması raporlarından daha fazla bir anlama sahip olduğunu öne sürmesidir. Beğeniler, daha ziyade, konuyla ilgili özneler için anlamlı evrenler tanımlayan üretken ilkelerin sonuçlarıdır. O halde artık dikkatimizi, "Bu yüzden, yaşam biçimleri, habitusun planları aracılığıyla ortak ilişkiler içinde algılandıkları zaman, toplumsal olarak yeterli gösterge sistemleri haline gelen sistematik ürünlerdir ("seçkin", "kaba" vs.'de olduğu gibi.) (Bourdieu 1984, s. 172; aynı zamanda bkz. Jenks 1993) şeklinde ortaya konulan önemli tartışmaya çevirebiliriz.

Çeşitli noktalarda belirttiğim gibi, habitus, nesnel olasılıklar ve aracıların diyalektiği ve *sınır duygusu*, ya da yaygın tanımıyla *gerçeklik duygusu* özlemleri (yoluyla), Bourdieu'nün 'kendi rastlantısallığının doğallaştırılması' dediği şeyi yaratır (1977, s. 164; italikler orijinalinde olduğu gibidir). Ancak, sırf bilişsel düzeninin gelişigüzel olması yüzünden, uygulama sırasında habitus, Bourdieu'nün yaşanan dünyanın yanlış algılanması şeklinde adlandırdığı, sistematik bir bozulmaya yol açacaktır. Kaçınılmaz ve önemli olarak bunun ardından gelen şu olacaktır: "Tüm üyeler, kültür aracılığıyla ve kültür içindeki gerçeğin varlığını benimseyip onun bilincine vardıkça, ister istemez ve fark etmeden, mevcut güç ilişkilerinin yapısı üzerlerine yüklenecektir. (Jenks 1993, s. 13). Burada üzerlerine yüklenecektir sözcüklerinin kullanılmasıyla amaçlanan, bir habitusun etkisi altında oluşan yanlış algılamanın, Bourdieu'nün simgesel şiddet olarak adlandırdığı olgunun bir şekli olduğuna dikkat çekmektir.

Habitusun bilişsel düzeninin Althusser'in ideolojik devlet mekanizmasının ortaya çıkardığı sorunlar yüzünden sıkıntı çekmesi gerekeceği düşünülebilir – yani devlet mekanizması öylesine boğucu bir güce sahiptir ki, bırakın karşıt güçleri, her türlü kültürel çeşitlilik, açıklanması güç bir anormallik haline gelebilecektir. Bununla birlikte, Bourdieu, toplumsal sınıflar içinde ve arasındaki sınırsal farklılıklar üzerinde, neyin sorgulanabileceği ve neyin tartışılmayacak kadar olağan olduğu konularında çatışmalar çıkması olasılığına yer bırakmaktadır. Benim için bu çatışmanın nasıl sürdürüldüğü açık değilse de, bu durumun, çoğumuzun simgesel şiddet uygulaması olarak algılayacağımız şeyle –yani kuşaklar boyunca, yeteneklerin kazanılabileceği olanaklara ulaşma konusunda var olan sınıf farklılıklarını yeniden üreten yollarla– ilgisi olduğuna şüphe yoktur.

Uygulamada bu, simgesel uzmanlığın kültürel olarak baskın olanların ayrıcalığı olduğu ve seçilmiş gruplarla sınırlı olduğu anlamına gelir. Dışlananlar ise Bourdieu'nün tanımıyla, uygulamadaki uzmanlık (practical mastery) üzerinde yoğunlaşmaya zorlanırlar. Böylece "egemen pedagojik çalışmanın, özellikle orta öğretimde, ağırlıklı olarak, bu simgesel uzmanlık konusunun *örtülü biçimde* aşılanmasına dayanacağını" göstermeye çalışmıştır (Jenkins 1992, s. 108; italikler orijinalindeki gibi; Aynı zamanda bkz. Bourdieu ve Passeron 1990). Erişime sunulan farklı becerilerin özellikleri ortaya konduğunda, Bourdieu'nün bunu izleyen yorumu şöyledir: Ayrıcalıklı olanların kültürel söylemleri için gerekli estetik farklılık ve tutumlar simgesel uzmanlık sahibi olanların habitusunun bir parçasıdır (bkz. 1984, özellikle 1. Bölüm), böylece ayrıcalıklı olmayan-

lar, kendilerini bu ayrıcalıktan mahrum eden şeyleri yeniden üretmeye acımasızca zorlanırlar (ayrıca bkz. Rigby 1991, 4. Bölüm; Fowler 1994).

O halde, simgesel yeniden üretimde uygulanan şiddet, ayrıcalıkları kullanacak kadar güçlü olanların bu ayrıcalıklarının korunmasına yönlendirilmiştir ve dolayısıyla bu ayrıcalıklar da bir sermaye biçimi oluşturan bir çeşit mal sayılırlar: "Ayrıntılı bir çözümlemeye girmeden, akademik niteliklerin kültürel sermaye için, paranın ekonomik sermaye için sahip olduğu anlama geldiğine dikkat çekilmesi yeterli olmalıdır" (Bourdieu 1977, s. 187). Jenkins bu yaklaşımın, kültürü hem modern dünyanın toplumsal düzeni için çok önemli kıldığına, hem de onu sınıf mücadelesi için hem amaç hem de araç haline getirdiğine işaret etmiştir: "Kültür ve kültürel ürünlerin bağlı olduğu kurumlar olan sınıflandırma ve kayıt (meşrulaştırma), insanların onlar *aracılığıyla* savaştığı, onlar *için* savaştığı şeyler ve *üzerinde* savaştıklan zemindir" (1992, s. 120; italikler orijinalindeki gibi).[2]

Bu dönemsel önemin ana nedeni, geleneksel toplumsal düzenin bireyler arası stratejilerinin, modernizm içinde yeni toplumsal sermaye biçimleri olarak nesnelleştirilmiş olmalarıdır. Böylece Bourdieu ile ilgili tartışmamın başlangıç noktasına dönecek olursak, söylemsel (kültürel) yeterliğin konusunun bu sermaye biçimlerinin kendileri olduğu görülür: "O halde entelektüeller (egemen sınıfın egemen dilimi), simgesel sistemlerin mantığını, sınıflar ve sınıf dilimleri arasındaki mevcut ilişkilerin çoğalmasına katkısı olan ayrımlar üretmek için kullanırlar." (Featherstone 1991, s. 89). Kültürel sermayenin konusunun, seçkin kültürel yeteneğin, sahip olunan niteliklerde ve mallarda nesnelleştirilme yollan olduğuna, bu simgesel malların benimsenmesinde yararlanılan konuyla ilgili eleştirel söylemlere ve etkinliklere de dikkat çekmeye çalıştım (toplumsal katmanlaşmayı açıklayan, kültürel sermaye düşüncesinin kullanımı ile ilgili çalışmalan gözden geçirmek için bkz. DiMaggio, 1994).

Bourdieu'nün çağdaş Fransız yaşam biçimi ile ilgili çalışmasını konu almamın nedeninin ve simgesel sermaye başlığı altındaki çalışmanın kuramsal mantığının açıklık kazanmış olacağını umuyorum. Bourdieu kültürel (ya da simgesel) malların elde edilmesi ve yönlendirilmesinin toplumsal organizasyonu ile ilgilenmektedir, çünkü bu organizasyonun yapısı ile ekonomik sermayenin toplumsal organizasyonlarının yapısı hemen hemen aynı tutulmuşlardır. Bununla birlikte, kültürel sermayelerini doğuştan sahip oldukları haklar yoluyla elde etmiş olanlarla, bunu yalnızca eğitimin sağladığı niteliklerle elde edenler arasında önemli bir fark olduğu için yukarı sınıfın hiçbir zaman homojen olmama gibi önemli bir niteliği olduğunu akılda tutmalıyız.

Gerçek tüketim uygulamaları, yani elde etme ve yönlendirmeye, bir iletişim kodu kullanımının sergilenmesi şeklinde yaklaşılmalı ve bu uygulamalar meşru kültür dünyasının (her zaman gizlice) dayattığı ve bu dünyaya giriş koşullan arasında en hararetle aranan ve bir "estetik düzen" olarak da bilinen, uygulamalar olarak kabul edilmelidir (Bourdieu 1984, s. 28). Bu uygulamaların sizin için ve var olan diğerleri için ne anlama geleceğini bilmek, daha çok dil kullanımında sergilenen iletişimsel yetkinlik gibidir: "Simgesel malları kullanmayla ilgili davranışların, özellikle de kusursuzluk nitelikleri olarak kabul edilenlerin, "sınıf" kavramının en önemli göstergelerinden birini ve seçkinlik stratejileri için de ideal silahı oluşturduğu anlaşılabilir" (1984, s. 66).

Özellikle hepimizin bu kadar iyi bildiği biçimsel farklılıklar dünyasını nasıl yorumlamamız gerektiği anlamında, bu kuramsal çerçevenin ardından gelecek olan şey nedir? Çoğunlukla *Distinction* (*Seçkinlik*) adlı kitaptan alınma birkaç cevap sıralayacağım... Bunlardan birincisi, sınıf temeline dayanan yaşam biçimlerinin farklı ögelerinin birbiriyle uyumlu olacağını tahmin etmenin olanaklı olduğudur. Yani bir kişinin hoşlanacağı resim ya da müzik gibi belli bir alandaki zevkini bilmek çözümlemecilerin belli bir güven içinde, o kişinin yemek ya da doğum kontrolu gibi başka alanlarda da seçimlerinin ne olacağını tahmin etmesine de olanak sağlayacaktır. Bu tür önermelerin genellikle utanç verici olduklan duyumsanır. Çünkü bu durum bireylerin, yaptıkları seçimlerin yalnızca kendi kişilikleriyle sınırlı olduğu şeklindeki inançlarını zedeleyecektir. Şüphesiz daha çok şey bilindikçe, üsluba ait daha ince ayrımlar da hem olanaklı hem gerekli hale gelecektir. Bununla birlikte, oldukça genel bir çözümleme seviyesinde kalındığı sürece Bourdieu'nün çizdiği haritanın sunduğu üç sınıfsal beğeni düzeyinin –yukan, aşağı, orta sınıflar– geçerli olduğu görülmektedir. Bu üç düzeyin de kapalı kültürel evrenler olduğu düşüncesi süphesiz ki arkadaşlıkların ya da evliliklerin neden ender olarak yaşam biçimi sınırlarının dışında kaldığını açıklar gibi görünmektedir.

Sanırım bu anlattıklanm içinde dikkat edilmesi gereken ikinci nokta, haritalama metaforuyla, analitik odak noktasının yavaş yavaş daraltılması sonucunda daha ayrıntılı bir tablo ortaya çıkacağının öne sürülmesidir. Örneğin "yemek yeme alanları" çizelgesine (1984, s. 186) bir göz atın. Bu çizelgede kültürel ve ekonomik sermayenin varlığı ve yokluğu, cinsiyet farklılıkları, yemek hazırlamak için harcanan vakit ve toplumsal statü gibi birbiriyle kesişen değişkenlerin birbiri ile etkileşimde olduğunu göreceksiniz. Bu unsurlar zengin, kuvvetli, yağlı, bol tuzlu gıdalan sevenlerle, daha rafine, hafif, sağlıklı, doğal tatlılıkta gıdaları seçenler arasında beğeni

kalıpları elde etmek için kullanılırlar. Burada da analizin mantığı yaşam biçimi ayrımları ile ilgili herhangi bir alanda, gittikçe daha ayrıntılı hale gelen aynı beğeni kalıbı anlatımlarının üretilebileceği şeklindedir. Bununla birlikte böyle yapmakla, üçüncü nokta tarafından, kelimelerin olduğu gibi nesnelerin de, kendi içlerinde değil, diğer nesnelerle olan ilişkileri aracılığıyla anlam kazandıklarını hatırlamak konusunda uyarılmış oluyoruz. Dolayısıyla "dedektif hikâyeleri, bilim-kurgu ya da çizgi filmler avant-gard edebiyat ve müzikle mi ilişkilendirildiklerine yoksa düşündürmeden yalnızca zevk verecek türde bir eğlence çeşidi mi oluşturduklarına bağlı olarak, yüksek prestijli kültürel değerler olabilecekleri gibi, sıradan değerlere de indirgenebilmektedirler" (s. 88).

Bourdieu bu ayrıntıların birbiriyle etkileşimini fark etmekle bize, kendisinin robot gibi kuralları izlemekten ziyade toplumsal ilişki stratejilerine verdiği önemi hatırlatmaktadır. Bu durum, onun, kültürel sermayeye sahip olanların yerleşik beğeni sınırlarıyla oynamak için hem beceriye hem de güvene yeterince sahip olacakları şeklinde bir düşünce geliştirmesini de mümkün kılmaktadır. Öte yandan cehaletin koruyucu zırhından ya da eğitim yoluyla gelişen kendine güvenden yoksun oldukları için, alışılmış geleneksel beğenilere en çok saygı gösterenler aracı küçük burjuvalardır.[3] Yine de, bütün bunlarda daha somut ve metodolojik bir anlam bulunmaktadır. Habitus ve yaşam biçimleri hakkındaki kitap Bourdieu'nün daha önce topladığı araştırma sonuçlarına dayanmaktadır. Bourdieu ekonomik ve kültürel sermaye, vs. arasındaki farklılıklarla ilgili analitik cephaneliğin sistematik seçenek kararlarının saptanmasında kullanılabileceğine inanmaktadır. Aynı zamanda, "toplumsal mekânın (–öznelci bir yanılgıdan kaçış için gerekli–) nesnel bir mekan" olarak oluşturulması "tanımladığı olguyu şeyleştiren... geçici bir nesnelcilik"dir (1984, s. 246).

O halde dördüncü nokta, yaşam biçimi çözümlemesinin, nesnel biçiminin ötesine geçmesi ve birbiriyle yarışan sınıf ve sınıf dilimleri arasındaki çatışmaların etkileşimleri karşısında her zaman duyarlı kalması gerektiğidir. Bu çatışmaların ifadesi için özellikle önemli olan şey, kültürel aracılar şeklinde de adlandırabileceğimiz söylem uzmanlarının (hiçbiri kendilerini başkalarının beğenilerindeki yanılsamaları "okumakta" en yetkili söylem yapıbozucuları olarak niteleyebilecek olan Bourdieu ve taraftarlarından daha uzman olmayan) ortaya çıkmasıdır. Kapitalizmin son dönemlerinde, işçi sınıfının hızla yayılmasının yarattığı hareketlilik yüzünden toplumsal olarak yerlerinden oynatılmış bu kişiler, müzik, gıda, ev döşeme vs. gibi konularda yorumcuların önerilerine açıktırlar. Uzman yorumcular büyümekte olan bir dergi ve yaşam biçimi önerilerine ayrılmış diğer türdeki

medya yorumcuları aracılığıyla halka duyurulurlar; bununla birlikte, öneriler genellikle aşırı bir yaşam biçimi kaygısını yerici bir yaklaşımla yapılır.

O halde yeni uzmanlık alanlarının doğuşu Bourdieu'nün çalışmalarından çıkarılacak beşinci noktadır ve bu konu Mike Featherstone tarafından da vurgulanmıştır (1991, Bölüm 3 ve 4; aynı zamanda bkz. gelecek bölümde Bauman'ın yaklaşımı). Bu yeni uzmanlıkların rolü, kültürel ürünler üreten yeni endüstrilerin açtığı sahalardan ve bölümün daha önceki paragraflarında üzerinde durduğumuz kültürel anlamların kökten değişime uğramasından kaynaklanır. Lee'nin de vurguladığı gibi:

> "Tüketim mallarının... insanlar tarafından toplumsal ilişkiler oluşturmakta ve bu ilişkilerin haritasının çizilmesinde simgesel koordinatlar olarak kullanıldığı doğruysa da, koordinatların söylemsel çerçevesini saptarken, bu gerçeğin bizi, reklamcıların, tasarımcıların, pazarlamacıların ya da satış noktası stratejistlerinin gücünün göz ardı edilebileceği varsayımına yöneltmemesi gerekir. (1993, s. 38-9)

Yaşam biçimi seçeneklerinin anlamına Bourdieu'nün kavramsal yaklaşımı açıkça önemlidir, çünkü bu yaklaşım, modernizmin sonraki dönemlerinde, sosyo-kültürel ayrımların neden giderek daha çok kültürel biçimler aracılığıyla dışa vurulur olduğunu anlamamıza yardımcı olacaktır. Bunun da ötesinde, özellikle, sanayi sonrası toplumlarda herhangi bir şekilde güçten ya da yapısal ayrıcalıkların sömürülmesinden söz eden bir rapor, onun simgesel şiddet ve simgesel sermaye kavramlarını kullanmak. zorunda kalacaktır (örneğin bkz. Lamont ve Fournier, 1992'de toplanan çalışmalar) Bourdieu, bu yaklaşımı kullanarak, belli bir sınıf içinde (ekonomik ya da kültürel) sermaye sahibi olmanın farklı biçimlerinin, spor, beslenme, sanat, dekorasyon ve genel anlamda boş vakitleri değerlendirme gibi konular karşısında oldukça belirgin farklılıkta beklentilere sahip, çeşitli beğeni düzenleri oluşturacağını açıklayabilme olanağını kazanmıştır. Onun çalışmaları, gösteri toplumlarında (societies of spectacle) gerek dönüşlü bilinç ve gerekse entelektüel fraksiyonların ideolojik kör noktaları konularında yapılabilecek tüm açıklamalar için önemli bir katkı oluşturacaktır.

Bütün bunlar okunması çok ilginç bir çalışma ortaya çıkarmaktadır. Çağdaş toplumsal yapı ve değişimlerle ilgili konularda çalışmaları olan diğer yazarlar, yaygın olarak Bourdieu'den alıntılar yaparlar ve kendi eserlerinde onun yaklaşımlarını aktarırlar. Bununla birlikte, insan, büyüleyici ampirik ayrıntılar ve bu ayrıntıların üzerinde "asılı" olduğu kuramsal yapının, en iyi olasılıkla rastlantısal olduğunu düşünmeden edemez. Pazar araştırmaları nasıl önce toplumsal beğeni kalıplarıyla ilgili ayrıntıları tanımlayıp, ardından

bu kalıpların üzerine "açıklamalar" adı altında tanımlayıcı etiketler yapıştırmıyorsa, Bourdieu'nün araştırma verileri de işleyen bir beyin tarafından kaçınılmaz olarak aydınlatılabilecek olan kalıplar tanımlayacaktır. Bu açıklamaların inandırıcı olup olmadığı, okuyucunun konuyla ilgili yapısal etkenler olarak kabul ettiği şeyler hakkında başka neler bildiğine bağlı olacaktır.

Savage ve arkadaşları tarafından yapılan ve üçüncü bölümde kısaca sözü edilen orta sınıfın yaşam biçimleri ile ilgili çalışmalardaki (1992) eleştirilerin altında da bunun yattığını sanıyorum. Savage ve arkadaşlan "Bordieu'nun esas katkısının orta sınıflar içindeki egemen gruplarla, ikinci derece öneme sahip olan grupların kimliklerini, toplumsal konumlannı ve değerlerini kanıtlamak amacıyla sürekli, ama yumuşak sayılabilecek savaşımlar içinde olduklarını göstermek olduğunu" kabul ederlerken (s. 100), Bourdieu'nün bu savaşımlarla ilgili saptamalarının Fransa dışındaki ampirik gerçekliğin karşılığı olduğunu kabul etmezler. Bu görüşün nedeni "Bourdieu'nün yaklaşımı içinde "yönetsel konumdaki kişiler" için *kavramsal* (ya da ampirik) bir yer olmayışıdır" (s. 102). Bunlar, Savage ve arkadaşlannın kendi çalışmalannda "gösterişsiz tüketim" olarak tanımladıkları yaklaşımlara gönül vermiş olan kişilerdir. Yazarlara göre, Bourdieu'nün ampirik gelişigüzelliğinin ikinci nedeni, onun bir ekonomik sermaye kavramını kullanırken gösterdiği şaşırtıcı titizlik eksikliğidir ve "Bourdieu'nün açıklamalarındaki en son zayıflık ise onun ... belki de orta sınıfın oluşumunda daha önemli bir belirleyici haline gelebilecek olan ev içi ilişkilerle, cinsiyetler arası ilişkileri önemsememiş olmasıdır" (s. 103).

Bundan da önemlisi, Bourdieu'nün dönüşlülüğü kullanış şeklinin zayıfladığını hissediyorum. Daha önce, onun bu yaklaşımının toplumsal hareketin diyalektik özelliklerine dayandığından söz etmiş ve ardından, yaşam biçiminin nasıl oluştuğu konusundaki açıklamalarında bunun örneklendiğini görmüştük. Bununla birlikte, Bourdieu, yaşam biçimi seçeneklerinin anlamlan ve geçerliliklerinin, içinden kaynaklandıklan habitus tarafından tanımlandığı konusundaki fikrine kesinlikle sadıktır ve aslında, aştığını öne sürdüğü yapısalcılıktan kurtulamamaktadır. Aynı habitus kavramının kuralcı belirlenimciliği, eylemcilerin bu tercihleri kendi yaşam biçimleri üzerine yapılmış ironik yorumlar gibi kullanabildiği ya da kullanacağı yöntemleri Bourdieu'nün tümüyle onaylamasına izin vermez. Ben, tam bir dönüşlülük duygusunun bir söylemsel tasarım oluşturması ve dolayısıyla oluşturduğu bu şeyi kaçınılmaz olarak geliştirmesi gerektiğini öne sürmek isterdim (dönüşlülüğün çeşitli kullanım şekilleri Czyzewski 1994'de kolayca anlaşılabilecek şekilde düzenlenmişlerdir; bu terimin toplumsal hareket kuramları için önemiyle ilgili olarak bkz. Sandywell 1996).

Toplumsal hareketle ilgili stratejiler konusundaki düşüncelerine karşılık, Bourdieu'ye göre, öznelci yanılsamaları kabul etmemek konusuna sadık kalmak, habitusun nesnel gerçekliğinin bireyin kişisel davranışlarını kaçınılmaz olarak belirleyeceği anlamına gelmektedir. Sözü edilen habitusu, bir sınıf fraksiyonu gibi tanımlayacak daha net belirlenmiş özelliklere göre değiştirmek, sonsuz bir geri tepkimeyi başlatmaktan başka bir şey değildir. Bourdieu'nün bu konudaki güçlüklerinin en önemli nedeni, toplumdaki yapısal düzenlemelerin bireyler tarafından kullanılış şekline bakmaksızın, bu düzenlemelerle ilgili nesnel gerçeğe olan inancını başlangıçtaki gibi sürdürme gereksinimine olan kuramsal bağlılığıdır. Bununla birlikte, yaşam biçimi stilleri ile ilgili güçlükleri daha fazla gün ışığına çıkartılmıştır, çünkü Bourdieu bu konuda, sermayenin nesnelleştirilmesi ile ilgili kendi vurgusunu önemsemez gibi gözükmektedir: "Pek çok kişi için, Bourdieu'nün modern toplumda kültürün rolü ile ilgili görüşü yalnızca çok karamsar olmakla kalmayıp, aynı zamanda modası geçmiş bir düşüncedir de" (Rigby 1991, s. 123). Nesnelleştirmeleri, yalnızca kültürel sistemlere egemen olabilme oranının daha az ya da çok olmasının sergilenmesi dışa vurumu gibi görmek, sistemler arasında önceden saptanmış ve değişmeyen bir hiyerarşi olduğunu, ya da daha doğru bir deyişle, toplumsal yapıların bireysel deneyimleri sarmaladığı gibi kültürün de kaçınılmaz olarak toplumsal hareketi sarmalayan bir ortam olduğunu düşünmek olacaktır.

Toplumsal hareketle ilgili dönüşlü stratejiler konusunda Bourdieu'nün kendi çözümlemesi –toplumsal hareket için dengeli bir ortam olarak– herhangi bir kültür kavramının kaçınılmaz olarak birçok değişik parçadan oluştuğu mantığına sahiptir. Modernizm döneminin daha sonraki evrelerinde yaşam biçimi uygulamalarına giderek daha fazla ilgi gösterilmesinin önemli nedenlerinden biri, yerleşmiş kültürel düzenlemelerdeki hiyerarşinin kültürel tarih görüşünü belki de çok kısıtlı bir şekilde yansıtması, ama doğal olarak, çağdaş uygulamalar sonucunda bu durumun değişmesidir. Özel durumlarda, hâlâ sosyo-kültürel ayrımlarla ilgili nesnelleştirmelerin ayrıntılarının saptanması gerekiyorsa da, (Donald'ın Bourdieu'nün öznelciliğin oluşumuyla ilgili kuramlarının yeniden yazılması gerektiğini öne sürdüğü gibi) görünen odur ki "Bu süreç pedagojik olanla, uygulamaya yönelik olan (performative) arasındaki çok daha karmaşık bir dinamiği kapsar" (Donald 1993, s. 52).

Bourdieu için kültürel ayrımcılığın anlamının, yeni bir uzmanlık sınıfının doğuşuna dayandığını ve Bourdieu'nün sınıf ve yaşam biçimi arasındaki ilişkiler modelinin, sınıf oluşumlarının ve sınıfsal fraksiyonlar arasındaki belirgin farklılıkların değişebilme olasılığına izin vermesine bağlı

olduğunu vurgulamıştım. Bourdieu'nün çalışmasındaki bu özellikler, modernizmin daha sonraki dönemlerinde kapitalizmin politik ekonomisindeki değişimler konusundaki çalışmalarında Lash ve Urry'nin ilgisini çekmişti. (1987 ve 1994). Bu yüzden beş gelişmiş endüstriyel toplum üzerinde yaptıkları araştırmalara dayanan ve düzensiz kapitalizmin yeni bir evresinin doğuşu ile ilgili varsayımlar ileri sürdükleri ilk kitaplarında yeni bir hizmet sınıfının ortaya çıkışı ile bu sınıfın sermaye ve emek arasındaki ilişkiler üzerindeki karışıklık yaratıcı etkisi üzerinde durmuşlardır.[4]

Bu hizmet sınıfı, güven ve otorite ile ilgili kurumsallaşmış konumlara kaydolmayı meşrulaştıran tavsiye mektuplarını tanımlar ve bunlara ulaşımı denetlemek suretiyle, adının da çağrıştırdığı gibi yerleşik gücün emrinde çalışır. Bu yeni sınıfın biçimi, incelenen beş topluluk arasında değişiklik göstermekteyse de, hepsinde de yirminci yüzyılın ikinci yarısında gücünü önemli şekilde artırmış ve bunun sonucunda "Bilim, profesyonellik ve eğitim alanlarında ... bilgi yüksek oranda benimsenmiştir" (1987, s. 194). Bilgiyi denetleyenlerin gücü, Douglas ve Isherwood'un öne sürdüklerinin aksine, çalışan sınıfın kültürel özerkliğini zayıflatan teknik anlamdaki açıklamalar aracılığıyla meşrulaşmış ve onaylanmıştır.

Bu yapısal değişikliklerin politik ve kurumsal sonuçları "çalışan sınıfın kolektif kimliğini parçaladığı ... varsayılan" değişimlere yol açmış"sa da (Lash ve Urry 1987, s. 285), hizmet sınıfının homojen bir kültürel kimliğe sahip olduğu düşünülmemelidir. Örneğin, Lash ve Urry, farklı sektörlerde çalışanlar arasında, özellikle de kamu sektörü ile özel sektör çalışanları arasında, farklı ilgi alanları olacağını öne sürmektedirler. Böylece, kapitalizmin düzensizliği, pek çok yerleşik kültürel oluşumun bozulmasına ya da temelden değişmesine sebep olacak bir kültürel düzensizliği de beraberinde getirmiş olacaktır. Lash ve Urry, kapitalist düzensizlik içinde politik ekonominin "*kültürel* maya" olarak adlandırdıkları bir temele dayandığını öne sürerler. Biraz daha düşünürsek, çağdaş kültürel mayanın, ancak 'postmodernizmin' ilkeleri aracılığıyla anlaşılabilecek özellikler taşıdığını görürüz" (1987, s. 286; italik orijinaldeki gibi).

Lash ve Urry bu çalışmalarında simgesel sermayenin kuramsallaşması konusunda tekrar tekrar üzerinde durulan bir konu olan, entelektüellerin değişen güçleri ve işlevleri ile ilgili tüm tartışmalara göre önemli bir ilerleme kaydetmişlerdir. Bana öyle geliyor ki, bütün bunlarla uyumlu olarak, yaklaşımlarını ortaya koyabilmek için Lash ve Urry, Bourdieu'nün simgesel sermaye ve habitusla ilgili düşüncelerine başvurmuşlardır. Bu kuramsal kaynağa dayanarak, seçkin sınıf fraksiyonlarının, özellikle de gelişmekte olan hizmet sınıfı içindeki fraksiyonların imajlarını meşrulaştırmak

için, neden postmodern beğenileri ve yaşam biçimlerini benimsemeye zorlanacaklarını açıklığa kavuşturabilmişlerdir. İkinci kitaplarında (1994) yapısal düzensizliğin dinamiğiyle, yapısal değişimin oluşturduğu (yine yapısal değişim tarafından derinleştirilen) ve postmodern biçimler ve eşyalara özendirme konusunun yarattığı ilişkilerle ilgilendiklerinden daha az ilgilenmişlerdir. Şimdilik, karmaşık tartışmaları kısaca özetlemeye çalışmayacağım, ama yine de Lash ve Urry'nin önemli bir yaklaşımlarına dikkat çekmek istiyorum. Bu tartışmalar, gelişen simgesel sermayenin öneminin artmasıyla ilgili anlayışla ortaya çıkmışlardır ve çağdaş toplumsal düzendeki yaşam biçimlerini kavrayabilmemiz açısından önemli etkilere sahiplerdir.

Bu tartışma, Lash ve Urry'nin savları olan "düzenli kapitalizmin ardından yaygınlaşan 'gösterge ve mekân ekonomileri' türünden ekonomilerin yalnızca anlamsızlığa, homojenleşmeye, soyutlaşmaya, anomiye ve öznenin yıkımına yol açmadığı" (1994, s. 3) şeklindeki yaklaşımlarıyla özetlenir. Bir başka deyişle, düzensiz kapitalizmde, toplumsal özneler için hâlâ (hatta eskisinden de fazla) bir çeşit yaratıcı özerklik olanağı bulunmaktadır. Aslında bu yaratıcılığın temeli giderek artan dönüşlülüğe ve özellikle de estetik dönüşlülük için açılmış olan ve hızla artan mekânlara dayanmaktadır: "Estetik dönüşlülük, örgütlenme sonrası kapitalizmin (post-organised capitalism) gösterge ve mekân ekonomileriyle aynı cins bir oluşumdur" (1994, s. 59). O halde, yaşam biçimi konusunda tüketici kültürünün neler vaad ettiğini anlamak için dönüşlülük kavramının, anahtar kavramsal kaynak olarak kullanıldığına bir kez daha tanık oluyoruz. Lash ve Urry, toplumsal değişimle öznelciliğin yeni biçimleri ve toplumsal ilgi alanları arasında tarihsel bağıntılar olduğunu göstermek gayretindedirler: "Yeni toplumsal-yapısal düzenlemeler aracılığıyla açılan birçok pozitif yaşam alanı, özellikle de nesnelerin artan dönüşlülüğünü ilgilendiren alanlar bulunmaktadır" (1994, s. 54).

Lash ve Urry, özel toplumsal koşullar altında gelişen hareket biçimlerine dikkat çekmeğe gayret ederler. Dönüşlülüğü, o özne ile birlikte hareket eden bir benliğin bilinci aracılığıyla bilgilendirilen hareket yollarını –ve dolayısıyla kişisel anlamlarla yüklü davranış şekillerini– anlatmak için kullanırlar:

> Tipik olarak-idealse, geleneksel davranışlarla dönüşlü davranışlar arasındaki farkı ayırt edebiliriz. Bunlardan ikincisi (dönüşlü davranışlar), öznenin rolü açısından birincisine göre (geleneksel davranışlar) daha geniş kapsamlıdır. Alternatif olabilecek araçlar, sonuçlar, koşullar ve hareketlerin meşrulaşması konusundaki seçenekler için daha büyük olanaklar sağlar... ve bu önemli bir kimlik riski içerir.
>
> (1944, s. 50)

Lash ve Urry'nin dönüşlülüğü kullanım şekillerinin, dikkatinizi çektiğim gibi, post-modern kültürde yaşadığını gördükleri yaratıcılığı vurgulama yaklaşımıyla, yani özerklikle, nasıl uyum sağladığını bu yollarla görebiliriz. Estetik dönüşlülüğün, özellikle simgesel ya da göstergebilimsel anlamlama pratiklerinin bilinçli bir yorumunu kapsadığı şeklinde anlaşılması, bu yaklaşımla daha da uyumludur.

Post-modernizm döneminde görülen değişimlerde bu özel dönüşlülük biçimine daha fazla önem verilmesinin nedeni, bu biçimin "mal ve hizmetlerin, yani kültürel endüstri ürünlerinden, uçuş hosteslerinin 'eğitilmiş kalplerine' kadar tüm mal ve hizmetlerin 'tanımlayıcı parçalarından' kaynaklanan bir tasarım yoğunluğu"nu özendirmesi ve bununla ifade bulmasıdır. (1994, s. 6) Günlük hayatta ve yapısal sorunların dış hatlarının belirlenmesinde estetik konulara giderek artan biçimde değer veriliyor olmasının genel anlamda iki önemli yönü vardır. Birincisi yaşam biçimi uygulamasıyla bireysel kimlik arasında doğuştan bir ilişki olduğunun öne sürülmesi (gelecek bölümde üzerinde duracağım bir düşünce), ikicisi ise züppenin (dandy) çekingen estetizminin, artık avan-gard elitlerle sınırlı kalmayıp, daha geniş alana yayılan günlük yaşam estetiğinin bir parçası olduğunu önermesi (1991'de Featherstone tarafından ileri sürülen ve kitabın son bölümünde geliştirilen bir düşünce).

Notlar

1) Her ikisi de ilginç bir şekilde Basil Bernstein'in simgesel sistemlerle sosyo-kültürel ayrımları ilişkilendiren çalışmalarından etkilenmişlerdir

2) Fowler, Bourdieu'nün inancının "Sosyoloji, örnekler vermek yoluyla kültürün anlaşılmasını kolaylaştıran bir bilim olmalıdır, tıpkı Marks'ın tüm toplumsal eleştirilerin kökünün din eleştirisi olduğunu ileri sürdüğü gibi" (1994, s. 129) şeklinde olduğunu özetleyerek bu noktaya dikkat çeker.

3) Bourdieu'nün çalışmasında Fransız üst sınıfının ayrıcalıkları konusunda sezilen genel düşmanlık tonuna rağmen yine de orta sınıf beğenilerine karşı Paris entelektüellerinin beslediği küçük görme yaklaşımının da izleri bulunduğunu hatırlatır (daha genel bir inceleme için bkz. Rigby 1991).

4) Vidich tarafından, yine "toplumsal temelleri ve kültürleri açısından "yeni orta sınıflarla" ilgilenen bir çalışmalar dizisi (her ne kadar Lash ve Urry'ninkinden daha fazla tarihsel bir bakış açısı kullanılmışsa da) yayınlanmıştır (1995).

6
Simgesel Süreç

Daha önceki iki bölümde yaşam biçimi düşüncelerine duyulan popüler ilginin hızla artması konusunu ve bununla ilişkili kuramsal çalışmaları özetledim. İlgi konum günlük yaşamın mal ve hizmetlerinin değişen anlamları üzerinde odaklanan değişimler olduğu için bu iki bölüm boyunca simgecilik konusu üzerinde durdum. Buna göre, bu mal ve hizmetlere farklı bir yaşama biçimi oluşturan davranış ve beklentilerin simgeleri olarak yaklaşıldığı anlaşılmaktadır. Bu değişimler hakkında çalışma yapmış olan her kuramcının gösterge ve simgeleri aynı şekilde kullanmamış olmaları doğaldır. Bu yüzden şimdiye kadar iki grup yaklaşım üzerinde durdum. Bunlardan birincisi simgesel alışveriş yapılan üzerinde odaklanan, ikincisi ise çeşitli simgecilik biçimlerini kullanma konusundaki uzmanlığın sermaye modelleri üzerindeki uzmanlıkla eşdeğer tutulma yolları üzerinde duran; böylece bunlar çağdaş toplumsal yapıların dinamiği konusundaki anlayışımızı zenginleştiren yaklaşımlardı.

Bununla birlikte, her iki grupla ilgili olarak aktarılan açıklamalarda ortak nokta, simgesel ilişkinin –yani bir simgeyi ilgili olduğu şeyle ilişki-

lendiren ve böylece onun anlamını oluşturan bağın– sanayi sonrası toplumlarda çeşitli nedenlerden ötürü giderek artan biçimde gelişigüzel ve kaypak olmaya başladığının fark edilmesidir. Bu ikinci yaklaşıma tepki olarak, bir başka grup kuramcı, simgesel anlamların günlük yaşamın yapısı ve biçimi içine yapılandığı dinamik süreçleri vurgulamaya yönelmişlerdir. Bu yüzden üçüncü bir bölümü de, yaşam biçimi uygulaması ile ilgili simgesel malzemeyi kullanma şekillerinin süreçsel ya da dinamik boyutlarının tamamen farklı yollarla vurgulandığı bazı düşünceleri kısaca özetlemek için ayıracağım.

Konuya, Simmel'in modernizm kuramının bu bölüm boyunca irdeleyeceğim çalışmalarda yankılanan bir yönüne dikkat çekerek başlayabilirim. Simmel ilkesel olarak, bütün toplumlarda bireysel tepkilerin ve algılamaların kaçınılmaz olarak farklı parçalardan oluşan yapısıyla, dış dünyada yapılan müdahelelerin etkileşiminden kaynaklanan somut deneyimlerin biçimleri arasında bir ayrım yapılabileceğine inanıyordu. Bununla birlikte, modernizmin toplumsal gerçeği, modernizmin farklı yenilikleriyle ilişkiyi gerektirmektedir. Modernizmin yapısal özelliği dış dünyanın deneyimlerinin sorgulandığı gerçeğinden kaynaklanır: "Dış dünya bizim iç dünyamızın bir parçası haline gelir. Sonra, dış dünyanın gerçek sorunlarla ilgili esas unsuru sonu gelmez bir akıntıya indirgenir. Dış yaşamın bağlantısız, küçük parçalardan oluşan, birbiriyle çelişkili, gelip geçici anları iç yaşantımız içinde bir araya gelir" (Frisby 1985, s. 62). Frisby'nin üzerinde durmaya devam ettiği gibi, bu durumun toplumsal çözümleme için ortaya koyduğu sorun "bireysel bir iç deneyime indirgenen küçük, bağlantısız parçalardan meydana gelmiş, çelişkili ve geçici toplumsal gerçeği yakalamak nasıl olanaklı olabilir?" (s. 62) şeklinde tanımlanabilir.

Bunun nasıl olanaklı olacağını anlamaya çalışırken, toplumsal kuramın bir kez daha dil kullanımı modeli ya da benzetmesine başvurmuş olması gerektiğini fark etmek şaşırtıcı olmayacaktır. Bunun nedeni, dilin bir kurum olarak, hem iletişim araçlarını, hem de dili konuşanların alışkanlıklarını kapsayacak şekilde, kendi içinde dengeli bir uygulama düzeniyle, çeşitli bireysel ilginçlikleri birleştirmesidir. Eğer insan konuşması için bunun olanağı varsa ki, anlaşılan vardır, o zaman aynı çeşit iki yanlılık toplumsal hareketler –ya da daha genel olarak toplum– için de, daha yaygın şekillerde geçerlidir ve böylece Simmel'in genel olarak toplumsal yaşamla ilgili düşüncelerine koşuttur. Bazı düşünürlerin her türlü toplumsal hareketin, anlamlı anlatım olasılıklarına hükmeden, yapılanmış bir kurallar dizisi olan dil (ya da yetenek) ile, günlük deneyimler sırasında insanların ürettiği ve gramatik açıklamalar olarak nitelenebilecek söz

(ya da uygulama) arasındaki farklılığı çoğaltabileceklerini düşünmüş olduklarına daha önce dikkatinizi çekmiştim.

Sorun, dil paralelinin ve özellikle edim ve yetkinlik arasındaki farklılığın kendi haline bırakıldığında bir dizi başka probleme yol açması, dolayısıyla bir toplumsal eylem modeli olarak başarısız olmalarıdır. Bunun temel sebebi, insanlarla ilgili herhangi bir etkileşim şekli sürecinin (stratejik gelişme akışı) yorumsal yapıların egemen olduğu öznelere indirgenememesidir; bununla bağlantılı olarak, de Certeau'nun günlük yaşam pratikleri ile ilgili çalışmasında "konuşma eylemi (ardından gelen bütün açık anlatım stratejileri ile birlikte) dille ilgili bilgiler konumuna indirgenemez" (1984, s. xiii) dediğini görürüz. Simmel'in bağlantısız, küçük parçalardan meydana gelmiş, geçici toplumsal gerçeğin yakalanması ile ilgili meydan okuyuşuna daha uygun bir cevap olan alternatif yaklaşım, bireysel öznelerin ve hareketlerin yaratıcı ya da yapıcı gücünü vurgulamak olacaktır.

"Sözceleme stratejileri" terimi ile, de Certau'nun ifade etmeye çalıştığı anlamı biraz genişleteceğim. Çünkü ona göre, bu bakış diğer yaşam biçimi çalışmalarını da etkilemiş olan popüler kültürden farklı bir yaklaşım üretmektedir (de Certau hakkında daha genel bilgi için ve Fransız entelektüel söyleminde popüler kültürle ilgili tutumlar konusunda bkz. Rigby 1991). Yukarıdaki paragrafta alıntı yaptığım cümleden sonra de Certau "sözceleme yaklaşımını benimseyerek... konuşma eylemini ayrıcalıklı hale getirmiş oluruz." diyerek devam eder ve konuşma eyleminin dört tanımlayıcı özelliği olduğunu söyler. Bunlar: Konuşmanın bir dil sistemi alanında konumlandığı; konuşmacıların dili kendilerine uyarladıkları; konuşmanın bir yer ve zaman kapsamı oluşturduğu; ve konuşmanın bir yer ve ilişkiler ağı içinde ve "bir başkası" ile yapılmış bir anlaşmayı gerektirmesidir. Bu görüş açısı, konuşmanın temelli-liği (grounded-ness) ya da köken yöntembilimcilerin adlandırdığı şekli ile, konuşmanın endekslenebilirliği'ni (indexicality) açıklığa kavuşturduğu kadar, şüphe yok ki, eylem üzerinde de dinamik bir baskı oluşturmaktadır.

Bu yüzden anlam, bağımlı olma sonucu elde edilen bir şey, okuma, karşılıklı konuşma ve de Certau'nun yaklaşımının gelişimi içinde önemli bir yeri olan, mekânın ustalıkla kullanılması ile geliştirilen bir görüş açısıdır. Söylediğimiz veya yaptığımız şeylerde anlam "orada" ya da çevremizdeki dünyada var olan ve doğru ya da yanlış şekilde değerlendirilecek bir şey değil, toplumsal uygulamanın pratiği içinde oluşturulan bir şeydir. Eğer bu geçerli bir yaklaşım ise, yaşanan dünyanın deneyimleri için olduğu kadar, toplumsal kuram için de doğrudur ve dolayısıyla, de Certau, Wittgenstein biçemi bir düşünceye, kuramın daima günlük lisanın sınırları içinde işlev

gördüğüne, kendisi de katılarak dikkat çeker. Onun konuşma ve dil arasındaki ilişkiyle ilgili düşüncesinin toplumsal hareket pratiği (yani uygulaması) üzerinde nasıl bir baskı yarattığının açıklık kazandığını umuyorum.

Bu yaklaşıma göre, yaşam biçimi amaçlarını ve etkinliklerini yalnızca dışhatları ile belirlemek yeterli olmayacaktır: "Bir sağlık dergisi alan binlerce insan, bir süpermarketteki müşteriler, şehirli mekânlan kullananlar, gazete haberlerinin ve hikâyelerinin izleyicileri– para ödedikleri, elde ettikleri ve "özümsedikleri" şeylerle ne yaparlar? (de Certeau 1984, s. 31). Kullanıcıların uygulamaları ile ilgili sözlükten faydalanabilmemiz ve toplumsal hareketin diğer "nedenlerini" görebilmemiz için konuşma modelinin ötesine geçmemiz gerekir. De Certeau bunun için üç yol önermektedir – oyunlar, açıklamalar, öykü ve destanlar. Dikkat çekici olmayan bu uygulamalarda, özneler günlük yaşamdaki ilginç görüş açılarını yakalayabilmek ve kitlesel topluma ait "malzemeyi" kendilerine uyarlayabilmek için kabul edilmiş bilgi ve söylemleri ustaca kullanırlar. De Certeau özellikle yerleşik mekânlarda toplumsal yaşam oluşturulmasının, yaşanmış mekânlann yaratıcı düzenlemeleriyle ilgili bir karşı görüş olarak öne sürülmesi gerektiğini vurgular; bu karşı görüş, sözlü mizahın dilin belirsizliklerinden yararlanmasının aksine, kabul edilmesi güç kaynakları kullanmanın yollarından biridir: "Bir sistem kapsamındaki kestirmeyollar, kırık parçalar, çatlaklar ve şanslı atışlar... (gibi)... bunlar tüketicinin işlevsel yollarıdır ve nüktenin pratikteki eşdeğerini oluştururlar" (1984, s. 38).

O halde, de Certeau mekânsal pratikler olarak adlandırdığı (ya da özgün dilbilimsel modelle uyum sağladığına dikkat çekmek üzere, yayanın konuşma eylemleri olarak da nitelendirdiği) uygulamaları bu bağlamda vurgulamaktadır. Buradaki düşünce, öznelerin yerleşik toplumsal düzen ve mekânlar arasında ilerlerken, bölgesel bilgilerini doğrulayıp, güçlendiren hikâyeler anlatmalarıdır. Kabul edilmiş ortoritelerin yarattığı bu zorlama düzen, bu bölgesel anlam diyalektlerini bastırmaya çalışma eylemine ister istemez katılacaktır. Bununla birlikte,

> *Ekstra* ve *diğer* şeyler (başka yerden gelen ayrıntılar ve fazlalıklar) kendilerini kabul edilen kapsama ve zorlanan düzene sokarlar... (ki)... düzenin yüzeyi her yerde eksik kelimeler, anlam kaçakları ve sızmaları ile delik deşik olmuştur. (1984, s. 107)

Günlük yaşamla ilgili uygulamalar konusundaki bu anlatımlar arasında dikkat çekmek istediğim üç konu şunlardır: a) anlam durağan değil, hareketli ve devamlı değişken bir kavramdır (kurumsal sektörler arasındaki

değişim hızları farklı olsa da); b) anlam doğası itibariyle tartışmaya açık olduğu için politik bir kavramdır c) anlam nesneleri, etkinlikleri ve mekânlan kullanışımız sonucunda oluşur belirlenir. O halde, Foucault ve Bourdieu, de Certeau'nun öne sürdüğü gibi, kendi farklı yaklaşımları ile, özerk eylemler için yer açmak ister gibi görünseler de, aslında yaptıklarının, hareketin mantığını ters çevirip onu kendi sistematikleştirme söylemlerinin konusu haline getirmek olduğunu öne sürdüklerinde, ortaya çıkan durumun daha önceki kuramsal yaklaşımların yapılanndan kesinlikle uzaklaştınlmış olduğumuz anlamına geleceği açıktır.

De Certeau'nun özdeksel anlamın doğasındaki belirsizliği vurgulamasının ve bunun sonucu oluşan toplumsal anlamın politize edilmesinin çağdaş popüler kültür kuramlan üzerinde etkileyici olduğunu söylemiştim. Bunun bir nedeni, bu yaklaşımın daha "aktif" bir katılımcı beğenisi doğrultusundaki diğer çağdaş yaklaşımlarla iyi uyum sağlamasıdır. De Certeau'nun düşüncelerini uygulama yolunun bir örneği Fiske'nin popüler kültürü devamlı bir savaşım olarak yeniden tanımlayan radikal görüşüdür: "O halde, popüler kültür diline çevrilmek istenen bir metnin, hem egemen güçleri, hem de bu güçlere karşı konuşabilecek ve karşı çıkabilecek ya da onlan daha az önemli olarak kabul edilen, ama yasal güçten tamamen de yoksun olmayanlardan uzak tutabilecek olanaklan içermesi gerekir" (Fiske 1989, s. 25). Halk tarafından yeniden benimsenme konusunda tüm şansını kaybetmiş bu metinler, Fiske'nin görüşüne göre popüler statü üzerindeki haklarını da kaybetmiş sayılıyorlardı ve genel olarak bu tür konular bulunmakla birlikte, "(kültürel endüstriler tarafından) dağıtılanlar tamamlanmış, bitmiş mallar değil, günlük yaşamın kaynakları, popüler kültürün kendi kendisini oluşturduğu ham maddelerdir" (1989a, s. 35). Bununla birlikte, Fiske kendisinin izleyiciler tarafından oluşturulan okuma stratejileri olarak adlandırdığı şeylerden bazılarının, yıkıcı alternatifler sunmayıp, egemen anlamlarla kayıtsızca işbirliği yapabileceklerini fark etmektedir.

Bu perspektifin, örneğin eleştirmen-çözümleyici'nin muhalif göstergebilimsel örneklerle ilgili kendi yorumunu nasıl doğrulatacağı (bkz Fiske 1989b), ya da izleyicinin anlayışının yeterince muhalif olmadığına nasıl karar vereceği gibi, açıkça görülebilen sorunları vardır. İlginçtir ki, Fiske öznelerinin muhalif stratejilerini uygulayabilecekleri, alışveriş galerileri gibi mekânsal konumlanımlann (spatial locations) önemini vurgularken, mekânsal uygulamalarla ilgili bireysel politikalar konusuna, örneğin Cohen ve Taylor'un geleneksel deneyimlerin baskıcı metotlarından kaçış ya da geri çekilme stratejileri olarak tanımladıkları farklı yaşam biçimleri konusunda gösterdiği ilgiden daha az duyarlıdır. Yine, de Certeau'dan kaynaklanan

bir başka stratejide Shields boş vakitlerin değerlendirilebileceği mekânlar üzerinde kurulu yaşam biçimlerinin doğaları gereği liminal –Victor Turner'ın normal toplumsal düzenin dışında olan yerler için kullandığı terimden esinlenen bir kelime– olduklarını öne sürer, çünkü boş vakitlerin değerlendirildiği alanlar, egemen anlam çerçeveleri açısından fazla önem taşımamalarına karşın, "toplumsal düzenlemelere son veren ve onların gelişigüzel ve kültürel doğalarını öne süren liminal karmaşaya açıktırlar" (Shields 1992a, s. 8)

Shields, benim simgesel süreç konusuna ilgi olarak adlandırdığım yaklaşımda önemli başlıklar olan iki noktaya daha dikkat çekmeye devam etmektedir. Birinci nokta etkinliklerin anlamlarının değişken ve çelişkili oldukları düşüncesinin devamıdır. Eğer durum böyleyse, bunun sonucu olarak bireysel tüketicinin belirli ödüller peşinde olan, uyumlu bir öznellik olması gerekmeyip, daha sonu-belirsiz ve doğası gereği ne akılcı, ne de tutarlı olmayan bir kimlik biçimi olduğu ortaya çıkacaktır. Bu düşünceyi geliştirirken, Shields'ın (1992b ve aynı zamanda bkz. Langman 1992) modernizmde gerçeğin parçalanmışlığı şeklindeki Simmel biçemi yaklaşımı daha ileriye götürdüğü açıktır. Bunu yaparken öznelliğin, burjuva ideolojisinin ruhunda olduğu varsayılan akılcı bireyselliğe alternatif bir modelini de, dehşet değil, neşe içinde kutlamaktadır: "Bu *karakterler* özerk, hiçbir yerle bağlantısı olmayan, tek hücreli, kendilerine dönük, burjuva benzeri kişiliklerden ziyade, kendi ördükleri ve vücutlarını boşlukta tutmaya yarayan toplumsal ağlarının ortasındaki örümceklere benzerler" (Shields 1992a, s. 16).

İkinci temaya, öznelciliği yeniden gözden geçiriyor olmamız durumunda, sosyal etkileşim topluluklarının dengesinin de eşit biçimde bozulacağı şeklinde bir anlatımla bir önceki alıntıda değinilmiştir. Artık *gemeinschaft* toplukluklarının kurumsallaşmış geleneklerine dayanmayan Shields, çeşitli alanlara yayılmış, eleştiri ideolojisinden etkilenmeyecek rastlantısal dönüşlülükteki simgesel dillerle ifade edilen beraberlik ağları hayal eder: "Süsleme ve kendini ifade etme amacına yönelik tanımlama ve grup beraberliği için yapılan tüketim yalnızca bir yaşam biçimi için bir araç olmakla kalmamış, yaşam biçiminin hayata geçirilmesi haline gelmiştir" (Shields 1992a, s. 16; aynı zamanda bkz. Chaney 1994, Bölüm 5) Burada tüketici kültüründe yaşam biçiminin anlamı ya özel bir sömürü şekli ya da yerleşik sınıf farklılıklarını örten yeni yapısal statü biçimleri şeklindeki alışılmış görüşlerin ötesinde bir şey olarak düşünülmektedir. Bunların yerine, yaşam biçimlerini kimlik ve toplumla ilgili anlayışlarımızın yerleşmiş yapılarını sorgulayan özel oluşumlar olarak yeniden düşünmek zorunda kalabiliriz.

Bu düşüncelerde sezilen meydan okuma, simge ve gerçek arasındaki alışılmış ilişkinin sorgulanıyor olmasındadır. Simgelerin (örneğin yaşam biçimini çağrıştıran nesnelerin) yalnızca toplumsal gerçekleri temsil edecek ya da onlara karşı çıkacak şekilde hareket etmek yerine, tanım ve yorumla ilgili yeni stratejiler gerektiren özel bir toplumsal gerçek oluşturduklan görülmektedir. Bu aşamada Simmel'in parçalardan oluşmuş bir toplumsal gerçekle yüzleşirken karşılaştığı güçlükleri göğüslemiş olan bir yazardan bahsetmek yararlı olacaktır. Benjamin'in on dokuzuncu yüzyılın ortasında yaşanan Paris şehir kültürü ile ilgili çok önemli ama tamamlanmamış çalışması (1973'de İngilizce olarak kısmen basılmıştır; bununla birlikte, aynı zamanda bkz. Frisby 1985, yorum ve açıklamalar, Bölüm 4; Buck-Mors 1989; Tiedmann 1991) –sosyal değişimin bazı gerilimlerini simgeleştiren toplumsal tipi anlatmak için *flâneur* nitelemesini kullanması dışında– yaşam biçimleri ya da tüketimcilikle ilgisi olmayan bir çalışmadır. Bununla birlikte yaşam biçimlerinin anlamı konusundaki her çalışma için temel öneme sahip iki konuyu gündeme getirir. Birinci konu, şehir kültürünün özelliği ile ilgilidir ikincisi ise daha yöntembilimseldir ve kolektif hayallerdeki simgeciliğin yorumlanması ile ilgilidir.

Üretim süreçlerinin giderek karmaşıklaşması ile hizmetlerin sağlanması konusundaki uzmanlaşmanın birleşmesinin yaşamın her ortamında modanın gelişmesini nasıl kolaylaştırdığına dikkatinizi çekmiştim. Şimdiye kadar yeterince vurgulanmamış olmasına rağmen, hem toplumsal konulann çeşitliliğinde, hem de toplumsal etkileşimin çok cinsliliğinde gözle görülür bir gelişme olmuş olması gerekir. Bunun anlamı, modernizm süreci içinde toplumsal yaşama egemen olan eğilimin, geleneksel toplumların uzun süreli ve dengeli yakınlıklarından, yabancılar toplumunun birbirinden kopuk parçalar halindeki kayıtsız etkileşimlerine doğru kaymasıdır. Benjamin ondokuzuncu yüzyılın alışılmış kalabalık yaşamı ile ilgili yeni görüngübilimin bilinç üzerinde fark edilir bir değişime neden olmasına ilgi duyar – saldırgan kalabalık kavramı, hiç şüphesiz çok daha uzun bir tarihe sahiptir ama, doğası gereği normal olmayan, geçici bir görüngüdür.

> Çünkü doğası gereği, kalabalık –eğer bu kelime toplumsal koşullara uygulanabilirse– aslında bir gösteridir. Bir cadde, bir yangın ya da bir trafik kazası, sınıf özellikleri ile tanımlanmayan insanları bir araya getirir. Kalabalıklar kendilerini bir araya gelmiş somut oluşumlar olarak tanımlarlarsa da, toplumsal olarak, yani özel ve yalıtılmış ilgilerinin sınırlan içinde, soyutluklan devam eder.
>
> (Benjamin 1973, s. 62)

Benjamin için bu yenilik: Kültürel yapımcılar için yeni bir katılımcı grubu kadar yeni bir konu oluşturmasıyla; yeni toplumsal bilinç biçimlerini gerekli kılmasıyla; ve kişisel ve toplumsal deneyimlerle ilgili yeni ilişkiler için bir model oluşturmasıyla birkaç düzeyde anlam ifade eder. Bu düzeylerin her biriyle ilgili özellikleri biraz daha ayrıntılı bir biçimde ele alacağım. Böyle yapmakla uzun ve gereksiz bir şekilde konudan uzaklaşıyormuşum gibi gözükebilir. Oysa, bunu yapmamın nedeni, modernizmin kolektif deneyimleriyle ilgili yeni biçimlerin anlamını kavramamız açısından, Benjamin'in bize, neredeyse parantez içinde, özel bir toplumsal yaşamla ilgili –yalnızca modern deneyime has– birçok şey anlatıyor olmasıdır. Yaşam biçimleri modernizmin bir yeniliği olduğuna göre, sırası geldiğinde, bu biçimlerin içinde geliştikleri ortamlarda da onları aydınlığa kavuşturmakta yardımcı olacaklardır.

Benjamin, kültürün yeni katılımcıları ve yeni konularından söz ederken, şair Baudelaire'i, edebiyat bilincindeki kural tanımaz yabancılaşmanın okunabileceği tipik bir figür olarak ele alır. [Aynı zamanda bkz. Berman'ın Baudeleaire'i modernizm karşıtı bir örnek olarak Marx'a karşı kullanışı (1983, Bölüm 2 ve 3)]. Artık herkesin bildiği bir yaklaşımla Benjamin, Baudeleaire'in Edgar Allan Poe'dan yaptığı bir dedektif öyküsü çevirisine, kalabalığın anonim atmosfer oluşturan bir örü (motif) ve arkasında bireylerin kendi kişisel uyumsuzlukları içinde kayboldukları bir maske olarak işlev görmesi açısından ilgi duyar. Benjamin bu tipik yeniliği (yani dedektif öyküsünü) basında yer alan kısa dedikodu türünde haberler (Fransızcada *feuilletons* olarak adlandırılır), kokteyl saatleri, şehir dedikoduları, diyoramalar (ışıklı levhalar) ve diğer görsel şovlarla, özellikle geçici anları kalıcılaştırdığı için fotoğrafçılıkla, ve bir başka çalışmasında sanat eserinin ruhu olarak tanımladığı şeyin kaybı ile ilişkilendirir (1970; daha genel olarak, Benjamin'in, Paris'te kendi araştırması üzerine çalıştığı sırada, Simmel'in metropol kültüründe entelektüel yaşamın özellikleri üzerinde yazdığı denemesini okumuş olması önemlidir).

O halde, gelişen metropol [Frisby, Benjamin'in çalışmasını ona çok uygun bir şekilde 'modernizmin tarih öncesi' olarak tanımlamışır (1985)] yeni toplumsal oluşumlarıyla uyumlu kültürel biçimler yarattığı gibi, gelişen kitlesel iletişim aracılığıyla yeni toplulukların ortaya çıkmasına da yardımcı olmaktadır. Benjamin, ikinci düzeye geçildiğinde, bu toplulukların yeni toplumsal bilinç biçimleri de oluşturduklarını –özellikle de anılar ve geleneklerle ilgili olarak kullanıldıklarında– öne sürer. Bununla birlikte, onun incelediği esas örnekler, tüketim mallarının giderek kolektif hayallerin bir başka aşamasına, örneğin her şeyin bir arada bulunabildiği

yeni büyük mağazalara (department stores) dönüştüğü durumlardır. Hatta, eleştirel hayal gücünün gizli diyalektiği içinde yüzyıl ortasındaki Paris'i modernizmin habercisi olarak niteler ve tartışmasının büyük bir bölümünde, geçip giden çağın kaybolan yankıları üzerinde durur. O halde, zaman içinde birbirinin karşıtı olan noktalar arasında neyin egemen olacağını aydınlığa çıkarabilmek için devamlı bir hareket vardır. Yeni kültürel biçimler konusunda Benjamin şöyle der:

> Tüm bu ürünler pazara tüketim malları olarak girmek üzereler. Ama henüz eşikte bekleşiyorlar. Pasajlar (arcades), iç mekânlar, sergi salonlan ve diyoramalar hep bu çağın eserleri. Hepsi bir rüya aleminden arta kalanlar... Her çağ yalnızca bir sonraki çağın rüyasını görmekle kalmaz, aynı zamanda onu uyanık kalmaya da zorlar.
>
> (1973, s. 176)

Böylece, her ne kadar Benjamin'in çalışmasına verdiği başlık (*Das Passagen-Werk*) pasajlarla (arcades) ilgili ise de, bu pasajların ne olduklarından çok, kayıplarının neyi simgelediği önemlidir. Pasajların ışıltılı yapaylık içindeki abartılı sosyallikleri, toplumsal yaşamın her alanına yayılan tüketim malları peşinde koşma gibi bir uğraşa dikkat çeker. Bu uğraş, eskiden pazarlardaki kalabalıklann özelliği olan bir çeşit sarhoşluk, ya da uyuşturucunun verdiği cinsten bir canlılık sağlayan bir olgudur. Öyle ki "mallar bayağı bir pırıltı içinde yüzerler" (1973, s. 105). Bu pırıltı onların üretim koşullarını maskeler ve kendi tipik karşılık türünü oluşturur. "Bir müşterinin beğenisi, uzmanlık derecesinin azalması ölçüsünde, önem kazanır –hem kendisi hem de üreticisi açısından." (1973, s. 105) O halde, yeni bir kentli gösteri biçimi olarak kalabalık, kendileri de görsel şovlar ve rüya benzeri hayaller olarak tanımlanan, yeni katılım ve benimseme biçimleri ile bütünleşmektedir. Artık, Benjamin'in (Baudrillard'dan önce) bizi bir modern algılama kuramına doğru yönlendirdiğini anlayabiliriz. Bu kuramda hayali ve yanıltıcı bir bilincin hem üreticiyi ve hem de tüketiciyi aynı biçimde etkilediği ve gerçeğin, hayalin çarpıtılmış biçimini aldığı kolektif bir *bilinçdışı* vardır" (Buck-Morss 1986, s. 109)

Üçüncü düzeye, yani birey ile toplum arasasındaki yeni toplumsal ilişkilere gelince, Benjamin'in yeni gelişen toplumsallığı aydınlatmak için yine bir önceki dönemin bir simgesini kullandığını görüyoruz. *Flâneur*, marjinal tipler içinde en iyi tanınanıdır ve bu kategorinin kapsamına kalabalığın, anonim özelliklerini kabullenmesi çok güç olan fahişeler, boynunda reklam panosuyla dolanan adamlar, (çöp) toplayıcıları ve diğer serseri ve toplum dışı tipler de girer. (Bkz. Buck-Morss 1986 ve 1987).

*Flâneur*ler yaşamlarını pasajların toplumsal ortamına adamış, bu yüzden toplumsal gelenek ve göreneklerin ayrıcalıklı gözlemcileri sayılan bir çeşit züppe erkeklerden oluşmaktaydı. Wolf (1990, Bölüm 3) *flâneur*ün toplumsal tipi ile eşdeğerde dişilerin olmayışının modernizm söyleminde önemli eksikliklere yol açtığına dikkat çeker; ondokuzuncu yüzyıl Paris'inin *flâneur*leri ve onların daha sonraki toplumsal gelişmelerle olan ilişkisi konusunda, Tester'da (1994) yer alan denemeleri inceleyiniz. *Flâneur*lerin ayrıcalıklı tembelliği, kalabalığın telaşıyla oluşan kaba şoklara dayanamadı –Benjamin yazılarında Baudelaire'in kalabalıktan tiksintisini ve onun tarafından büyülenişini anlatır. Yine de Buck-Morss'un öne sürdüğü gibi: "Eğer *flâneur* özel bir toplumsal figür olarak ortadan kaybolmuşsa, bunun nedeni modern oluşumların, özellikle de kitlesel tüketim topluluğunun, *flâneur*lerin temsil ettiği dikkatli gözlemci tutumuna (perceptive attitude) doymuş olması (ve yanılsatan hayallerin kaynağının da bu tutum olmasıdır" (1986, s. 104; bu görüşler Kısım IV'de yeniden ele alınacaktır.)

Buck-Morss'un dikkatli gözlemci tutum olarak adlandırdığı yaklaşım, her ikisi de modern toplumda dönüşsellik kavramını örnekleyen, birbirine benzer iki şekilde iş gördüğünü düşünüyorum. Birincisi, temelde ironik bir yaklaşımdır ve herhangi bir toplumsal düzenleme ve düzenin keyfi olduğunun açıkça algılanması ve bundan zevk alınmasıdır; ikincisi ise izleyicinin kolektif hayallerin baştan çıkarıcılığını hiçbir şekilde kabul etmediği ve muhalefet vaadini sürdürdüğü uzaklaştırıcı bir tutumdur (Jenks (1995b) *flâneur* kavramını bir toplumsal uygulama modeli olarak, kışkırtıcı bir yaklaşımla kullanmıştır). *Flâneur*ün pozisyonu, özellikle bu ikinci anlamda, modernizm dönemi boyunca yankılanan bir kahramanlık biçimi ortaya koymaktadır. Benjamin Baudelaire'den alıntıyla "Züppeliğin Baudelaire için 'çöküş dönemlerindeki kahramanlığın son pırıltılarını' oluşturduğunun" (1973, s. 96) bilincinde olduğunu belirtir. O halde, Benjamin için, şehirli kalabalığın gelişmesi, hem yeni toplumsal düzen biçimleriyle bir çeşit işbirliği, hem de burjuva hayallerinin içini kemirecek bir muhalefet anlamına gelmektedir.

Benjamin'le ilgili tartışmama başlarken, onun ondokuzuncu yüzyılın Paris'i üzerindeki çalışmasında modern yaşamla ilgili her türlü yaklaşım için temel oluşturacak iki konu olduğunu (ve dolayısıyla bu konuların, yaşam biçimi uygulamalarının kuramsallaştırılması sırasında ele alındığını) belirtmiştim. Buraya kadar, şehir kültürü ile ilgili olan birinci konuyu ele aldık. Şimdi kolektif hayallerin incelenmesinde kullanılacak yöntembilim ile ilgili olan ikinci konuya dönüyoruz. Frisby'in Benjamin'den yaptığı alıntıda belirttiği gibi, her şeye rağmen: "Le monde domine par

ses fantasmagories, c'est... la modernite" (birbiri ardından gelen hayallerin egemen olduğu dünya... modernizmin ta kendisidir) (1985, s. 187). Bir dönemin ve kültürün kolektif hayallerinin izlerini kullanma çabası içinde, Benjamin kaçınılmaz olarak geleneksel toplumsal kuramın sınırlarını dışına çıkıyor ve daha özel olarak da Marksist kuramın ilkelerine meydan okuyordu. Eleştirel kuramın Frankfurt Ekol'ünde bile çalışmasına gösterilen tepkiler çeşitliydi. Cohen (1993), kültürün önemsiz ve artık malzemelerini değerlendiren; psikanalitik terapiye yakın bir eleştiri kavramı öne süren;tüm duygulara ve özellikle yeni algılama şekillerine özgürlük kazandırmaya çalışan ve "kültür hayal ve hayaletleri aleminin, kurtulunması gereken bir yanılsamadan çok, zengin ve önemli bir toplumsal üretim alanı olarak dürtülenmesini de içine alan" bu eleştirel uygulama için genel bir başlık olarak Gotik Marksizm tanımını öneriyordu (s. 11).

Toplumsal hareketin geleneksel akılcı anlatımı için, kolektif hayaller kavramının akıl karıştırıcı olduğu açıktır (kitlesel tüketimin "hayal dünyaları"nın geliştirilmesiyle ilgili örnek çalışmalar William'a (1982) aittir). Benjamin rüya kavramını sözlük anlamında olduğu gibi, "yalnızca bir rüya", insanın uyandığında üzerinde düşündüğü bir olgu olarak kullanmaz. Aksine, kolektif hayaller geleneksel akılcı yaklaşımla diyalektik bir ilişki içindedirler ve etkilerinden sıyrılmak yalnızca diyalektik eleştiri aracılığıyla olabilir: "Bunun gerçekleşmesi ancak, arkasında yalnızca doğduğu kaynağın izlerini bırakan görüngüsel gerçeğin dünyasının, bir taraftan oluşturulurken, bir taraftan yıkılmasıyla olanaklı olabilir" (Frisby 1985, s. 210). Bu izleri algılayabilmek zordur ve normalliğe dönüşten çok, onu kesintiye uğratan kaba bir uyanışı gerektirir: "Parçanın kabuklaşmış bütünden zorla sökülüp alınması, sahte bütünselliği çakıltaşları gibi ufalayacağı için yıkıcı bir yaklaşım gerektirir. Bunun anlamını, şaşkınlık ve şok içinde onunla karşılaştığımızda anlayabiliriz." (1985, s. 216).

Benjamin'in yöntembilimsel önermesindeki özellik, ancak, bu önerme onun Marksist yaklaşımı kadar, Sürrealist hareketle olan bağları açısından da görülebildiği zaman kavranabilir. Benjamin, 1930'larda Sürrealist çevrelerde etkindi ve sürrealistlerin koşulsuz bir hayranı olmamasına rağmen –hatta diyalektik uyanışa yeterince dikkat yöneltmedikleri için onların düş malzemelerini kullanış şekillerini eleştiriyordu– düş görüntülerini kolektif örüler (motifler) olarak kullanmasının temeli sürrealizmde yatmaktadır: "Sürrealizm olağanüstü keşfiyle öğünebilir. "Modası geçmiş" olanın içinde görülen devrimci enerjiyi ilk kavrayan, sürrealizm olmuştur." (Cohen'in Benjamin'den yaptığı alıntı. 1993, s. 190) Parçalanmış artıkların bir örünün (motifin) statüsünü nasıl üstlenebileceklerini bu

zemine dayanarak anlayabiliriz: "Örnek oluşturan sürrealist hareketin amacı dünyaya ayna tutmak değildir. Sürrealist daha ziyade, dünyaya izlerini bırakabileceği yumuşak bir madde sunar" (Cohen 1993, s. 134).

O halde Benjamin yaşam biçimlerini geleneksel biçimde incelemekten, hatta toplumsal düzenin değişimiyle ilgili olan ve içinde yaşam biçimlerinin daha önemli hale geldiği kuramlardan çok uzaktır. Bununla birlikte, tüketici kültürünün daha geniş kapsamı ve bu kültürün bireysel ve kolektif deneyiminin anlamını çözümlemeye başlayabilmek açısından sonuçlarının aydınlatılmasında bize yardımcı olur. Onlan biçim ve içerik açısından daha anlamlı bir diyalektik ya da diyaloğa açık ilişikiler içine sokan yaşam biçimi uygulamalarının anlamlarının nasıl temsil edileceğini algılama olanaklarını da gösterir: "Bu kuramın modern topluma yaklaşımı eşsizdir, çünkü kitlesel kültürü yalnızca kitlesel sahte bilincin birbiri ardına gelen hayallerinin kaynağı olarak değerlendirmez, onu ciddiye alır, ona bu hayallerin üstesinden gelebileceği kolektif enerjinin kaynağı olarak yaklaşır" (Buck-Morss 1989, s. 253).

Çağdaş toplumsal kuram açısından Benjamin'in bir başka önemli özelliğinden daha söz edilmesi gerekir. Buck-Morss'un çok güzel tanımladığı şekliyle: "*Passagen-Werk*, kapitalizm dönemini biçimci bir yaklaşımla 'modernizm' ve tarihsel açıdan seçmeci bir tutumla 'post-modernizm' olarak bölmenin bir anlamı olmadığını, çünkü bu eğilimlerin endüstriyel kültürün başlangıcından beri varlıklarını sürdürmekte olduklannı öne sürer" (1989, s. 359). Bunun bir anlamı yoktur, çünkü sürrealist fikirler post-modern söyleme ait o kadar çok konuyu önceden görüp, benimsemiştir ki, Benjamin bile bu fikirleri geleneksel kültürel dönemselleştirmeyi sorgulamakta kullanmıştır. Ama, anlamsızlığın daha önemli bir başka nedeni, onun (ve ondan önce Simmel'in) açıkça belirttiği gibi, modernizmin "sorunu"nun yeni toplumsal gerçeklerin uygun bir biçimde temsil ediliyor olmasıdır. Bu sorun varlığını sürdürmeye devam etmekte ve üstelik post-modern çözümlerle –Benjamin'in istemeden, hatta bilinçsiz olarak kanıt olduğu yollardan da olsa– abartılmaktadır.

Benjamin'in isteksiz olma olasılığı, toplumsal gerçeklerin uygun biçimde temsil edilmesi sorununun, kitlesel toplumdaki aydınların yerlerinden oynatılmaları (göçe zorlanmaları) ile ilgili bir endişe olarak anlaşılabilmesinden de kaynaklanmaktadır. Aydın kesimin kendi varlığının ve kimliğinin bilincinde olması şeklindeki özellikleri, kültürel bir oluşum olarak modernizm söyleminin egemen konulanndan biri haline gelmiştir. Bunun nedeni, modernizasyonun kurumsal genişlemesi sonucu oluşan kurumsal uzmanlığın çeşitli biçimlerindeki dikkat çekici büyüme yoluyla, aydınların

sayısının büyük miktarda artması, ama aynı büyüme süreci yüzünden, toplumsal statülerinin sosyal ve kültürel açıdan belirsiz kalmasıdır.

Zygmunt Bauman bir dizi kitabında (örneğin bkz. 1987, 1991 ve 1992), modernizmin karmaşıklığını, gelişimini, post-modernizme dönüşümünü ve özellikle de onun sınırlarını anlama çabası yüzünden entelektüel söylemde sık yaşanan ızdıraplı zihin yorgunluklarını araştırmış, modern kültürle ilgili çift anlamlılığın paradoksları üzerinde durmuştur (özellikle bkz. 1991). Bu paradokslar herhangi bir dilbilimsel sistemin kaçınılmaz sonucunun çift anlamlılık olmasından ileri gelmektedir. Günlük deneyimin görüngülerini adlandırırken, onları hem dışlayıcı, hem kapsayıcı sınıf ve kategorilere ayırmak gibi olanaksız bir işe kalkışırız. Çift anlamlılıkla başa çıkmak konusundaki bu beklenti modernizmin tanımlayıcı özelliklerindendir. Bu yaklaşım, insan deneyimlerinin potansiyel karmaşasını yadsıyacak olan ve gittikçe daha incelikle işlenerek hazırlanacak olan bilgi kategorilerinin ve sözlüklerinin icadına yol açacaktır: "Varlık, aksi halde orada olmayacak olanın, yani kendisinin, tasarımlanma dürtüsüyle yönlendirildiği oranda moderndir:" (Bauman 1991, s. 7). Bu görevin olanaksız olması ise modernizmin kötü öz bilincidir, ama bu yaklaşımı yadsımaya çalışmanın kibiri içinde yeni beceriler keşfedilir: "Varlığın modern olduğunu ancak, *tasarım, kullanım becerisi, idare ve mühendislik olguları* ile tamamlandığı ve desteklendiği sürece söyleyebiliriz" (1991, s. 7); ve bu olgular kaçınılmaz olarak yeni uzmanlık alt grupları yoluyla tanımlanırlar.

"Komünist blok"da olduğu gibi, tümüyle bir ulusal durum yaratma çabalarının başarısızlığını yorumlamanın bir yolu, bu yönetsel becerilerin yalnızca kamu kuruluşlarının tekelinde olamayacağını fark etmektir. Bu becerilerin birbiriyle çelişen farklı sonuçlar yaratacak şekilde özelleştirilmesi vatandaşlık ve demokratikleşme mantığının bir bölümünü oluşturur. Bireysellik söylemi, toplumun her bireyini, kendi özerkliğini değerlendirip, geliştirme yönünde cesaretlendirir, oysa bireyselliğin tanınması kararı ancak topluca verilebilir. Bauman'ın çift anlamlılığın özelleştirilmesi olarak adlandırdığı olgu budur ve bu olgu "kişisel, öznel gereksinimleri ... bilimin tarafsız ve güvenilir dili ile cevaplandırılacak sorular haline dönüştürecek ve bilimsel yargıyı da aynı şekilde sıradan insan için pratik öneriye çevirecek" (1991, s. 199) aracı ya da uzmanlara duyulan bir gereksinim yaratır. Bauman, çift anlamlılıkla başa çıkmak için uzmanlığın işlevsel gerekliliğinin daha yaygın olan rahatlatma, kişisel gelişim ve kimlik oluşturma süreçleri yönünde genelleştirildiğini öne sürerek devam eder. Bu tür uzmanlık kendi kendisini besler ve hem terapi hizmetlerinin, hem de kişisel tasarımlı malların sağlanması açısından, kendi kendini

oluşturan ve bölgesel yaşam biçimlerini bilgilendiren ve doğrulayan kehanetler ortaya çıkarır.

O halde Bauman "uzmanlık" sorununun, modernizasyonun işlevsel ve kurumsal farklılığı tarafından yaratıldığını ve yine aynı süreç tarafından çözümsüz hale getirildiğini öne sürmektedir. Modernizmde bunun sonucu olarak ortaya çıkan otorite krizi entelektüel söylemin "malzemesi" olmakla birlikte, aydın kesimin bölgesel egemenlik alanının çok ötesine uzanır. Bu durumun, özellikle, *günlük yaşam biçimi uygulamalarının büyük bir oranını oluşturan anlam ve kimlikle ilgili yatırımları* güdülediği görülebilir. Eğer bu çözümleme inandırıcı ise, o halde yaşam biçimi alanlarının (daha sonra geliştirdiğim ve açıkladığım bir deyim) birbirine karşıt en az iki eğilim örnekleyeceğini umabiliriz. Bir taraftan, yaşam biçimini oluşturacak malzemeleri arayıp bulabileceğimiz yerlerin –yani, ilgili malları satan dükkanların– gittikçe daha fazla otorite güvencesi sunması beklenebilir; diğer taraftan, çift anlamlılık ilkesi, çözülmezliği ile birlikte, muhtemelen daha fazla kabul edilir olup, yaşam biçimi uygulamalarının ana temalarından biri haline gelebilir [tüketici kültüründe endişenin gerekliliği ve daha genel olarak kimliklerin dönüşlülüğü konusunda bkz. Warde (1994)].

Bir önceki noktayla ilgili olarak, Bauman çift anlamlılıktan kaçınma konusunda, "Amerika'nın önemli bir kurumu olan alışveriş galerilerinin (shopping malls) ... 'gerçek dünyanın' düzensizliğinden bir kaçış olanağı sunan ... alternatif bir yaşam dünyası yaratan, denetim altında, fiziken ve ruhen güvenli bir çevre oluşturduğuna" (1991, s. 226) dikkat çeker. Rasyonalizmin bu tapınaklarında suçluluk duymadan bireysel hazcılığın mantıksızlıklığı yaşanabilir. Bununla çelişen ikinci eğilimle ilgili olarak da, eğer yaşam biçimlerinin modaya uygun çeşitliliği yine giderek artan bir anlam belirsizliği sergiliyor ve hatta kuramını bu belirsizlik üzerinde oluşturuyorsa, o zaman yaşam biçimleri çift anlamlılıkla birlikte yaşamanın pratik araçları olabilirler. Bunun da ötesinde, post-modern farklılığın temel savlarından biri çift anlamlılığın kaçınılmazlığını ve arzu edilirliğini kabul etmek olduğuna göre "Post-modern koşulların en tanınmış özellikleri: Kurumlaşmış çoğulculuk, çeşitlilik, olabilirlik (contingency) ve çift anlamlılıktır" (Bauman 1992, s. 187). Bunu, post-modernizmin kültürel yeniliklerinin ön koşullarından biri olarak yaşam biçimi uygulamalarına verilen önemin artması izler – ve takım ruhu biçimleriyle oluşan toplulukların, daha esnek yapıda yeni biçem kabile oluşumları olarak görülebilmesinin daha yararlı olduğu fikrinin yeniden ortaya atıldığını görürüz (bkz. Baumann 1991, bölüm 7 ve 1992, Bölüm 9).

Bauman'ın kitaplarından çıkardığım sonuçlara göre, birbirine karşıt eğilimler arasındaki bu gerginlik aslında benim şimdiye kadar üzerinde durduğumun ötesinde bir öneme sahiptir. Bu önem, beğeni üretirken, büyük ölçekli ekonomiye ulaşma yollarını araştıran ve bu arada tüketim mallarını belirsizleştiren, onların etkisini ve gücünü azaltan ve onlara sahiplenen yerel bilgiler tarafından karşı çıkılan kültürel kuruluşların dayattığı evrensel akılcılık ile "akılcı olmayan" biçimlere ilişkin hizmetler arasında kaçınılmaz bir gerginlik olmasından ileri gelir. Bu gerilim postmodernizmin çelişkili yüzüdür (Chaney 1994, Bölüm 5). Çağdaş sanayi sonrası kültür üzerine yazan birçok yazar, bu süreçleri oluşturan yolların ya bir yanını, ya diğer yanını vurgular görünmekte, her iki yanın birlikte işlediğini fark etmemektedirler. O halde her iki süreç de, yaşam biçimi uygulamalarıyla ilgili her türlü yorumsal çalışma için kaçınılmaz olan yeni varsayımlardır.

Modernizmin daha sonraki yıllarında görülen sosyo-kültürel değişimin doğasının yeterli bir açıklaması, günümüz İngiltere'sindeki bir başka sosyolojik araştırmanın da konusu olmuştur (Giddens 1991, 1992 ve 1994). Giddens, modernizmin özelliklerini yeniden gözden geçirerek, toplumsal kuramın "önemli temalarına", özellikle de birbiriyle yarışır görünen yapı ya da aracı kuruma (agency) (eski ahbaplarımız olan, dil yapısı ve bireyin konuşması arasındaki benzer farklılık gibi) verilen önemi gündeme getirmiştir. Özellikle, dönüşlü ve tekrarlanabilir toplumsal süreçlerin en önemli konular olduğu üzerinde ısrarla durmuştur. Giddens'ı yaşam biçimlerinin yaratıcılığı konusuna yönelten şey, modernizmin, zaman ve mekânın birbirinden ayrılması ile ilgili süreçleri ve durağan olmayan diğer mekanizmaları kadar, kendisinin kurumsal dönüşlülük olarak adlandırdığı şeyin önemini fark etmesidir: "Modernizm geleneksellik sonrası bir düzendir. Bu düzende "Nasıl yaşayacağım? sorusu... (ve başka yerlerde Giddens'ın bu soruya "Kim olacağım?" sorusunu da eklediğini biliyoruz)... nasıl davranılacağı, ne giyileceği ve ne yeneceği konusunda alınan günlük kararlarla cevaplandırılmak zorundadır" (1991, s. 14); ve ardından: "Bir başka deyişle, geleneksellik sonrası düzen kapsamında benlik *dönüşlü bir proje* haline gelir" (1991, s. 32).

Bazı okurlar oldukça zorlama bir şekilde bir araya gelmiş olan çeşitli yazarların simgesel süreç başlığı altında gözden geçirilmesinden sıkılmış olabilirler. Bu başlığı seçmemin nedeni kitabın bu kısmındaki diğer bölüm başlıklarıyla uyuşuyor olması ve süreçsel gelişim fikrinin sözünü ettiğim yazarların yaklaşımları içinde yer alan simgesel anlamların çözümlemesi için çok önemli olmasıdır. Bununla birlikte bu bölüm için daha net anlam

taşıyacak bir konu başlığı, oldukça tehditkar bir kavram olmakla birlikte sık tekrarlanan bir kavram olan dönüşlülükle ilgili çağrışımları da kapsayabilirdi. Çeşitli noktalarda, yaşam biçimlerinin dönüşlü kavramlar olduklarını vurgularken söylemek istediğim, konuyla ilgili her yaşam biçiminin anlamı içinde kaçınılmaz bir açık-uçluluk (open-endedness) olduğudur (bu kaçınılmaz açık uçluluğun, yapısal faktörler aracılığıyla anlamla ilgili yeterince açıklama yapılması olasılığını engellemesi de bir başka sonuçtur).

Bu bölümde özetlediğim çalışma içinde, dönüşlülük kavramının uygunluğunun –gramerin çeşitliliğine karşın– daha anlaşılır hale geleceğini umuyorum. Bu tartışmanın kaynağı, yaşam biçimi uygulamalarının anlamlarının daha geniş toplumlarda (ne çeşit toplum olursa olursa olsun) öncelikle "güçler" tarafından belirlenmediği konusudur. Bu anlamlar, pratikte farklı yaşam dünyalarının tartışılmasında, kitlesel tüketimin simgesel kaynaklarını kullanma şekillerinin sahip olduğu anlamların, elle tutulur nesneler ve kendileri de birer metafor olan uygulamalar haline getirilmesiyle belirlenir: "Burada 'dönüşlülük', etkinliğin koşulları hakkındaki bilginin, etkinliğin düzenli olarak yeniden tertiplenmesi ve tanımlanması için kullanıldığına işaret eder" (Giddens 1994, s. 86). O halde, Giddens için yaşam biçimlerinin gelişimi ve modernizmle ilgili yapısal değişimler, kurumsal dönüşlülük yoluyla birbirleri ile bağlantılı durumdadırlar: "Bugünkü toplumsal yaşamın 'sonuçsuz tartışmaya açıklığı', hareket kapsamlarının birden fazla oluşu ve 'otoritelerin' çeşitliliği yüzünden, yaşam biçimi seçenekleri kişinin kendi kimliğini oluşturmasında ve günlük etkinlikleri yaşamasında giderek daha önemli hale gelmektedir" (1991, s. 5). Bu tartışmayı tam olarak kavrayabilmek için, Giddens'a göre kişinin kendi kimliğinin somut biçime sahip bir proje olduğunun ve bireyler tarafından kendi kişisel kimlik ve biyografi anlayışları ve anlatımları içinde anlaşılması gerektiğinin fark edilmesi gerekir.

O halde Giddens için, yaşam biçimlerinin tipik boş vakit etkinliklerinden daha önemli olduğu açıktır. Öyle ki –pazarlar, özellikle de neo-liberal politikada ideolojik bir konu haline geldikleri için, seçme özgürlüğü sunar göründükleri ve böylece bireyselliğe yardımcı olma amacı güttükleri halde (tüketicinin seçme özgürlüğü politikasının içerdiği birbirine karşıt bazı yaklaşımlarla ilgili araştırma için bkz. Keat *et al*, (1994)– Giddens tüketimciliğin yaşam biçimi kavramını baştan çıkardığını savunur. Bireyselliğin pazarlama stratejileri kadar çeşitli medya öyküleri aracılığıyla da ticari bir eşya haline dönüştürülmesinin, bireysel anlam yatırımına zarar verme pahasına modaya uygunluk (style) üzerinde durduğunu ileri sürer. [Kendisinin de

belirttiği gibi, Giddens'ın çalışmaları betimsel olmaktan çok, öncelikle analitik niteliklidir; insanların kitlesel tüketimin yarattığı gerginlik ve seçeneklerde kimlik arama konularını nasıl algıladıkları konusunda araştırmaya daha çok dayanan çalışmalar için, bkz. Lunt ve Livingstone (1992)].

Eğer yaşam biçimleri, pazarlama programlarının sonuçları olarak değil de, varoluşsal projeler olarak anlaşılıyorlarsa, estetik sonuçlara olduğu kadar normatif ve politik sonuçlara da sahip olmaları gerekir. Gerçekten de, Giddens'a göre, modernizmin daha sonraki dönemlerinde yaşam biçimlerinin öneminden etkilenerek ortaya çıkan bir politikanın, baskılardan özgürleşme anlayışımızı değiştirmesi gerekir. Bu yüzden, eylemcilerinin bireysel özerkliği geliştirmek için kolektif yaşam düzenini iyileştirmeye çalıştıkları, baskıları kaldırmaya yönelik politika geleneği ile yaşam politikasının daha güncel gelişmesini birbirinden ayırır. İkinci tür politikanın öncelikli ilgi alanı bizi seçim yapmakta özgürleştiren koşullar değildir: O seçimin politikasıdır. Baskıları kaldırmaya yönelik politika bir yaşam fırsatları politikası iken, yaşam politikası bir yaşam biçimi politikasıdır (1991, s. 214). Bu görüşe göre yaşam biçimleri, öznelerinin, global bir karşılıklı bağımlılık kapsamı içinde nasıl yaşamaları gerektiği konusuyla dönüşlü olarak ilgilendikleri, bir kendilerini gerçekleştirme sürecidir.

Giddens son kitabında (1994), devlet aracılığıyla yürütülen sosyalist toplumsal mühendislik programı tükenmiş gözüktüğü ve geleneksel muhafazakarlık rekabetçi bireyselliğe bütün diğer değerlerin üzerinde önem veren bir neo-liberalizm tarafından ele geçirildiği zaman gündeme gelecek radikal yaşam politikasıyla ilgili olasılıkları daha ayrıntılı bir şekilde araştırmıştır. Globalleşme ile ilgili yapıtında, tanıdık konular olan gelenekçilik sonrası toplumsal düzen ve güçlü dönüşlülük dünyası tarafından gerek duyulan radikal politikanın dışhatlarını oluşturmuştur. Bu çerçevenin kapsadığı önemli noktalar: Toplumsal beraberlikleri onarma gereksinimi; yaşam politikasının önemi; üretken bir politika anlayışı; diyaloğa dayalı demokrasiye önem verilmesi; refah devleti kavramını yeniden düşünmek konusunda bir ilgi; ve şiddetin rolü ile yüzleşme gereksiniminin fark edilmesi gibi konulardır. Bu çerçeve içinde, yaşam politikasının ikinci konusu: "Eskiden ya doğa ya da gelenekler tarafından saptanan, şimdi ise insanların verdikleri kararlarla yönlenen bir dünyada nasıl yaşamamız gerektiği" (1994, s. 15) ve ardından: "Yaşam politikası seçeneklerle ilgili bir politika olduğu kadar, aynı zamanda bir kimlik politikasıdır" (1994, s. 91)şeklindeki tartışma ve çatışmalarla ilgilenmektedir.

Giddens, kendi yaşam politikası kavramını geliştirir ve özelllikle ekolojik konulara olan ilginin artması ve dolayısıyla yeşil(ci) politikanın

geleneksel politik kutuplaşmalara meydan okuması olgularıyla ilgilenirken, toplumsal hareketin ekolojisinin en az dünyaya yönelik tehditler kadar, bireysel deneyimle de ilgili olduğunun kabul edilmesi gereğini tartışır: "Küreselleşme ve dönüşlülük kavramlarının birleşen etkileri, bedeni kişinin yaşamının bağışlanmış bir "arazisi" olarak benimseyen yaklaşımı ortadan kaldırdığından beri, bedenin dönüşlü olarak oluşturulması gerekmektedir" (1994, s. 224). Bedenimizi biçimlendirip, oluşturma ve yeniden oluşturma konusundaki sorumluluğumuz gibi alışkanlık sonucu kabul ettiğimiz bütün yollarda, yöntemlerde ve yaşanmış dünyamızın bütün diğer özelliklerinde, yaşam biçimi seçeneklerinin pazarlama retorikleri ile –örneğin doymuş ve doymamış yağlardaki gibi– bireysel kimliği etik ve estetik gündemlerle ilişkilendirme konusundaki yaşam politikası arasında bağlar bulunduğunu görebiliriz.

Toplumsal değişimle ilgili yaklaşımı içinde, bireysellik ve toplumsallık arasındaki ilişkilerin değişen özelliklerine ilgi çekmek açısından yaşam biçimlerinin önemli yollar olduğunu düşündüğü için, Giddens, 6. Bölüm için uygun bir final oluşturuyor. Birbirlerinden oldukça farklı yaklaşımları ile bu bölümde tartıştığımız kuramcıların hepsi kitlesel toplumlardaki kültürel oluşumların farklı özelliklerine işaret ediyorlar. Kendi aralarında ilişki içinde olan bu yaklaşımların, modernizmin toplumsal düzeniyle ilgili geleneksel anlayışımızda köklü düzenlemeler yapılmasını gerekli kıldığına inanıyorum. Yeniden tanımlanan bir kültürel tarihin, yaşam biçimi kimliklerine olan bağlılıkların artışını, modernizm ötesine (postmodernizme) geçiş sürecinin bir bölümü olarak yorumlayan görüşlere yol açtığı söylenebilir. Bir başka grup ise, bu değişimler içindeki sürekliliklerin mantığı üzerinde durabilir. Bu aşamada bunun üzerinde durulmasına gerek yoktur. Önemli olan, kitlesel kültürde geliştirilen simgesel kaynakların –bizim cömertce yaşam biçimi olarak adlandırdığımız– güç ve kimliği belirlemek üzere benimsenen yollar olduklarının ve bu kaynakların değişimci düşünce içindeki önemlerinin fark edilmesidir. Bu düşünceyi yakalayabilmek, yaşam biçimlerinin önemini içeren konuyu da, yani, bireylerin toplumsal kültürlerin üyeleri olduklarını söylemenin ne demek olduğunu anlatacak en temel konularda da nasıl düşündüğümüzü kavrayabilmemizi sağlayacaktır.

III

Yaşam Biçimi Alanları ve Stratejileri

Giriş

Bu kısmı oluşturan bölümlerde, şimdiye kadar tanımlamaya çalıştığım toplumsal beraberliklerin ve sosyo-kültürel değişimlerin nasıl değerlendirilebileceğini anlamak amacıyla çağdaş deneyim içindeki yaşam biçimlerinin bazı özelliklerini araştıracağım. Bu bölümlerde "alanlar ve stratejiler" genel başlığını kullanmaya karar verdim, çünkü yaşam biçimi uygulamalarının belirli temalar ve ilgi alanları çevresinde geliştiğini göstermeye çalışacağım. Bu yaklaşım farklı yaşam biçimlerinin bir tipolojisini oluşturma (farklı yaşam biçimleri ile ilgili basılı eserleri bir araya getirme) çabasından tamamen farklıdır. Böyle bir girişim, iki sebepten ötürü ilginç olmazdı. Birincisi, tipolojiler yazıldıkları zamanda ne kadar kusursuz olurlarsa olsunlar, güncelliklerini çabuk kaybettikleri için, kısa ömürlü eleştiri kaynaklarının, örneğin gazeteciliğin daha somut ilgi alanı içindedirler. İkincisi, Mitchell'ınki (1983) gibi araştırmaya dayalı bir tipoloji, toplumsal eğilimleri tanımlayabilse de, yeni ilişki biçemlerinde kimliğin dönüşlü olarak yeniden oluşturulması olgusunu tanımlayamaz. Dolayısıyla, tipolojik bir yaklaşım bu toplumsal görüngüler için önemli olanın ne olduğuna işaret edemez.

Bunun yerine ben, yaşam biçimlerinin belirli toplumsal temalar üzerinde odaklanma eğiliminde olduklarını ileri sürecek ve tekrarlanan ilgi konularını sergileyeceğim. Bu önemli temaları alanlar ve sratejiler adı altında özetleyeceğim. Alanlar terimini, bunlar mutlaka fiziksel bir çevre içinde tanımlanabilecek mekânlar oldukları için değil, öznelerin benimseyebildiği ya da denetleyebildiği mekânlar için fiziksel metaforlar oluşturmaları nedeniyle kullanacağım. Strateji terimini kullanmamın nedeni ise, buraya kadar olan bölümlerde gördüğümüz gibi, yaşam biçimlerinin en iyi anlaşıldığı şeklin, toplumsal bağlanımların ya da kimlik öykülerinin, ilgili öznelerce mevcut metaforların uygulanabildiği tipik örnekler olmalarıdır. O halde alanlar ve stratejiler diyeceğiz, çünkü yaşam biçimleri yaratıcı projelerdir. Onlar öznelerin bir çevreyi tanımlarken bir yargıya varmalarını sağlayan uygulama biçimleridir

Yaşam biçimlerinin bir şeyler yapmanın yolları olduğunu öne sürüyorsam da, alanlar ve stratejiler kavramının bir çift oluşturacak şekilde bir araya getirilmesi yaşam biçimlerine dolaylı yoldan daha görüngüsel ya da bağımsız bir konum sağlayacaktır. Çünkü, alan kaçınılmaz olarak uzayda bir yer kaplarken (sınırları aracılığıyla ayırt edilebilir), stratejinin de (amaç ve planların gerçekleştirilmesi sırasında gelişir) zaman içinde bir yer kaplamak zorundadır. Bununla birlikte, Shotter'ın da söylediği gibi, yaşam biçimi gibi sosyal bir amaçla ilgili olarak, "'toplum', 'birey', 'kişi', 'kimlik',... (vs.) gibi şeylerden söz ederken... hepimiz 'o' sözü edilen kavramın ne olduğunu gayet iyi biliyoruz" (1993 s. 198-9) şeklinde düşünmenin bizim için fazlasıyla kolay olduğunun da hatırlanması gerekmektedir.

Bu bölümlerde ortaya koymaya çalışacağım alternatif, daha önceden var olan bir toplumsal dünya düşüncesinin baştan çıkarıcılığına karşı koymak olacaktır. Bunun sonucu olarak Shotter'la "yaşam biçimleri gibi kategorilerin ancak toplumsal tanımlar olarak ve bir söylem içinde geliştikleri sürece 'anlam oluşturacakları'; (ve) bu tür oluşumların ya kendilerini bütünleyen düşsel parçalara sahip olduklan, ya da bütünüyle ve temelden hayal ürünü oldukları" (1993, s. 199) konularında da aynı fikirleri paylaştığım görülecektir. O halde, benim düşünceme göre, yaşam biçiminin toplumsal şekli tek bir tip oluşumu temsil etmekten ziyade, çözümlemeye çalıştığımız bir "tikel bilgi" konumu oluşturmaktadır. Kitabımın önsözünde yaşam biçimlerini bir aile benzerliği paylaşan nesne ve süreçlerin oluşturduğu toplamlar olarak tanımlamıştım. Şimdi de, tikel bilgi derken anlatmak istediğim, birbiriyle ilgili şeylerin bir aile benzerliği içinde görülebilmesini sağlayan özellikleri bir çerçeve içinde toplamanın yollarıdır (Shotter bunu söylem olarak adlandırmaktadır). "tikel" nitele-

mesini kullanıyorum, çünkü bu bilgiler "sizin" olduğunuz kişi olmanızı sağlayan özel hünerlerin bir parçası olarak paylaşılmaktadır.

Bana kalırsa, yaşam biçimi gibi bir toplumsal amacı, alan ve stratejinin ikiz boyutları içinde kavramsallaştırmak yaşam biçimi ile yaşama şekli arasında yararlı bir ayrım yapılmasını kolaylaştırmaktır. Burada kelime oyunları yapmak istemiyorsam da, yaşam biçimleri farklı tipte bir takım ruhu özelliğine işaret ettiği için bu ayrımın gerekli olduğuna inanıyorum. Tipik olarak, yaşama şekli kavramı, değişken olmadığı (dengeli olduğu) varsayılabilecek bir toplumla ilişkilendirilir. Bu şekil, paylaşılan standartlar, ritüeller, toplumsal düzen kalıpları ve belki de farklı bir diyalekt ve konuşma topluluğu biçimindeki özelliklerle sergilenir. O halde yaşama şeklinin tanımı, Williams'ın kültürü yaşamın bir şekli olarak nitelemesine yakındır. Gerçi günlük konuşmanın rahatlığı içinde bu yaşama şekline yaşam biçimi olarak değinmemiz olanaklıdır ama, şu anki metin için bunu yapmak yanlış yönlendirmeye neden olabilir. Bu yüzden, her ne kadar Kephart'ın Amerika Birleşik Devletleri'ndeki kültürel azınlıklar konusundaki çalışması (1982) yaşam biçimlerini temel bir kavram olarak kullanıyorsa da, tanımladığı dini toplulukların farklı yaşam tarzları ya da yollarının örnekleri olduğu açıkça anlaşılabilir durumdadır.

Yaşam biçimleri gibi yeni kimlik tanımlama şekilleri önem kazandığı için meslek, cinsiyet, yaşanılan yer, ait olunan etnik grup ve yaş gibi sosyokültürel biçimlere dayalı yaşama şekilleri ortadan kaybolmayacaklardır. Bununla birlikte, bu yapısal kategorilerle ilişkili geleneksel davranış biçimi beklentileri (beğeni kalıplarının ayrıcalık ve statü hiyerarşilerinin kurulması ve güçlendirilmesi için kullanıldığı yollarla hiç ilgisi olmayan) yeni seçenek kalıpları ile iç içe geçmiş durumdadırlar. Zablocki ve Kanter "yaşam biçimi deneyiminin, mesleki ve ekonomik rollerin artık kendileri için birleştirici bir değerler dizisi sağlamadığı ve kimlikleri üretim ortamından çok tüketim ortamında gelişen kişiler arasında yaşandığını" (1976, s. 280) öne sürerler. Bu yaklaşım benimki ile uyumlu olmakla birlikte, ben, onların yaptığı gibi, yaşam biçimi yeniliklerini belirli bir dönemin karşı kültür deneyimleri içinde sıkışmış kişilerle sınırlı tutmak istemiyorum.

Bu bölümlerde tanımladığım odak noktası konular, içinde seçeneklerin şekillendirildiği ve uygun bir hale gelir göründükleri parametrelerin de bir kısmını oluşturmaktadırlar. Yaşam biçimleri kaçınılmaz olarak tikel bilgi biçimleridir, çünkü yerleşik yaşam tarzlarının özel bağlamları içinde her zaman belirli kimlikler üstlenirler. Bununla birlikte, 5. Bölümdeki Bourdieu ile ilgili açıklamamda da belirttiğim gibi, bu çözümlemenin sonucu, toplumsal kültürün geleneksel yaklaşımlarının sorgulanmaya

başlaması olmuştur. Gösteri toplumlarında "herhangi bir" kültürün paylaşılan bir değerler, normlar ve beklentiler çerçevesi olduğu fikri sürdürülemez, çünkü bu çerçeveyi örnekleyen yaşama şekilleri artık eskiden olduğu gibi durağan ve açıkça belirgin yollar değildir. Daha da önemlisi, kültürün artık bilincine varılamamış bir toplumsal kimlik olmayıp, durmaksızın yönlendirilip uyarlanan ve kendi varlığının farkında olan bir biçimler repertuarı olarak değerlendirilmesi gerektiğidir.

O halde, belli alan ve stratejileri olan ve ayrıksı temel ilgi alanları aracılığıyla tanımlanan bir yaşam biçiminin mutlaka kapsamlı ve toparlayıcı bir toplumsal grup olması gerekmemektedir. Aslında, birden fazla yaşam biçimi, birbiri ile kesişerek, toplumsal akımlar, birbirini izleyen modalar ve yansımalar olarak genişleyip daralarak, odak konularında özel beklentileri olduğu için birbirlerine yakınlık duyanları bir araya getirerek ya da aralarındaki bağı gevşeterek, varlıklarını bir arada sürdürebilir. Biyografik gelişim içinde, bireyler için yaşam biçimlerinin birbirlerini izleme olasılığı vardır, ama bu yaşam biçimlerinin karşılıklı olarak birbirini dışlayıcı olmaları gerekmemektedir – yine de '60'lı yıllar kuşağı" için olduğu gibi, yaşam biçimlerinin bir temel öyküsü olabilir ve bu öykü yaşam akışının birbirini izleyen dönemleri için zemin oluşturmak ve onları bilgilendirmek için elde tutulur. Yaşam biçimlerinin bilinçli oyununu vurgulamamız, öznelerin kendi davranışlarının tamamıyla farkında ya da kontrolunda olmaları gerektiğini ileri sürdüğümüz anlamına gelmemelidir – yaşam biçimleri, diğer bilgi "sistemleri" gibi ideolojik filtreler olarak işlev görebilirler.[1]

Üçüncü bölümde, yaşam biçimlerini, pazarlama kategorileri şeklinde kullanılmaları açısından, bir tür toplumsal haritalama şeklinde tanımlamıştım. Bu fikre yeniden kısaca dönecek olursak, jeolojik oluşumların aksine, haritası çıkarılacak olan arazinin hiçbir yoğunluğa ve sürekliliğe sahip olmadığı daha da gözle görülür hale gelecektir. Yaşam biçimleri aracılığıyla bir araya getirilen ya da tanımlanan toplumsal gruplar belirgin ve durağan oluşumlar değillerdir. Aslında, yaşam biçimleri için yeni bir kelime dağarcığına olan gereksinim, daha değişken ve belirsiz toplumsal kimlik yapılarının yaygınlaşmasına doğru bir değişim sürecini işaret etmektedir. Kişisel deneyimlerimiz bize bazı nesnelerin, yaklaşım ve biçimlerin bu değişken belirsizlikler içinde yaşam biçimi ikonları olarak özellikle önem kazandıklarını söyler. Yani, belirli bir plak, şapka, renk, saç biçimi veya içki özel bir beğeni kültürüne ait bir bireyi yanılmaksızın tanımlama görevini görebilecektir. Önümüzdeki bölümlerde, alan ve stratejilerin sağladığı perspektifleri kullanarak, alanlar; benlikler; ve duyarlıklar gibi beğeni kültürlerinin parametrelerini ve temel ilgi alanlarını ele alacağım.

Kısaca sıralanacak olursa, bunlar genel kavramlardır – o halde yaşam biçimi uygulamalarıyla özel ilişkileri nedir? Önümüzdeki bölümlerin tartışmalarını özetlemeye çalışmanın pek bir faydası olmayacak. Önemli olan nokta, bu konuların özel birtakım sonuçlara sahip olması değil, daha ziyade her konu yaşam biçimleri içinde çeşitli şekillerde tekrarlanacağı için, toplumsal olayların genel ölçeği içinde bir süreklilik oluşturacaklarıdır. Bu durumun nasıl işlerlik kazandığını bunun olmadığı bir örnekle açıklayabilirim. Buna göre, şüphesiz, şehir tipi sergileme yollarının ilk şekilleri –yani züppeler ve *flâneur*ler– hatırlanacak olursa "sokağın" yaşam biçimi için tipik bir alan olduğu söylenebilir. Burada amaç, sokak yaşamının çeşitliliğini ve bu çeşitliliğin kendilerini dışlanmış ve marjinalleştirilmiş olarak hissedenler için önemini yadsımak değildir. Bununla birlikte, ancak bir yol olarak ele alındığında üzerinde araçların yürüdüğü bir yer olması dışında – şehir kültürünün kapsamı içinde sokak yaşamsal öneme sahip bir alan da değildir. O halde sokak, yaşam biçimleri için tekrar tekrar ortaya çıkan bir odak noktası olmayıp – yalnızca daha genel diğer konuların kapsamı içinde böyle bir dikkat merkezi haline gelebilmektedir.

Gelecek bölümlerde ortaya koyacağım nedenlerden ötürü, sanayi sonrası toplumlarda, odak noktası, bir benlik duygusu ya da algılanan bir duyarlık olarak yaşam biçimleri ölçeği içinde tekrar tekrar karşımıza çıkar. Bununla birlikte, özel bir ilgi konusunun odak noktası kaçınılmaz olarak çeşitli biçimlerde ifade edilecektir. Toplumsal kimliğin değişen şekillerinin kültürel sonuçlarıyla ilgili olarak, daha önce yayınlanan toplumsal araştırmaların bize neler anlatabileceğini göstermeye çalışacağım. Kültür kavramı ve kimlikle ilgili bütün bu değişimleri özetlemenin bir yolunun, yaşam biçimlerinin özel yaşam ve toplum yaşamı arasındaki sınırların yeniden tanımlanması olduğunu ileri süreceğim. Yaşam biçimleri toplum yaşantısının özelleştirilmesinin ürünleri olmuşlardır. Bu, kültürel olaylara katılımda daha genel, topluluk yaşamına daha dönük, kolektif davranışlar sergileyen bir yaklaşımdan uzaklaşılarak, özel yaşamla daha ilgili, daha kişisel katılım modellerinin benimsenmesi yönünde bir hareketlenme içinde yoğunlaşan bir süreçtir.

Bununla birlikte, yaşam biçimlerini yaşama şekillerinden ayıran toplumsal değişimlerden doğan ve daha geniş bir ölçeğe sahip sonuçlar da bulunmaktadır. Öncelikle, toplumsal betimleme ve açıklama dilini yeniden gözden geçirmemiz gerekmektedir. Bununla söylemek istediğim, sınıf ve topluluklar gibi, önemli görüngülerin sağlamlılığının ve bu kolektif oluşumların bireysel davranışlarla nasıl ilişkilendiği ya da onları nasıl belirlediği konusundaki alışılmış varsayımların sorgulanması gerektiğidir.

Bunun nedeni, kültürel değişim süreçleri içinde bu tür oluşumların daha az "gerçek" ya da daha az güçlü hale gelmiş olmaları değildir; bu varsayımlar her zaman metaforik anlatılar veya analitik araçlar olmuşlarsa da, toplumsal kimliğin koşullarının daha zor etkilenebilir olduğu zamanlarda daha inandırıcı görünmüşlerdir. O halde, toplumsal kuramla ilgili "kriz", kolektif yaşamın yapı taşlarının yeterli biçimde nasıl temsil edilebileceği konusunda ortaya çıkmaktadır.

Bu kriz toplumsal kuramla sınırlı olmayıp, ritüeller, seremoniler ve "kim olduğumuzu" çeşitli şekillerde temsil eden figürlere olan güvenin azalması gibi farklı biçimlerde de görülebilmektedir. Böylece çağdaş kültürel değişimin ikinci sonucu, simgesel biçimlerin temelinin dayandığı toplumsal kapsamların değişik yolları konusunda var olan alışılmış varsayımların da dengesinin bozulmasıdır. Dini inançlar, sorumluluk ve işbirliği yönünde yapılan ideolojik yönlendirmeler ve kurumlaşmış yaşamın ritüel ve seremonilerinin –yani kolektif yaşamın biçim ve içeriğinin (Chaney 1993)– daha bilinçli olarak dramatize edilmeleri olasılığı vardır.

Üçüncüsü, toplumsal gerçeklerin değişmez manzaraları birleşerek kuramsal yorumun analitik yetkisinin yeniden gözden geçirilmiş bir şeklini ürettiğine ve kültürel temsil alanından şimdi daha az emin olduğumuza göre bu konunun nasıl araştırılması gerektiği konusunda yeni değerlendirmeler gerekmektedir. Toplumsal kuramcı, kullanımda devamlı değişen kültürel biçimlerle ilgili olarak uzmanlık yetkisine sahip olduğunu hangi temele dayanarak öne sürebilir? Bu sorunsal sonuçlar, hem toplumsal tanımlama ve yorumlama kategorilerinin (önceden var olan bir gerçeğe verilen karşılıklar olmayıp) kaçınılmaz olarak söylem içinde gelişen kaynaklar olduğunun entelektüel yaklaşımla fark edilmesinden hem de toplumsal söylemin gelişigüzelliğinin günlük deneyimler içinde dönüşlü olarak her şekilde sömürülmesinden kaynaklanmaktadır.

Buraya kadar olan bölümler boyunca, yaşam biçimlerine verilen önemin artmasıyla temsil edilen toplumsal yaşam düzenindeki değişimlerin, modern yaşamın gelişmesi ile anlatmak istediğimiz şeyin bir parçası olduğunu göstermeye çalıştım. Bu değişimlerin modern deneyimin bir başka özelliği –uzman ya da entelektüellerden oluşan bir toplumsal katmanın kurumsallaşan öneminin boyutları ve kapsamı açısından büyük bir artış göstermesi– ile ilişkili olduğunu da birkaç kez tekrarladım. Üzerinde inceleme yaptığım malzemenin önemli bir konusu, yaşam biçimlerinin özellikle entelektüel uzmanlıkla ilişkili beceri ve beğeni uygulamaları üzerinde odaklandığı ve bu yüzden farklı statü biçimlerinin sergilenmesi amacıyla yaşam biçimi konularının kullanıldığı, bunun ötesinde, entelektüellerin

yaşam biçimi uygulamalarıyla ilgili yatırımların –hem etik, hem politik açıdan önemsenerek– norm oluşturan bir önemle yapılacakları konusuydu. Örneğin, güçlü biçimde yaşanan dini inançlar ve aile değerlerine bağlılığın estetik seçeneklerin özel tipleri ile simgelenme olasılığı vardır; tıpkı militan feminizmin özel bir giyim biçemi, konuşma ve boş vakitleri değerlendirme şekilleri ile ilişkilendirilmesi gibi.

Yine de, bilinçli yaşam biçimi seçeneklerinin yaratıcılığı olarak algılanan durumdan kaynaklanan entelektüel çekimin, onları (bizi), tüketici ayrımcılığından yararlanma becerisini, yükselmekte olan genç profesyonellerle sınırlayacak kadar kör ettiği tartışılabilir. O halde, bu tür toplumsal kısıtlama, bu kitapta geliştirilen konulara verilen önemle ilgili eleştirel bir tepki olarak ortaya atılacaktır. Eleştiri, yaşam biçimi ile ilgili bir kaygının genel olmaktan çok istisnai olacağı, bunun da ötesinde, ancak toplumsal teşhirciliğin çekiciliğini karşılayabilecek olanlarla sınırlı kalacağı şeklindedir. O halde bu eleştirinin özeti, toplumsal kuramcıların yaşam biçimi kavramlarını ve kapitalist pazarlama ile ilgili yanılsamaları ciddiye almaları, bireyselliklerini, kitlesel boş vakit uğraşları aracılığıyla elde etmeye çalışanların düştükleri yanılgıyı tekrarlamak olacaktır. Bunun da ötesinde, özellikle, yaşam biçimlerine gösterilen aşırı ilginin, yeni çalışmayan sınıfın (leisure class) düşük ahlak standartlarına sahip hayallerini fazlasıyla ciddiye almak olduğu (Veblen 1924'ün aksine) ve bu yüzden daha dengeli sınıf toplulukları arasında rastlanacak ve genel bir süreklilik gösteren yaşama şekillerinin gözden kaçırılacağı tartışılabilir.

Yaşam biçimi uygulamalarının, önemli açılardan, tüketici rekabetinin sergilenmesi olduğu doğrudur –burada, Weber'in üretim süreçlerine dayalı sınıf katmanlarından çok, statü değişikliklerini ilgilendiren ücret farklılıkları temeli üzerinde oluşan hiyerarşiler arası ayrımını hatırlıyoruz. O halde, yaşam biçimleri harcanabilir gelirle yaratıcı olmak için, kaynak ve heves gerektirmektedir. Ve bunun ardından, yaşlılar, işsizler ya da işçi kuruluşlarının kıt harcanabilir gelir sağladığı, düşük yaşam standartlarına sahip sosyal grupların, bu yüzden kendilerini yaşam biçimi modalarının stilize edilmiş rüyalarını izlemekten dışlanmış hissetmeleri olasılığının daha fazla olacağının tahmin edilebileceği gerçeği gelecektir. Buna uygun olarak, Bourdieu ve Savage gibi yaşam biçimi konularının özellikle eğitimsel niteliklere dayanan simgesel kapitalin elde edilmesinde göreceli olarak başarılı olup, dolayısıyla seçkin meslekler çevresinde kümeleşmiş ve belki de yeni bir hizmet sınıfı oluşturmuş olanlarla ilgili olduğunu öne süren çalışmalarına geri dönmüş oluyoruz (bkz. aynı zamanda DiMaggio 1994). Ama, yaşamları yeniden oluşturmak için gereken

yaratıcı yenilik fırsatlarının yalnızca ekonomik kaynaklar aracılığıyla saptanmadığı gerçeği değişmiyor.

Bu nokta, sanayi sonrası ekonomilerin bir özelliğinin de bir alt-sınıf geliştirmek olup olmadığı hakkındaki tartışma sonucunda bu eleştiriye katılan değişik bir ses aracılığıyla açıklığa kavuşmuştur. Toplumsal hiyerarşinin ilk basamaklarında sonsuza dek sıkışıp kalmış bir grupla sanayileşmenin durdurulması sürecinin ilişkilendirilip ilişkilendirilmediği konusu ve o grubun özellikleri arasında düzensiz konutlaşma ve yüksek suç oranlarının da bulunuyor olması burada ilgilendiğimiz konular açısından önemli değildir. Konumuzla ilgili olan, bu tür bir grup içinde gerekli becerilerin eksikliği sonucunda gruptakilerin üretim sürecinden uzun süreli olarak dışlanmalarının, bu grubun sanayi sonrası toplumun yalnızca tüketim yapan ilk sınıfını oluşturduğu şeklindeki biraz kötü niyetli sayılabilecek bir önermedir. Yani grubu diğerlerinden ayıran şey grup üyelerinin reklamcılık, moda ve diğer boş vakit endüstrilerinin pazarlarına hem bağımlı, hem bu pazarlardan dışlanmış durumda olmalarıdır. Bu görüşe göre, alt sınıf, bir yaşama şeklini sürdürmek için gerekli özerklikten yoksun olduğu gibi, aynı zamanda herhangi bir yaşam biçimi parçasına ait olabilme olanağından da sürekli olarak dışlanmış olmaktadır.

Şüphesiz, yaşam biçimlerinin ilgi alanlarını kimlerin yakalayabildiğini belirleyen faktörün harcanabilir gelir oranı olup olmadığı şeklindeki sorular, bir ölçüye kadar, ampirik konulardır. Ve zaten, yaşam biçimi alanları ve stratejilerinin dağılımı ile ilgili olarak daha pek çok araştırma yapılması gerekmektedir. Bununla birlikte, ekonomik yaklaşımlı bir eleştiri, bana, tüketici kültürü pazarına fazla abartılı yaklaşıyormuş gibi geliyor. Yaşam biçimlerinin profesyonel pazarlamacıların stratejileri sonucu ortaya çıkıp geliştiği varsayımı, bir önceki bölümün tartışmaları ile de açıklanmış olması gerektiği gibi, fazla gelişmemiş bir yaklaşımdır. Bu bölümün tartışmasını oluşturacak konu ise, toplumsal kapsamları içine yapısal olduğu kadar estetik anlam da yüklenmiş uygulamalar olmaları açısından yaşam biçimlerine verilen önemdir. Toplumdaki beğeni farklılıklarını inceleyen sosyolojik bir araştırma, temel ilgi alanı olan beğeni faktörlerini birbirinden ayırt etme konusu ile ilgili özel uygulamaya cevap verebilmeye istekli olmalıdır.

Bu açıdan baktığımızda, yaşam biçimlerinin genelde, öncelikle elit grupların hobileri olarak kabul edilip, geleceğin elitlerinin ise, simgesel mal ve hizmetlerdeki yenilikler kadar, liderler, oyuncular ve toplumsal hareketliliğin diğer modellerinin elde edebileceği fırsatların da, ayrıcalıklı olmayan gruplarda oluşturulabildiği ve bunun sık rastlanan bir olgu olduğu

noktasını kaçırdığını görebiliriz. Bu tartışmayı ortaya koymanın kendini beğenmişlikle ilgisi olmadığı gibi, bu durum, azınlık biçimlerinin kitlelere pazarlanması olgusuna sıkça karışan sömürü boyutunun gözden kaçtığı anlamına da gelmez. Aksine, yaşam biçimleri konusuyla daha genel ilgisi olan alan ve stratejiler kadar, alışveriş ve yenilik süreçlerinin de hiçbir şekilde ekonomik olarak ayrıcalıklı gruplarla sınırlı olmadığını ayrımsar.

Notlar

1) Bu son cümle ile ilgili son iki nokta daha: a) İdeolojilerin yapısı çok daha fazla çalışma gerektirdiği halde, yaşam biçimi söyleminin gücül olarak ideolojik bir yapısı olduğunu kabul etmek bile, bu ideolojilerle toplumsal ve yapısal bir yakınlaşmanın sürdüğünü de kabul etmek anlamına gelir; ve b) bilgi terimini, yaşam biçimleri ile ilgili olarak ve Berger'le Luckmann (1967) tarafından sözü edilen günlük anlayışın esnek yaklaşımı içinde kullanıyorum.

7
Yüzeyler

Yaşam biçimlerinin, örneklenen yaşama şekilleri olarak, belirleyici temalar ve stratejilerle tanımlandığını söylemiştim. Bu temaların bazı ilgi odakları etrafında toplanacağını da eklemiştim. Bu bölümde bu tür bir ilgi odağı ile ilgili ilk örnek üzerinde duracağım. Bölümün başlığı yüzeyler, şaşırtıcı olabilir, çünkü bir yüzey genellikle başka bir nesneye aittir ve kendi başına bir başlık oluşturamaz. Bununla birlikte, benim savım, toplumsal ilişkilerin yeni biçimlerini hem resmetmek hem de görmenin farklı bir yolu olan ikonografi sanatının, yaşam biçimlerini uygulamaya geçirmenin en temel aracı olduğunu öne sürmek olacaktır. O halde tez, yaşam biçimi uygulamalarını kullanan ve kabul edenler için, nesneler ve etkinliklerin görünüşlerinin temel ilgi odağı olacağıdır. Bunu ifade etmenin bir başka şekli, modernizm sonunda kültürümüzün bir gösteri kültürüne dönüştüğünü söylemek olacaktır.

Genel olarak yaşam biçimi uygulamalarının yaratıcılığından bahsettim. Daha önceki dönemlerle karşılaştırıldığında, modern toplumlarda sıradan insanlar için beğenilerle ilgili yeni kelime dağarcıkları geliştirmenin, kişisel özerkliğin çapını da genişletmek anlamına geleceğini düşünüyorum.

Bununla birlikte, bu beğeni kelimelerinin oturmuş yaşam tarzlarıyla ilgili yerleşik adetlerden daha yeni ve belirsiz olduklarının ayırdına varılmalıdır. Bunun nedeni, önceki bölümlerde modayla ilgili tartışmalarda gördüğümüz gibi, –bu malzeme ister otomobil, ister giyim, gıda, hatta öneri olsun– beğeninin kültür sanayileri tarafından bulunabilir hale getirilen malzemeyle ilişkili olarak uygulanmakta olmasıdır. Denge ekonomilerine ulaşmak için art arda gösterilen çabalarda, bu sanayiler tarafından pazarların düzenlenmesi için rasyonalizasyona gidilmesi yönünde yapılan kaçınılmaz baskılar vardır. Örneğin Ritzer (1993), Mc Donalds gibi dünya çapında bir kuruluş tarafından gıda satışlarının standardizasyon ve rasyonalizasyonunun yapılmasının, ucuzlatılmış bir deneyimi satmakla, tüketiciye kolaylık olarak sunulan yanılsamanın tipik bir örneğini oluşturduğunu savunmak için, Weber'in modernizasyon kuramını akıllıca kullanmıştır.

Her ne kadar ileriye bakmak, geriye bakmaktan daha etkili görünüyorsa da, Ritzer'in eleştirisinde ikna edici pek çok öge bulunur. Yüzeylerin istenildiği gibi yönlendirilmelerinin daha kolay olduğunu kabul ederek, seçenek olanaklarının yalnızca ilk görünüşteki değerleriyle ele alınmamalarını sağlarız. Yüzeyler konusunu tartışırken, hem değişen kültürel biçimlerdeki belirli özelliklere dikkat çekiyorum, hem de umarım, bir gösteri kültürünün yaratıcılığı içindeki belirsizlikler olarak gördüğüm bazı noktaları açıklığa kavuşturuyorum. Bu yüzden, yaşam biçimleri gibi toplumsal tanımlamaların yeni biçimlerini ve ima ettikleri kültürel içerikleri sömürücü yanılsamalar olarak mahkum etmenin uygun olmadığını düşünüyorum. Yeni toplumsal kimliklerin oluşma biçimine ve yeni bağlılaşma (affiliation) ve ifade alanları yaratan kullanımlarına karşılık verirken, yerel özelliklerin titreşen ışıklarını kapsayan uzlaşımcılık ve tümtanrıcılık gibi geriletici baskılara da hep dikkat etmemiz gerektiği kanısındayım. Bu bölümde, bu çağdaş kültürel belirsizliklerin bazılarını yaşam biçimleri için yüzeylerin önemine dikkat çekerek ele alacağım.

Herhangi bir modern yerleşim merkezinin sokaklarını adımlarken insan genellikle şehir yaşamının pırıldayan yüzeylerini fazla düşünmeden geçip gider. Her şeyden önce kalabalığın hızla değişen renk ve şekillerdeki karmaşası vardır. Kılık, kıyafetlerin ve davranışların cümbüşü içinde, genellikle dikkat etmeden, toplumsal göstergelerden oluşmuş bir ırmağı içimize çekeriz. Cazibeli olanlar, ilginç biçimde farklı olanlar, tehdit edici ve potansiyel olarak tehlikeli olanlar, toplumsal bir araştırma için ya da para için ya da cinsel bir yaklaşımla sizi rahatsız edebilecek olanlar, acıma ya da hayret duygusu uyandıranlar – kalabalık, üyeleri tarafından devamlı yönlendirilen, bitip tükenmek bilmeyen bir karışım oluştururlar. Yabancı-

lardan oluşmuş bir topluluğun özellikleri içinde olan hoş görü ve dikkat, bizim konumuz için önemli değildir. Benim işaret etmek istediğim, her birimizin başkalarını sınıflandırıp tartışabilmek için genellikle ne kadar az şeye gereksinim duyduğumuzdur. Şüphesiz bu başlangıç sınıflandırmaları yüzeyseldir ve genel olarak stereotiplere dayanır. Bu sınıflandırmalar önyargı üretir ve bu yüzden iletişimi kolaylaştırmaz, ama şehirli yaşamın görsel netliği için gerekli özelliklerdendir.

İçine karıştığımız insanların –hem rastlantısal ve geçici olarak hem de iş yerimizde ve boş vakitlerimizi değerlendirirken düzenli olarak karşılaştıklarımız– yüzeylerine ek olarak, çevremiz diğer çeşitli görsel ipuçlarıyla doludur. Bunlar içinde reklam görüntüleri, ticari ve resmi binaların işaret ve panoları, sokak eşyalarının karmaşası, halka açık mekânların çöpleri ve resimli panoları bulunur. Bu çok cinsli gösterge karmaşasını sınıflandırıp düzenleyebiliriz, ama burada önemli olan herhangi bir noktada ne kadar bilgi bulunduğu değil, bu bilginin ne kadar düzenli olarak izlendiği ve ilgili ayrıntıların nasıl adapte edildiğidir. Metropol mekânının yoğunluğunun sabırlı bir inceleme sonucu öğrenilmesi gerekmeyecektir, çünkü bu bilgi gösterişli bir şov olarak ortadadır –kaba, karmaşık, gelip geçiçi. Her şeyin üstünde, işitme ve koku alma duyularımız gibi duyularımız üzerinde rahatsız edici başka saldırılar varsa da, canlandırmaya çalıştığım abartılı resimler görsel bir şov oluşturmaktadır. Şehirli kalabalıkların doğası olan anonim yapı, kitlesel satışlar, kitlesel eğlenceler, boş vakit endüstrileri ve yabancılaştran mekânlarda rehberlik arayanlara genel bilgi sağlanması, gibi konular bir araya geldiklerinde, hep birlikte ısrarlı bir görsel imaj sohbeti yaratırlar.

Avrupa kültürünün epistemolojik retoriğinin klasik Yunandan beri görsel metaforlara dayandığı söylenebilir (örneğin Jenks (1995a); ve Sennett'in özetlediği gibi "'kuram' için kullanılan Yunanca kelime 'theoria'dır ve 'bakmak', 'görmek' ya da –modern kullanımdaki şekliyle ışık ve anlayış kelimelerini birleştiren– 'aydınlanmak' anlamına gelir" (1991, s. 8). Bununla birlikte, şimdi üzerinde durmak istediğim daha sınırlı bir sav, yani modernizmde kentsel yaşam ulusal kültür için belirleyici duruma geldikçe, görselleşmenin de iletişim ve anlam kazandırma için en önemli kaynak haline geldiğidir. Bunun sonucu olarak, yaşam biçimleri, toplumsal kimliği düzenleyen ve onu ustalıkla kullanan temel çerçevelerden biri haline geldiği ölçüde, öncelikle durmadan değişen yüzeysel görüntüler aracılığıyla ifade edileceklerdir.

Bu görüşü tamamlamak için sözü edilecek iki nokta daha vardır. Bunlardan birincisi, görülecek olan şeyin önemli bir anlam kaynağı olduğu

için yaşamsal bir önem kazandığı ve ikincisi ise, görünüşe verilen önemin farkında olan modern kültürün bireylerinin, kendi görünüşlerine ve denetleyebilecekleri diğer kişilerin görünüşlerine olağanüstü önem kattıklarıdır. Bu iki nokta birleştiklerinde, toplumsal görüngülerin yüzeylerine özel bir önem yüklendiğini, dolayısıyla yaşam biçimi farklılıklarındaki ilgi konularının, yüzeylerin beceriyle kullanılması ve yorumlanması üzerinde odaklanma olasılığı olduğunu ileri süren savlar olarak özetlenebilirler.[1]

Metropol kültüründe görselleşmenin günlük yaşamın yorumlarına egemen olmasının nedeni, ondokuzuncu yüzyılın hızla büyüyen şehirlerinin arazi ölçeklerinde, ortak bir entelektüel düzenin büyük ölçüde sürdürülemez bir hal almasıydı. Görsel anlaşılabilirlik için yeni yollar bulup kullanmak, bilişsel yabancılaşma ile başa çıkmak için kaçınılmaz bir yol olmuştu. Şehrin önceden planlanmamış, gereksinim sonucu ortaya çıkmış bir konutlar ve işlevler yığını halinde kalmasına izin vermemenin tek yolu vardı. Şehir, başlangıçta ulaşımın sağladığı yeni kolaylıklar ve ardından dünya işlerinin ilerlemesi sonucu büyük demiryolu terminalleri aracılığıyla buyur edilen yeni bir toplumsal düzenin simgelerini yaratmak için çırpınıyordu. Daha genel olarak, yönetim, finans, eğitim, sağlık, ticari kuruluşlar, tiyatro, eğlence yerleri gibi halka açık binaların sayısındaki artış, şehrin etkileyici bir şov kibiri içinde yeniden inşa edilmesi olgusunun bir bölümüydü (Olsen 1986). En meşhuru Paris'de Baron Haussman Bulvarında, ardından daha az ölçüde de olsa bütün Avrupa'da, şehirler birer görsel gösteri olarak yeni baştan yaratılmaktaydılar. Bu çaba kısmen, yeni ulusal retoriklerin oluşmasına yol açan geleneklerin ortaya çıkarılmasına katkıda bulunmak için ve kısmen de vatandaş olmanın çelişkilerini oluşturan (içinde bireye hem kur yapılan hem onu yok eden) ticaret, eğlence ve yönetimle ilgili gösteriler konusunda ütopik bir görüntü yaratmak içindi. O sıralarda, şehrin bir ahlaki sorumluluk olduğu fikri, şehir plancılarının ve görsel düzenle ilgili yeni bir disiplinin ortaya çıkışıyla profesyonelleştirilmişti (Watkin 1977).

Görsel anlaşılabilirliği aramanın ikinci bir yolu, temsil teknolojilerini üretme yoluna gidilmesiydi. Ondokuzuncu yüzyılın ilk yıllarında, çeşitli ülkelerin mucitlerinin fotağrafçılıkla ilgili sorunlara ciddiyetle çözümler arıyor oldukları ve böylece kitlesel eğlencenin ilk kitlesel ortamını oluşturdukları bilinir. Kişisel olmayan bir temsil aracı olan kameranın, resimsel tasarımın yeni medyası aracılığıyla daha geniş bir eğlence atmosferinin parçası olduğu ise daha az bilinen bir durumdur. Diyoramalar, panoramalar, sihirli fenerler ve başka pek çok eğlence biçimi başlangıçta sıkıştırılmış tasarım teknolojileri yaratmak yoluyla şehir karmaşası ile çatıştı.[2] Yüzyıl

ilerledikçe, toplumsal yaşamın ya da şehir topolojisinin sıkıştırılmış bir kuşbakışı görüntüsünü elde etmenin olanaksızlığı giderek daha belirgin hale geldi ve görsel teknolojiler, yeni tasarım biçimlerine doğru gelişen doğal bir anlayışa ulaşmak amacıyla parçalara bölme ve rastlantısal bağlantılar yoluyla yaptıkları arayışlardan uzaklaştılar. Yüzyılın sonunda yeni bir görsel dil olan sinemanın gelişmesiyle modernizme (ve modern zamanlara) ait başka bir bilinçli tasarım bilimi icat edilmiş oluyordu.

Foucault'un, Bentham'ın buluşu (içinde bütün mahkumlarının devamlı olarak görsel denetim altında oldukları bir hapishane) olan panopticonu modernizmin yeni disipliner rejimlerinin bir örneği olarak benimsediği bilinen bir örnektir (Foucault 1977). Görsel teknolojinin önemli bir güç mekanizması olarak benimsenmesi görselleşmenin egemenliği ile ilgili bir başka boyuttur; bu örnek bize görüşün karşılıklılığını hatırlatır. Görme şekilleri aynı zamanda görülme şekilleridir –yani gözlemin, modernizm en önemli fantezileri açısından hiç de şaşırtıcı olmayan kaçınılmazlığı[3]. Önceki bölümlerde çeşitli kuramcıların başka her şeyin üzerinde yeni bir görsel temsil modeli olan düş metaforunu, o ilginç şehirli özgürlük ve güçsüzlük eğilimini yakalamanın bir yolu olarak kullandıklarını belirtmiştim. Ondokuzuncu yüzyılın sonunda, yeni bir kendini keşfetme epistemolojisinin tıbbın zırhı altında ortaya çıkarılması, düşlere travmatik sorunların görsel temsili olma ayrıcalığını tanıması konuyla ilgili gibi gözükmektedir. Her ne kadar psikanalizin yeni yorumcu meslek uygulaması "konuşma tedavisi"ni başlatmışsa da, bu olguyla ilgili analitik metaforlar her şeyden önce görme şekilleri ile ilgiliydiler.

O halde, modernizm için görüntünün yorumlayıcı bir kaynak olarak egemen olması karmaşık bir olgudur ve (kendisi dikkate değer olmayan ama açıklayıcı bir metafor olarak) bu olgunun birkaç düzeyde birden aynı anda işlev görmesi olanaklı olabilir. Çağdaş kültürde, giderek artan bir şekilde genel kimliklerden "imajlar" olarak söz etmeye başlamış olmamız, bu konunun tipik özelliklerindendir. Bu yüzden, hem kuruluşlar, hem de ünlü kişiler ve politikacılar gibi tanınmış figürler kendi imajlarını, okşayıcı olacak ve ünlerine zarar getirmeyecek yollarla yönlendirmeye çalışırlar. İçerikten ziyade görüntünün böylesine vurgulanmasının yüzeysel olduğu öne sürülerek eleştirilmesi –ki gerçekten öyledir– yaygın bir durumdur. Bununla birlikte, bu durum aynı zamanda, algılama ile ilgili metaforların tanınmışlığına ve hatta profesyonel olarak kişinin modaya uydurulması konusunda, başkaları tarafından görülmenin kaçınılmazlığına dikkat çekmektedir. Görünüşle ilgili olasılık konusunda anlam temsil edilen şeyin organik temelinden çıkartılırak serbest bırakılır ve özerk hale gelir.

Bir benzetme bu tartışmayı açıklığa kavuşturmakta yardımcı olabilir. Daha önceki bölümlerde birçok noktada modernizmin tüketici kültürü içinde pazarların soyutlaştığından söz etmiştim. Bunun anlamı, pazarın geleneksel biçiminin sınırlı –genellikle sözlük anlamındaki gibi çevresi işaretlenen ya da özel bir bina içinde yer alan– bir mekân olduğu ve içindeki ticari malların (gücül olarak her şey) alışveriş için ulaşılabilir durumda bulunduklarıydı. Modern kurumlarda pazarların belirlenmiş alanlarda ve kişiler arası değişimlerle sınırlı kalması daha az olasıdır ve toplumsal ilişkilerin yapıları için daha soyut metaforlar haline gelmişlerdir (bazı ideolojiler içinde tarih üstü bir özerklik bile kazanmışlardır). Modernizmde gösteri tarihinin de benzer bir yol izlediğini belirtmek isterim.

Modernizmin başlangıcında yeni gruplar eğlence aramaktaydılar ve bu gruplar teatral eğlence alanındaki yeni gelişmeler için ticari olarak çok kazançlı olan izleyiciler arasında ve bir ölçüde dönüşlü olarak oluşmaktaydılar. Bu yeni tiyarolarda toplumsal ve teknolojik yeniliklerin birleşmesiyle, temsil edilen şeyin "gerçekliği" derinleştirliyor ve tiyatro ile ilgili yanılsama yükseltilerek bir gösteri biçimi oluşturuluyordu. Bununla birlikte, tiyatrolar anlamı gösteri gruplarının yönettiği ve değer kriterinin onlar tarafından onayladığı sınırlı mekânlar olarak kaldı. Ondokuzuncu yüzyıl süresince, gösteri beklentilerinin mantığı sinemanın resimsel diline yöneldi. Daha önce de söylediğim gibi, parçalı görüntülerin gelişigüzel düzeni özerk gerçekle ilgili yanılsamaları derinleştirmeye yarıyordu.

Bunun ardından gelen televizyon ve diğer görsel tasarım teknolojileri Raymond Williams'ın dramatize edilmiş toplumda, günlük yaşamın dramatizasyonu olarak adlandırdığı olguyu zenginleştirdi ve iyice genişletti [1975; aynı zamanda bkz. toplumla ilgili olaylar konusunda denemeler için Garber *et al.* (1993) ile Dayan ve Katz (1992)]. Bu süreç içinde sahneselliğin sınırlayıcı oluşumlarından ayrılmaya zorlandı, daha yaygın ve daha soyut bir gösteri dili haline geldi [Bu konuda Sennett'in dramatik gösteri için katı çerçeveleri olmayan kültürel formasyonlarda, uygar yaklaşımın yok olması ile ilgili yenilikçi tartışması için bkz. (1977); Medya kültüründe yer kaybetme konusunda bkz. Meyrowitz (1985)]. Mimari değişimle ilgili bütünleyici süreç içinde, kamu binalarında güç ve otoriteyi sergilemek için klasik motifler kullanmak yerine boş vakitleri ve eğlenceyi çağrıştıran renk ve dokuların kullanılmasıyla ikonografi yönünde bir hareketlenme oldu.

Kısıtlayıcı olmayan dramanın bir etkisi de gösterge dilinde bir patlama yaratması olmuştur. Onlar aracılığıyla iletişimde bulunduğumuz göstergeler, artık özellikle anlatım geleneklerine dayanmak zorunda değildir;

özgürleşmiş olarak, yine de kendi rastlantısal mantıkları içinde kurumsallaştırılabilir, sonsuz bir kesişme çeşitliliği içinde düzenlenebilirler. Belki de modernizmde, resimsel görüntünün karmaşa ve karışıklığını en açık şekilde sergileyen ve tam anlamıyla geçici olan biçim, aşırı reklam bolluğudur. Reklamlar tipik olarak iki boyutlu görüntülerdir, ya bir sayfa ya da bir duvar üzerinde, reklam panosu gibi basılırlar veya televizyon ya da sinema programları arasına serpiştirilmiş kısa (tipik olarak 30 saniyelik), dramatik canlandırmalar şeklinde olurlar. Geçici evrensellikleri içinde bu görüntüler günlük yaşamın daha önemli etkinlikleri ile atbaşı giden, susmak bilmeyen ve beyin yıkayıcı bir koro gibidirler. Sanıyorum, tüketici kültürünün yanılsamalarını simgeleştirdikleri için reklamlara karşı bu kadar sık hoşnutsuzluk duyulmasının sebebi, varlıklarını sürdürmekte böylesine ümitsizce ısrarlı olmaları, buna karşılık, temsil ettikleri nesneler, kuruluşlar ve etkinlikler açısından yanlış yönlendirici değillerse bile aslında gereksiz olmalarıdır.

Reklamlar konularını cilalayıp parlatan yanıltıcı yüzeylerdir. Reklamların üretimi, dağıtımı ve pazarlaması konusundaki etkinlikler, açıkça çağdaş kültürel bir sanayi olmakla birlikte, kitlesel iletişim ve eğlence ile ilgili diğer sanayilerle de bağımlıdırlar. Reklamcılık endüstrisinin gelişiminin kültürel önemiyle ilgili sosyolojik yorumlara göre, öyküsel içeriklerini okumak için reklamların peşine düşmek cazip hale gelmiştir. Bunun nedeni, herhangi bir reklam parçalardan oluşan bir görüntü olduğu için, temsil ettiği şeyin kodlama kalıplarını bulmaya çalışmanın gerekli gözükmesidir; çünkü çözümleyici, bu tekrarlayan kodları kullanarak tek seferde anlaşılmayan ideolojik temaları (Williamson 1978); ve hatta, örneğin cinsiyet farkı gözetilen ortamlarla ilgili olarak kültürel varsayımlar arasındaki farklılıkları göstermeyi umabilir (bkz. Giaccardi 1995).

Eleştirel çalışmaların en inandırıcı örneklerinden biri, reklam öykülerinde cinsiyet farklılığı ile ilgili canlandırmalarda kullanılan kodların çözümlenmesi için yapılan bir dizi çalışmayla –yani güç, rekabet ve arzu edilebilirlik durumlarını canlandırma yolları günlük yaşamda çok yaygın olarak kulanıldıkları için, bu yolların stratejik ritüeller olarak işlev gördüklerini göstermekle– ortaya çıkmıştır. (Goffman 1977). (Genellikle diller olarak adlandırılan) bu temsil kodları açıkça görülebilecek bir şekilde toplumsal kimlik biçimlerinin pazarlanması ile ilgili olmakla birlikte, benim gözüme kitlesel reklamcılığın en önemli özelliği gibi görünmemektedirler. Aksine, bence reklamcılık ilişki ve duyarlılıkları iletmek için moda olan biçimlerin görüntüsünün evrensel kullanımını kurumsallaştırmaya başlamıştır (Ewen 1990).

Şüphesiz, kitlesel reklamcılık konusunda yazarken onun tek bir homojen kültür olduğu ileri sürülmemelidir. Leiss ve *arkadaşları* (1986), geçen yüzyıl içinde pazarlama stratejilerinde ve sunuş kalıplarında yaşanan değişikliklerin anlatılabileceği yararlı ve tarihi bir çerçeve oluşturmuşlardır. Daha yakın zamanlarda görülen sunuş kalıpları ile ilgili olarak, Leiss ve *arkadaşları* sunuş konusunda dört tür biçim önermektedirler – ürünle ilgili bilgilerin sunulduğu biçimler, ürünün görüntüsünü içeren biçimler, kişisel bilgiler ve yaşam biçimi ile ilgili biçimler. Bu biçimlerin her biri sırayla baskın olmuşlar, son yirmi yılda dördüncü form diğerlerinden daha yaygın hale gelmiştir. Yaşam biçimi reklamcılığında "insanlar, ürünler ve tüketim ortamları birleşmiş bir duygu etrafında buluşurlar" (Leiss ve *arkadaşları* 1986, s. 210); ve bu birleştirici duygunun "kullanım, doyum ya da yarardan çok bir toplumsal grup ya da duruma uygun ya da onun tipik özelliği olan" bir şey olduğunu öne sürerek yollarına devam ederler. (s. 215). O halde tartışılan şey, kitlesel reklamcılığın gelişmesi süresince işlevsel doyum üzerindeki akılcı vurgulamadan uzaklaşılarak, katılımcı üyelerin, ilişkilerin ve duygu uyandıran yaklaşımları kullanarak anlam yüzeyleri yaratma yeteneklerinin, vurgulanmasına doğru bir uzaklaşma olmuş olmasıdır [Reklamcılık kültürü ile ilgili bkz. Wernick (1991)].

Bu tartışma daha sonra reklamcılığın gelişip, modernizm döneminin devamlı bir özelliği haline gelmesiyle, günlük yaşamın malzemeleri hakkındaki beklentilerimizi açıklayabildiğimiz kültürel ortamlar oluşturmamıza yardımcı olan, daha geniş bir çalışmaya katkıda bulunacakır. Leiss ve *arkadaşları* bir kez daha yirminci yüzyıl boyunca sürecek bir gelişim dizisi olarak dört aşamalı bir kapsam önerirler ve bu aşamaları şöyle adlandırırlar: İdolleştirme (bu devrede ürünler yalnızca kullanım değerleri ile sunulur); ikon sanatı (ürünlere simgesel önemler iliştirilir); Narsizm (ürünler bireyselleştirilir ve bireyler arasında değerlendirilir); ve totemizm "ürünler, görüntüsü ve etkinlikleri aracılığıyla tanımlanan bir bütünlüğü temsil eden bir gösterge ya da belirleyici olarak görülürler" (1986, s. 278). Bu son çağdaş kapsam içinde yüzeyler aracılığıyla iletişimin vurgulanması egemendir. Burada: "Tüketimin bir gösteri, halka açık bir girişim olması amaçlanır: Ürünle ilgili görüntüler...s temel olarak yaşam biçimleri ile olan ilişkileri aracılığıyla toplumsal bütünlükler için amblemler (haline gelirler) (s. 295).

Reklamcılığın, aldatıcı olması nedeniyle, rasyonalistleri sürekli olarak rahatsız ettiğini söylemiştim. Reklamların, özellikle korunması gereken saf kişileri kandırma olasılığı vardır, çünkü gerçeği çarpıtan toplumsal anlamlardan söz ederler.[4] Daha da pratik olarak, reklamcılık seslendiği

toplulukları tekrarları ve yüzeyselliği nedeniyle rahatsız etme riskini taşır. O halde, mesleği üretim olup, reklamcılıktan komisyon alanların yenilikçi anlatım teknikleri aracılığıyla heyecan ve ilgi üretme zorunluluğu şaşırtıcı değildir. Belirtmiş olduğum gibi, biçim ve kullanım açısından değerler ve davranışlar arasındaki ilişkileri parça parça görüntülerle vurgulayan reklamcılıkta, anlatımla ilgili yeniliklerin "hiper gerçek kodlama, dönüşlülük ve hiper ifade sistemlerinin kullanılması gibi" stratejileri uygulaması yaşam biçimi eğilimleri ile de uyumludur. (Goldman ve Papson 1994, s. 24). Bu teknik terimlerin anlamamı "hiper anlatım çağında reklamcılığın artık ticari malın estetiğindeki kodu –yani üst-dili– gizlemeyip, "kod"un kendisini bir göstergeye çevirmeye çalıştığıdır" (s. 25).

Goldman ve Papson'un bilinçli açık kodlama olarak tanımladığı çeşitli yolların hepsi bu isteğin yapaylığını vurgulamaya yarayacaktır. Sunuşun yüzeyi daha önemli hale gelmekte ve sunuş mekanizmasına verilen önemle, bir üst-dil olasılığı yadsınıyormuş gibi görünmektedir. Böylece, özel anlatım araçları kullanmakla –yani, sunulan reklamda üretim sürecini referanslarının kapsama almak; sürekliliğin alışılmış anlatım biçimlerini bölen düzeltme tekniklerinin kullanılması; kamera denetiminde ve genellikle belgesel uygulama anlamına gelen diğer teknik araçlarda yetersizlikler ya da ticari-olmayan otantiklik konusunda diğer savlar ve anlaşılmaz parçalardan oluşan söylemler aracılığıyla– çağdaş reklamcılık rastlantısallık, konuyla ilgisizlik ve varlığının kaçınılmazlığı üzerinde ısrarcı tutumunu sürdürmüş olur. Goldman ve Papson'un işaret ettiği gibi, Brecht biçemi dramatik kuramda, dönüşlü uygulamaların topluluğun beklentilerini boşa çıkarmaya ve ideolojik anlaşmaları ortaya çıkarmaya yardımcı olmaları gerekir, ama reklamcılıkta dönüşlülük, söylemsel kodları hem yeniden ifade etmeye yaramakta hem de alaycı bir yaklaşım sergilemektedir. İzleyici şakacı tepkiler oluşturan bir toplumsal bilgiçlik sarmalına çekilir: "O zaman kozmopolit izleyiciler hem içerikle, hem de reklamların üst-dili ile tanışık birisinin göstergesini kullanabilirler (s. 43).

Reklam biçimleri ile ilgili kuramlar konusundaki bu kısa tekrarın amacı, bu kuramların çağdaş kültürde yüzeysel görüntülerin önemini anlatmalarıdır. Hakikilik konusunun bütün bu yaşam biçimi temaları içinde tekrarlanarak gündeme geldiği açıkça görülmekle birlikte, yüzeyler konusu ile ilgili olarak özellikle önem kazanacaktır. Bunun nedeni daha çok, yüzeysel görüntü herkes için hızla önemli hale gelirken, yalnızca belirli toplumsal biçimlerin "etkileşim" konusunu ele alacağı ve bunu abartacağı gerçeğidir. Böylece, yaşam biçimleri içinde yüzeylerin gerçekdışılığının, muhtemelen bir omuz silkişi ile kabul edildiği durumlarda, daha

"hakiki" temsil biçimi arayışlarına doğru bir süreklilik oluşacaktır. Burada yaşam biçimi uygulamalarını değerlendirmeye kalkışmak gibi bir amacım yok, bunun yerine yaşam biçimi konularıyla ilgili bir odak noktasının çeşitli şekillerde nasıl tanımlanacağına dikkat çekmek istiyorum. Bu çeşitlilik toplumsal mekânların ve tanımların diğer şekilleri üzerine yansıtılacak, böylece tanımlanabilir duyarlıklar, kendisi bir yüzeyler repertuarı olan bir biçim dağarcığı olarak hızla görünür hale gelecektir.

Bu durum, sahnelemenin bu biçiminde kurnaz bir ironi sergilenmekte olduğunu öne süren bir tartışmanın konuyla ilgisini görmemize de yardımcı olmalıdır. O halde, tüketici kültüründe ironi, çekicilik konusundaki değerlendirmelerin dayandığı varsayım ve alışkanlıkların rastlantısal olduğu bilinciyle birleştiğinde, çekicilik vaat eden bir yaklaşım olmaktadır. Yüzeyi üzerinde imalatçısının ya da finansal destekcisinin adını taşıyan yaşam biçimi giysilerinin, yüksek oranda ve artarak üretiliyor olmasının bu yaklaşımla uyumlu olduğuna inanıyorum. Yaşam biçimi giysileri derken anlatmak istediğim ya ayakkabılar, blucinler gibi alışılmış moda giysileri ya da bisiklet, koşu, golf veya bir tatil şirketi gibi özel bir boş vakit uğraşı ile bağlantılı giyim eşyasıdır. Her iki türdeki giysiler de işlevsel yararlarını yansıtan bir göstergeler repertuarı olarak iş görürler ve kendilerini kullananları özel imajlar ve ilişkiler içinde tanımlarlar.

Yukarıda imalatçı ya da finansal destekçiden söz ettim, çünkü söz konusu özne, o malzemeyi fiilen üreten Levi-Strauss veya Nike gibi bir şirketin kendisi olabileceği gibi, esasen başka ürünlerin üretimine dayanan bir şirket olup, üretimi finanse ederek o malzemeyi diğer ürünleriyle ilişkilendirmeye çalışıyor da olabilir –Camel ayakkabıları veya Calvin Klein gözlükleri gibi. Her iki durumda da giysinin yüzeyinde o etkileyici ismi taşımak hem imalatçı, hem de tüketici için bir avantaj oluşturabilir. Şüphesiz bu avantajların bir şekli de, imalatçının tüketiciden kendileri adına ürünlerinin bedava reklamını yaptırmak yoluyla yararlanmasıdır. Bu nisbeten göze çarpmayan bir logo aracılığıyla yapıldığı gibi, şirket adının büyük bir görüntüsü ile de gerçekleştirilebilir.

Tüketici için avantaj ise taşıdığı etiketin değeri ve egzantrikliği aracılığıyla kendi beğenisini sergilemektir. Kişinin beğenisini sergilemek yoluyla statü sahibi olması fikri yeni bir buluş değilse de, eskiden, aynı yaklaşım dikkat çekmeyecek şekilde, ancak diğer rafine tüketicilerin durumu fark edebileceği yollarla sürdürülürdü. Görsel beğeni ironisi içinde bu tür kontrollü davranış terk edilmiş ve moda olan ilişkilerden büyük zevk alındığı açıkça görülür olmuştur. Bu durumu yalnızca saflık olarak nitelendirmek, doğru olsa da olmasa da, esas noktanın gözden kaçırılması

anlamına gelecektir. Etiketi bir bireyin giysilerinin dış yüzüne, hem de birçok durumda çok büyük bir etiket olarak yerleştirmek, en önemli şeyin giysilerin modaya uygun bir gösterge olan yüzeyleri olduğunu vurgulamak olacaktır.

Aynı noktalar, kullanıcının devam etmesi olasılığı olmayan, ya da olamayacak olan üniversiteler gibi kurum ya da kuruluşların tanıtıcı amblemlerini taşıması konusunda da geçerlidir. Konuyla ilgili diğer örnekler çevre sorunları gibi nedenlerle politik hareketler, rock grupları gibi belirli davranışlara ortaklık ya da üyelik yoluyla yakın ilişkiler içinde olunan kuruluşların amblemlerini, etiketlerini, bluzlarını, vs. kullanmaktır. Müzik guplarını birbirinden farklılaştırma yolunda yapılan ince çalışmalar sonucunda, başarılı olan bir grubun şimdi CD'lerinden çok t-shirtlerini satmayı beklediği öne sürülmektedir. İçerimli reklamcılık yoluyla, giysilerin kimliği, giyildikleri diğer ortamlar, ve onu giyen diğer kişiler hep birlikte, her yeni kullanıcı tarafından dolaysız (implicated) olarak ya da alaycı bir yaklaşımla kullanılabilecek bir kaynak haline gelmektedir.

O halde, etiketler, sloganlar ve logolar gibi pazarlama kaynakları, yaşam biçimleri içinde yüzeylerin belirsiz etkileşimi olarak benimsenmiş durumdadırlar. Bunlar reklamcılık retoriklerinin günlük yaşama aktarıldığı anlardır. Dünyalar arasındaki farklılıkları bulanıklaştıran benzer süreçler, yukarıda çağdaş reklamcılıkta yenilikçi anlatım araçları olarak tanımladığım olguların reklamcılıktan devralınarak diğer görsel eğlence biçimleri içinde de kullanılmış olduklarını ve bunun hâlâ devam ettiğini anlatmaktadır. Böylece, MTV gibi bir kanalda müzik parçalarına eşlik etmek üzere filme alınan gösteri ve müzik bantları, sık sık yaşam biçimi reklamcılığının (eğlence araçları kadar haber programlarına da taşınan televizüel bir biçim) retoriğini kullanırlar. Bu retoriğin araçlarını, beklentiyi bozacak Brechtçi bir yapıbozuculuk biçimi olarak da tanımlamıştım. Bu araçların pek çoğunun orijinal olarak *Hill Street Blues* gibi yenilikçi televizyon dizilerinde kullanılıp, oradan kopyalanmış olduğunu fark etmek şaşırtıcı olmamaktadır. Şaşırtıcı değildir çünkü *Hill Street Blues* gibi diziler, daha iyi eğitim görmüş, genç sayılabilecek, profesyonel izleyiciye seslenmek üzere tasarımlandığı açık olan yaşam biçimi eğilimleriyle uyumludurlar (Feuer *et al.* 1984).

Günlük kullanımda bir ikonografinin, yani resimleme ve görme yollarının ya da bir gösteri kültüründeki yeni toplumsal ilişki biçimlerinin, ironik tepkileri bütünleyici biçimler yaratacaklarını ama, daha önce de belirttiğim gibi, pratik yaratıcılığın kaçınılmaz olarak belirsiz olacağını anlatmaya çalıştım. Pırıltılı ortamları gerçeğin dönüşümleri olarak adlan-

dırmak baştan çıkarıcı bir düşünce olsa da, bu ortamlar şimdi öylesine yaygındır ki, bir kontrast noktası olarak özgün bir gerçeklik duygusuna tutunmak iyice zorlaşmış durumdadır. Belki de konumuzla daha ilgili olan şey, pırıltının peşinden giderken, tüketim ya da eğlence çevrelerinin, tüketiciyi benliğin yanılsamaları ile hoşnut etmeye çalıştıklarıdır. Tüketici başarılı olduğu oranda kitlesel kültür sanayileri tarafından kullanılan görüntü diline kendisini kaptırmakta; ona kendi kişisel yaşam biçimi içinde farklılık hayalleri sunulmakta, bu yaşam biçimi tüketicinin üzerinde hiçbir denetime sahip olmadığı yüzeyler içinde sıkışıp kalma baskısını da yaldızlı hale getirmektedir.

Bu sürecin daha aşırı örneklerinden biri, birçok ülkede geliştirilmiş olan Disney Dünyalarının sunduğu çeşitler aracılığıyla önümüze gelmektedir (Bryman 1995). Konulara göre düzenlenmiş ortamlarda ve gezi yollarında karşılaşılan fantezi unsurları bazı açılardan bu ütopik alanların normalliğin "dışında" olduğunu açıkça göstermektedir. Bununla birlikte, bu dünyalar, ideolojik kahramanların, ulusal kültürlerin ve geleceğin ortamının ideallere uygun örneklerini de içlerinde barındırırlar (Rojek 1993). O halde yüzeysel duyguların bu ikinci tür özellikler içinde ideolojik sonuçlara yönelik olarak yönlendirildikleri açıktır. Bununla birlikte, Disney Dünyalarının daha sinsice sağladığı şey uzlaşmanın kurulması (engineering of consent) yönünde mükemmel örnekler sunmalarıdır. Bunun nedeni, kısmen, ne yapacağını ve nasıl yapacağını seçebilme özgürlüğü yüzeyinin, uyumluluğu garantileyecek biçimde yapılanmış olması ve kısmen de çevrenin gerçek anlamdaki yüzeylerinin –örneğin yürüyüş yolları ve hizmetlilerin görünüş ve davranışları– uyumluluk ve kurumsallaşmış denetim ile ilgili ideolojik mesajlar yaymalarıdır (Bryman (1995)'de bu örnekler daha ayrıntılı olarak anlatılmaktadır). Bu yüzden Disney Dünyaları pırıltılı yapıları içinde yeniliğin dönüşlülüğünü yadsıyan bir yaşam biçimi modeli önermeye çalışan eğlence biçimleridir.

Her ne kadar Disney Dünyalarının alternatif gerçekler olduğunu kabul etsem de, orada oluşturulan denetim ilkesine alışveriş merkezlerinde, Mc Donalds gibi kolaylık sunan restoranlarda, Victorya devrinin yüzeyleriyle bezenmiş olan tüm publarda, günlük yaşamın bütün özellikleri ve toplu yaşamın düşsel cilasının sürülmüş olduğu şehirdışı yerleşim merkezleri gibi diğer halka açık mekânlarda da rastlamak olasıdır. Bütün bu örneklerde müşteriler tasarımlanmış yüzeylerle karşılaşıyorlar ve bu yüzeylerde yaşam biçimi uygulamalarının gösterge dili, farklılaşmayı zorlamak üzere ustalıkla kullanılıyor. Politikacıların, ünlü kişilerin, sanatçıların ve diğer ünlülerin kendi imajlarının yüzeylerini (yaşam biçimlerini) onay

ve destek sağlamak amacıyla kullandıklarını da fark etmemiz gerekiyor. Bundan sonraki bölümde kitlesel eğlencenin bir biçimi olarak turizmi ele alacağım. Çünkü birçok yaşam biçimi uygulamasında turizm önemli bir unsurdur ve bölgesel beklentilerle kültür idaresi arasındaki karşıtlıkları daha iyi aydınlatır. Bu karşıtlıkların dinamiklerini saptamak ya da çözmek için kolay hiçbir yol olmadığı açıktır. Yüzey kavramı, yaşam biçimi uygulamaları açısından önemli bir alandır, çünkü kültürel biçimlerle ilgili herhangi bir tartışmada anlamların etkileşimini ortaya çıkarır. Şimdi bu anlamdaki etkileşim ile toplumsal kimlik kavramları arasındaki ilişkileri ele alacağım.

Notlar

1) Burada benim yaklaşımımla, post-modern kültürün kuramsallaşmasında yüzeyler konusunun vurgulanmasının onun özelliklerinden biri olduğu konusu arasında açıkça görülebilen bir bağlantı bulunmaktadır. Ama bu aşamada temel olarak yaşam biçimlerinin "post-modernliğini" konudan sapma olarak gördüğüm için, bu bağlantıyı şimdi geliştirmek istemiyorum.

2) Dramatik yenilikler, yeni resimsel teknolojiler ve ondokuzuncu yüzyılda şehir gelişimin yapıları konularından daha geniş biçimde *Fictions of Collective Life* (1993, bölüm 3) adlı eserimde bahsettim.

3) Görselleştirmenin baskıcı gücü –hem baştan çıkarıcı hem de tehdit edici bir bağlantı olarak– en dolaysız biçimde kadınlar tarafından yaşanmış, en etkili biçimde ve eleştirel bir biçemde feminist yazarlar tarafından sorgulanmıştır [örneğin bkz. Kuhn (1985) ve Wolff (1990)].

4) Bu karşı görüşlerden birinci ve üçüncüsü arasındaki fark, birincisinin belirli ürünler hakkında yanıltıcı öneriler, diğerinin ise reklamcılık söylemi aracılığı ile ideolojik ortamın yüceltilmesi ile ilgili olmasıdır.

8
Benlikler

Bir önceki bölümde yaşam biçimi açısından en önemli konulardan biri olarak yüzeyleri inceledim. Özellikle, modernizm döneminin sonunda görsel ya da etkileyici gösterilerin kitlesel tüketimde daha çok önem kazandığı birkaç yola dikkat çektim. O halde, yüzeyler üzerindeki vurgulama görünüşlerin –yani nesnelerin, yerlerin, ya da insanların sunuldukları ya da kendilerini sundukları yolların– önemine işaret etmektedir. Yüzeyler çok çeşitli kapsam ya da amaçlar için tasarımlandıklarından, giderek daha geçici ve çok parçalı bir duruma geleceklerdir. Yüzeyler üzerinde durulması, anlamların (nesneler, yerler veya insanlarla ilgili anlamlar) dengeli olmadıklarının, bu yüzden de algılama ve kullanımın rastlantısallığına bağlı olduklarının ön kabulü demektir.

Aynı zamanda, modern dönemin daha sonraki yıllarında kimliğin toplumsal tabanın temelinde de bir değişim meydana gelmiş gibidir. Geleneksel olarak, toplumsal sınıfı, dolayısıyla de bireyin yaşama şeklini belirleyen faktör iş ya da meslek iken, yüzyılın ikinci yarısında bireylerin toplumsal kimliklerinin temeli olarak boş vakit uğraşları ve tüketim alışkanlıklarının giderek daha çok önem kazanır olduğu artık yaygın bir kanıdır. Eğer

tüketim süreci bir anlam-oluşturma girişimi ise, o halde kim olduğumuz bu girişim süreci içinde ve girişimin kendisi ile birlikte dönüşlü olarak oluşmaktadır (Kelner (1992); bkz. aynı toplama içinde yer alan "benlik ve toplum mekânları" üzerine yazılmış makaleler). Dönüşlülük kavramı ile anlatmaya çalıştığım şey, kısmen, özne ve biçim gibi toplumsal oluşumların, performanslarının (ya da uygulamalarının) tavrına göre farklı özellikler kazanmasıdır. O halde, kimliklerle (bireysel ve kolektif kimlikler) ilgili konuların –kimliklerin oluşumu, sağlamlığı ve değişimi gibi– yaşam biçimi uygulamaları için temel ilgi konuları haline gelmiş olması şaşırtıcı olmamalıdır (Kitlesel tüketimcilikte kimliklerin zayıflaması ile ilgili daha eleştirel bir yaklaşım için bkz. Warde 1994).

Sanırım bunun sonucu, nesnelerin ve uygulamaların anlamlarının durmaksızın yeniden yaratıldığı bir kültürde bireysel kimliklerin daha az sağlam ve daha az anlaşılır hale getirilmesi olacaktır. Bu ilişkinin kaçınılmazlığına dikkat çekmemin nedeni, eğer kullandığımız ya da sahip olduğumuz nesnelerin anlamları önceden tahmin edilemiyorsa, o zaman en azından bunların, yani nesnelerin ne anlamda kabul edileceklerinin, kısmen onları kullananlara ve nasıl kullanıldıklarına bağlı olacağıdır. Aynı şekilde kim olduğumuz da –tüketim oyununun aktif oyuncuları olarak– oyunun kaynaklarını kullanış şeklimiz aracılığıyla oluşmakta ve sergilenmektedir. Sosyologların tüketim kalıplarına ve boş vakitleri değerlendirme etkinliklerine bakarak "nelere inandığımız ve ne düşündüğümüzü, bu inançlarımıza nasıl vardığımızı, ve hareketlerimizin nasıl özel inanç ve değerlerimizi ifade ettiği konusundaki geniş içerikli soruların "cevaplarını okuyabileceklerine" inanmalarını sağlayan da karşılıklı yarar oluşturan bu ilişkidir [Tomlinson 1990, s. 5; bu toplama içindeki makalelerden çoğu tüketim kültüründe kimliğin şekillendirilebilme özelliğine değinirler; daha kapsamlı bir tartışma için bkz. Finkelstein (1991)].

Bu kuramsal varsayıma ek olarak, daha ampirik iki yaklaşıma da işaret etmek yerinde olacaktır. Bu eğilimler, tüketim kültüründeki değişikliklerle bireysel kimlik kavramları arasında bağlantı sağlarlar. Birinci eğilim, tüketim kültüründeki değişikliklerin kültürel etkinliklere katılım açısından halka açık, topluca yerine getirilen kolektif yaklaşımlardan uzaklaşarak –boş vakit uğraşlarının bireyselleşmesi (decentring) süreci şeklinde de tanımlanabilecek– daha özel ve kişisel bir katılım şekline yönlenmesi şeklinde özetlenebilir. Kültürel biçimde görülen bu yön değiştirme kısmen, video kayıt sistemleri, kişisel CD ve kaset çalarlar gibi, sergilenen gösterilere kişisel olarak ulaşmayı ve bu gösteriler üzerinde kontrol sağlamayı evrensel hale getiren teknolojik gelişmelere dayanmaktadır. Bununla

birlikte, bu yöndeki teknolojik yenilikler için gerekli itici güç özel ve kamusal ortamların yeniden programlanmasıyla ilgili daha genel eğilimlerle sağlanmıştır (Morley'in (1992) ve Silverstone'un (1994) son çalışmalarında ele aldıkları bir konu; aynı zamanda bkz. konunun aşağıda bulacağınız daha ayrıntılı tartışması).

İkinci değişiklik birincisi ile ilişkilidir ve pazarın çok parçalı hale getirilmiş olması olarak özetlenebilir. Bir önceki bölümde birçok yerde, tüketimciliğin seri üretim üzerine inşa edilmiş olan ilk biçimlerinin geniş tabanlı tüketici kategorilerinden uzaklaşarak, gittikçe daha fazla uzmanlaşan pazar alanlarına doğru kaymalarla yer değiştirtirdiğine (çağdaş gazetecilik ve televizyon yorumlarında yaşam biçimi alışverişlerinin genellikle ihtisaslaşmış (uzmanlaşmış) pazarlama ile eşdeğerde ele alındığına) dikkatinizi çektim. Aynı şekilde bu süreç de bireylerin seçeneklerine kişisel anlamlar yükleyerek, yaşam biçimi seçenekleri içinde bir kişisel gelişim temasının ifade edilebilmesi için daha geniş olanaklar sağlayacaktır. O halde, bir tüketim kültüründe bireysel kimlik kavramlarının zayıflatılma olasılığı bulunduğunu görebileceğimiz birkaç yol vardır.

Şimdilik kimlik ve benlikten, bunlar sanki aynı şeymiş gibi söz etmeye devam edeceğim. Zamanla, en azından aralarında bir ayrım yapma olasılığının düşünülmesi gerekecekse de, şu an için bu terimleri bir kişinin tek ve kapsamlı bireyselliğinin iki yönü olarak düşünmek daha kolay olacak. Bireyselliğin ya da kimliğin yaşam biçimi seçenekleri içine gömülü olarak düşünülebileceğini anlamış bulunuyoruz. Bir yaşam biçiminin sınırlarının çizildiği ya da ayrıntılı biçimde tanımlandığı yollarla, yaşam biçimi seçimlerini yapan kişinin de özel bir çeşitlemesi oluşturulmuş olmaktadır. O kişiyle ilgili bir öykü ya da anlatı yaratılmaktadır.[1] Bununla bilikte, geleneksel düşünce için, çağdaş toplumda bireyselliklerin sağlamlıklarını kaybederek değiştiklerini ve çeşitli görünüşler aracılığıyla geliştiklerini (ve aynı anda değilse de, birbiri ardına birçok öykü anlatıyor olabileceğimizi) öne sürmek, şok edici olmasa bile, en azından rahatsız edici bir gelişmedir.

Sanıyorum, belirsiz bir dünyada hepimiz, kim olduğunun ya da kim olduğumuzun, belli bir güvenle açıklayabileceğimiz bir olgu olmasını –dolayısıyla, sarhoşun *My Way* şarkısına sempatisinin, inatçı bir bütünlük iddiası olduğunu– hissedebilmek isteriz. Ama yine de, her toplumsal varlık için farklı ve eşsiz bir bireysellik bulunduğu varsayımı göreceli olarak modern sayılabilecek bir inanıştır. Bununla birlikte, batılı düşünce için temel bir öneme sahip olan bireysellik söylemi, her zaman var olmuş bir yaklaşım değildir. Bireyin toplumsal kategorisi üzerine yazılmış makalelerin toplandığı bir kitapta (Carrithers *et al.* 1985), birçok yazar, Avrupa

kültüründe modernizmin doğuşu sıralarında evrensel bireyselliğe bir geçiş olacağı şeklinde bir varsayım olduğunu saptamışlardır. Bununla birlikte, eğer benlikle ilgili, birbiri ile yarışan bireyci kimlik yaklaşımları tarihsel ve kültürel olarak özel yaklaşımlarsa, o zaman benlik konusundaki bu egemen görüş ve beklentiler dönemsel kültürel değişimler bağlamında başka değişimlere de uğrayabileceklerdir.

Anlaşılan bu noktada, demokratik vatandaşlığın dengeli bireyselliğinin, modanın ve geçici görselliğin kandırmacaları ile zayıflatıldığı konusundaki yaygın kanı ve bireysellikle ilgili fikirlerimizin doğaları gereği her zaman göreceli oldukları şeklindeki entelektüel sav arasında bir çelişki bulunmaktadır. Eğer ikinci görüş doğru ise, bir kitlesel tüketim kültürünün gelişmesi sonucunda, benlik ve kimlik kavramlarının, görünüşlerin ustaca kullanımı yoluyla seri-halinde bir yeniden yaratma duygusuna doğru nasıl değiştiklerini açıklayabilmenin güçleşeceği görülmektedir. İlk bölümlerde moda, beğeni ve boş zamanlar konularına duyulan ilginin, modernleşme süreci boyunca egemen ilgi konuları olarak görülebildiklerini anlatmaya çalıştım. Eğer bu doğru ise, bazı açılardan, başkalarının beklentileri ışığında bilinçli olarak şekillenen bir olgu olan tüketimci benliğin de, yeni bir gelişme olmayıp, modernleşme sürecinin ısrarlı konularından biri olduğu sonucu ortaya çıkacaktır. Onaltıncı yüzyılın başlarından ondokuzuncu yüzyıla kadar olan dönemin davranış biçemleri konusunda yazılmış kitaplarda karşılaşılabilecek uygar davranışlar söylemi konusundaki etkin çalışmasında Elias (1978), bireylerarası davranış dilinde bireyselliğin dışhatlarını yeniden çizmeye çalışmıştır.

Elias'ın bu projesinin şimdiki konumuzla ilgisi, özellikle, yazarın bedenin delikleri (orifice) ile ilgili kural ve düzenlemeler yoluyla, yemek yemek, yenilenlerin vücuttan atılması ve cinselliğin denetim altında tutulması gibi "önemsiz" konularda yeni bilinçlenme şekillerinin geliştiğini göstermeye çalışmasıdır. Böylece, Elias'ın çalışması yeni benlik kavramlarının, etkilemeye yönelik kibar davranışların *yapmacıklığına* dayanan eğlenceli (playful) biçimlerle iç içe olduğunu öne sürmektedir: "İnsanların kendilerini ve başkalarını gözlemlemeye karşı olan eğilimlerindeki artış, davranış konusundaki tüm sorunun şimdi (Rönesans döneminde) nasıl farklı bir özellik kazanmakta olduğunun bir göstergesidir: İnsanlar kendilerini ve başkalarını Orta Çağ'da olduğundan daha özgürce şekillendirmektedirler" (Elias 1978, s. 79). Elias'ın araştırdığı ve uygar davranış kodları ile ilgili öneriler içeren bu el kitaplarını yaşam biçimi şablonları olarak adlandırmak, bir tarih uyumsuzluğu (anachronism) yaratabilirse de, bu eserin, modernizm dönemi süresince bireylerin aşağı yukarı uygar

olanla, aşağı yukarı sofistike olan arasındaki farkı ayırt etme yollarıyla ilgili arayışlarının önemini vurguladığı da gerçektir.

Böylece Elias bu çalışmasıyla, beğeni ve davranış biçimleri tarihlerini, değişen yaşam biçimi konuları olarak inceleme olanağının önünü açmaktadır. Bu yolu izleyerek sofra adabında incelik (Visser 1991); yiyecek çeşitleri ve toplumsal yemek ritiülleri düzenlenmesi (Mennel 1985); züppenin hesaplı aşırılığı altında yatan kendi kendini kısıtlama olgusu (Moers 1978); ve belki de her şeyin ötesinde, tüm cinsel davranış alışkanlıklarının doğasında bulunan zevk düşkünlüğü ile kendine hakim olma arasındaki diyalektik gibi konuların tarihlerini inceleme fırsatını da bulabiliriz. Aslında, bu konularda ve diğer konularda geçerli olmuş tüm modaların toplum içinde ve toplumsal hiyerarşi boyunca nasıl yayıldığını incelemek olanaklıdır. Toplumsal yaşamın yakından izlenen bu alanlarının kurallara bağlanarak düzenlenmesi süreci içinde, arzu edilen ya da uygar kabul edilen davranışlarla ilgili bazı kavramların, kabullenme ve dışlama kriterlerini serimlemek için nasıl kullanıldıklarını görmek mümkündür: Zevkli ve zevksiz terimleri... nesnelere değer yüklemenin basit biçimleriyse de, geçerlikleri ancak onlan kullanan toplumsal grubun gücü ve saygınlığından kaynaklanır. Beğeninin davranışlarla ilişkisi *görünüşlerle* olandan daha fazladır" (Bayley 1991, s. 71). Kültürel değişim süreçlerinin temelindeki asıl çelişki, benlik gibi "doğal" bir olgunun bilinçli hale gelip ifade edilebilmesinin toplumsal davranışların yapaylığı sayesinde olanaklı olmasındadır.

O zaman benim genel tezim bir dizi öneri olarak formüle edilebilir. Birinci öneri, insanların kendi benliklerini ya da bireyselliklerini yaşayıp, bunları kullanma yollarının daha genel kültürel değişimlerin bir parçası olarak değiştiğidir. İkincisi, bireysellik ve kimlik dillerinin statü oluşturma ve değiştirme ile ilgili tanımları belirleyen daha geniş süreçlerin bir parçası olacaklarıdır (örneğin bkz. Davidoff'un (1973) ondokuzuncu yüzyılın sonunda elit toplumla ilgili incelemesi). Üçüncü öneri, modernleşme sürecinde Batı toplumlarının alışılmış yaşam biçimi uygulamalarının egemenlik alanı olan toplumsal davranış alanlarına –örneğin beğeni, davranış biçimleri ve moda gibi– odaklanan ve bu alanlar aracılığıyla ifade edilen bireysellik biçimleri geliştirdikleridir. Ve son olarak da, toplumsal yaşamı biçimlendirme konusunda, diğer yapısal ayrım yolları daha az egemen hale geldikçe bu toplumsal hareket alanlarının öneminin arttığıdır.

Bu önerilerin sonucu, kimlik biçimlerini yönlendirme yollarının yaşam biçimleri arasındaki farklılıkları tanımlama yolları olarak giderek artan bir önem kazanmaları olacaktır. Daha ayrıntılı olarak ele alırsak, kimlik biçimlerini yönlendirme fikrinin sorunsallaşmaksızın, bireyin

benliği aracılığıyla bedenini düzenleme ya da disipline alma konusunda bir dizi kaygıya dönüşeceğine, böylece yaşam biçimlerinin bedeni bir odak noktası olarak ele alma eğiliminin giderek artmasının bekleneceğine inanıyorum: "Çağdaş toplum için önemli olan, bir proje olarak beden/benliğin bundan böyle elit bir karar organının ya da yüksek burjuvazi kültürünün amacı ya da ideali olmayıp, kitlesel katılıma açık olacağı gerçeğidir [Turner 1994, s. xiii; bedenin benliğin bir sergilemesi olarak tasarımlanması konusunda bkz. Finkelstein (1991)]. Benim bedenin düzene sokulması ya da disiplin altına alınması olarak tanımladığım, Turner'ın ise "bir proje olarak beden/benlik" şeklinde adlandırdığı olguların her ikisi de, benliğin yeniden düzenlenmesi ile ilgili daha genel konuların en azından bedenlerin tek başlarına yaşam biçimi alanlarının araçları olarak yönlendirilmesi yoluyla anlatımı demektir.

Sanırım bu durumun neden böyle olması gerektiği oldukça açık olmakla birlikte, öne sürdüğüm bu savı geliştirmek amacıyla üç noktadan söz edeceğim. Birinci nokta, tüm insan benliklerinin kaçınılmaz olarak cisimleşmiş (embodied) olduğudur. Eğer bir dönemin egemen benlik söylemi, yani benliklerin tartışılıp algılandığı şekiller değişirse, bunu benliğin özdeksel biçimi, yani bedenle ilgili beklentilerin de değişmesi izleyecektir. İkinci nokta birinciyle yakından ilgilidir çünkü eğer beden ve benlik birbirlerine yararlı olacak şekilde iş birliği içindeyseler, o zaman beden biçimi benlikle ilgili belirli değerleri sergileyecek ve davranış kalıpları oluşturacak anlamlarla yüklü olacaktır –örneğin, çilecilik yaklaşımını benimsemiş olanların cılız bedenleri ya da kutsal adamların bedenlerinde görülebilecek kamçı izlerine benzer izler bu konuda ilk akla gelen örneklerdir. Bu ikinci nokta bizi üçüncüye, yani yukarıda sözü edilen davranışların kısaca gözden geçirilmesine yönlendirecek, böylece bedenin davranış modelleri, benliğin belirli modellerinin bir örneklemesi olarak davranış kalıbı oluşturacak anlamlar yüklenecektir. Bu yüzden, askerlerin dimdik duruşları bir disiplin ve güçlülük göstergesi olarak düşünülür (buna koşut olarak izcilik öğretisine göre kambur oturmanın ahlaki çöküntünün kesin bir göstergesi olması gibi).

Benliklerle bedenlerin birbirine olan bağımlılıklarını vurgulamanın bir başka sonucu, benlik son yıllarda toplumsal kuram için önemli bir alan haline gelmişse, bedenin de bir toplumsal kuram konusu olduğunun "keşfetmenin" şaşırtıcı olmaması gerektiğidir (Turner 1984; Shilling 1993). Kuramsal söylemin çağdaş tarihinin bu konuyla kaçınılmaz bir ilgisi olmamasına rağmen, bedene yönelik yeni ilginin belirli özellikleri yaşam biçimi uygulamalarıyla ilgilidir. Turner son çalışmasıyla literatürde,

bedenin toplumsal kuramı ile ilgili üç konu saptamıştır (1994). Birincisi, toplumsal ilişkilerde bir metafor olarak bedenin simgesel önemidir –özellikle toplumsal ve kültürel antropolojide izlenen bir tutum (Synott 1993). İkinci grupta yer alan yazılar cinsiyet farklılığı, seks ve cinsellik söylemleri üzerinedir (Bordo 1993). Üçüncü grup, tahmin edilebileceği gibi, sağlıksızlık, hastalık ve rahatsızlık ve özellikle bu kategorilerin nasıl oluşturulduğu üzerine yazılardan oluşmaktadır. Kuramla, günlük yaşamın değişen alışkanlıkları arasında bir diyalog bulunduğunun görülebilmesi amacıyla, bu konuların her biri, yaşam biçimi uygulamalarının farklı modelleri içinde işlenmiştir.

Daha geç fark edilen bir olgu olsa da bedenin "kuruluşu" konusunda bir başka ilgi düzeyi daha oluşmuştur. Bu düzey, bedenleri kullanma yollarımızın birey ve toplum arasındaki temel kültürel varsayımları ifade ettiği yollara göre yönlendirilmiştir. Bu yüzden, Turner bedenin toplumsal oluşumu üzerinde yapılan çalışmaların çok değerli olmakla birlikte, "temsil ve toplumsal oluşum kavramlarının ötesine geçerek, gerçek bir toplumsal karşılıklılık anlayışına doğru ilerlemeyi başaramadıklarını" öne sürer (1994, s. xi). Burada Turner'ın karşılıklılık terimi ile anlatmak istediği şeyin toplumsal bedeninin iki yanlılığının yarattığı anlam olduğunu sanıyorum –tipik yapısı ve delikleriyle fiziksel varlık ve temsil biçimlerinin bir çeşidi olarak kültürel varlık. Toplumsal bedenin iki parçadan oluşmasını ya da karşılıklılığını tanımlamanın bir başka yolu da onu hem farklı biçimler ve grup ruhu değerlerinin bir temsil aracı hem de bir şablon olarak işlev gören simgesel bir biçim olarak görmektir (O'Neil 1989).

Bu düşünceyi Falk'un eserinden kısa ve özlü bir alıntıyla (daha önce aktardığım Turner'ın makalesinin önsöz olduğu 1994) geliştirebilirim. Falk güçlü toplumsal bağları olan çok yerleşik bir toplumda: "Bedenin hem dışardan gelen müdahalelere hem de kültürel/toplumsal bağlamı içinde karşılıklı ilişkilere daha 'açık' olduğunu" öne sürer (s. 12). Aksine, daha zayıf toplumsal bağlara sahip ama daha açık bir toplumda, bireysel kimlik için kişisel bedenin sınırlarını korumak daha önemlidir. Bu ayrım, ilkel toplumlarda görülen "yeme-toplulukları" ile modernizmin özelleştirilmiş biçimleri olan ve restoranlarda olduğu gibi, insanların birlikte yemek yeseler de kendi özel mönülerini seçtikleri ve duygu ve inançlardan çok, bir söylemi paylaştıkları biçimler arasındaki karşıtlıkta fark edilebilmektedir.[2]

Falk'ın bu önerisi (Douglas ve Bernstein'ın grup ve hat şebekelerinden yararlanmasıyla aynı anda Elias'ın figürasyon kavramını da geliştirerek) bizi yeniden yukarıda tartıştığımız modern kültürde özelleştirme konusuna döndürür. Bununla birlikte, toplumsal kimlik söylemlerindeki değişiklik-

lerin önemi artık anlaşılır olma konusunda daha derin bir değişim olarak kendini göstermektedir: "İnanç ve duyguların paylaşıldığı gruplardan (communion), iletişime (communication) doğru kaydedilen büyük uygarlaşma hamlesi, yalnızca yemek yeme ritüellerini ve yiyecek çeşitlerini değil, bütün modern kültürü ve insanların başkaları, kendileri ve tüketim nesneleri ile ilişki kurma şekillerini de tanımlar' (Falk 1994, s. 36) Bu yüzden, Falk bedenin ve özellikle de ağzın kullanımıyla ilgili değişen kurallarda modern boş vakit uğraşlarının çekiciliğini akla getirecek bir anlatı bulunduğunu öne sürer: "Duyular konusundaki vurguyu, dokunma duyularından daha belirsiz duyulara kaydıran aynı uygarlaşma süreci, tiyatrodan seyirlik sporlara ve sinemaya doğru... büyüyen bir "seyirlik etkinlikler" bandı yaratmaktadır" (1994 s. 64).

Falk'un buradaki düşünceleri heyecan vericidir, çünkü cisimleşmenin kimlik açısından önemini artırmaktadır. Toplu özelleşme süreci içinde, bedenlerin disiplin altına alınmasından kaynaklanan yaşam biçimleri söyleminde bulunan, örneğin diyet yapmak, kendinizi genç ve "ince" tutabilmek açısından egzersizin önemi ve insanın sağlığını koruyabilmek konusundaki ahlaki sorumluluğu gibi yerleşik konulara ek olarak, Falk bedenlerin [ya da Goffman'ın meşhur başlığında kullandığı şekliyle benliklerin (1959)] sunuluş şekillerinin özel toplumsal kimlik ve farklılıklan –yani yaşam biçimlerini temsil ettiği konusunu ortaya atar.[3] O zaman, her bireyin kendi bedenini ve başka bedenleri dikkatle gözlemlemesi ya da disiplin altına alması (üzerinde fazla düşünmeden kabul ettiğimiz bir temsil biçimi) bireyler olarak, farklı kolektif yaşam modelleri içinde nasıl yaşadığımızı anlatan bir öykü (ya da bir roman) gibi –bir başka düzeyde– yorumlanabilir.[4]

Artık, yirminci yüzyılda yaşam biçimlerine artan ilginin kültürel önemini, yani bu kitabın oluşturulmasına neden olan yaklaşımı özetleyebiliriz. Bu önem yeni simgesel statü şekillerinin (yani yaşam biçimlerinin), kimliğin birbirine bağımlı özelliklerini nasıl örneklediğinin anlaşılması, yani toplumsal öznelerin kendilerini hem "biz" ve "bizim"le oluşan yeni iletişim ağının bir parçası ve kaçınılmaz olarak "onlar" ve "onların"kinden ayırt edilen varlıklar, hem de aynı anda farklı ve eşsiz bir varlığa sahip bireysel oluşumlar olarak görmesi sonucunda kavranır. O halde yaşam biçimleri, olmak istediğimiz kişi ile ilgili olarak, yaşadığımız yer ve ortamlarda anlaşılabilir olan bir dizi destek sağlar.

Yukarıda, benlik ve kimlik arasında kavramsal bir ayrımı zorlamamak konusuyla ilgili olarak hemen fark edilebilecek avantajlar olduğunu söylemiştim. Sanırım, bunu izleyen kimliğin ikili özellikleri konusundaki tartışma, bireysel ve toplumsal kimliklerin birbirlerine karşılıklı bağımlı-

lıklarının, şimdi özel ve kamusal alanlar arasındaki karşıtlık olarak yeniden tanımlanabileceği düşüncesini ortaya sürmüş oldu. Kamu ve özel kavramlarına geçmenin önemi, farklı kimlik düzeylerinin bu kavramlarla ilgili değişik kalıp ve tiplerdeki rol beklentilerini fark etmemize ve böylece "kültür, toplum, kişilik ve toplumsal özelliklerin tüm içeriğini kucaklayabilmemize" yardımcı olmalarından kaynaklanmaktadır (Bensman and Lilienmfield 1979, s. vii). Kamuda olmak özel yaşamda olmaya kıyasla farklı bir varlık olmak anlamına gelmeyip, daha ziyade bireyin farklı ilgi alanlarına tepki verdiği, yetersiz performans karşısında farklı kısıtlamalar uygulandığı durumlar ve uygun anlatım kodlarındaki farklılıklar demektir. O halde kamusal ortamlar ve özel ortamlar toplumsal yaşamın tamamını örneklemektedirler ve. farklı toplumsal varlık modelleri için bölgeler olarak işlev görecek çerçeveler oluşturmaktadırlar.

Toplumsal kuram için kamusal ve özel ortamlarda kullanılacak bir terminolojinin genel anlamda önemi yaşamın farklı alanlarının nasıl kaçınılmaz bir çeşit denge içinde olduğunu anlatır. Her ne kadar yukarıda, davranışlardaki değişiklik biçimlerinin benliğin ifadesini kolaylaştırabileceği şeklinde bir paradokstan söz ettiysem de, eğer bir ortamın özellik ve retoriğindeki değişikliğin, bireyin başkaları için beklentileri üzerinde her zaman birtakım sonuçları olacağı fark edilirse paradoks ortadan kalkacaktır. Bu durum, kamusal ve özel alanlardaki dengenin sık sık çelişkiye düşecek oranda değişken olmasının tarihsel söylemde doğru olmasını engelleyemez. Bu yüzden romantik düşüncede, kamu yaşamının daha resmi olan yükümlülüklerinin esas olmadığı ve bireylerin kendilerini (ya da genellikle kendileri olanı) doğru olarak ancak özel deneyimleri içinde ifade edebilecekleri yaklaşımı yaygın olarak işlenen bir konu olmuştur.

Kamusal ve özel ilgi alanları arasındaki sınır ve bu alanların bireyler için göreceli önemleri tarihsel olarak değişecek (sık sık, post-modern toplumda bu sektörlerin daha az keskin bir farklılık içinde olacakları öne sürülmektedir), ama aynı zamanda belirli bir dönem süresinde, toplum içinde de farklılaşacaktır. Modernleşme süreci içinde cinsiyet farklılıklarının bir toplumsal kimlik modeli olarak oluşturulduğu yollar, kamusal ve özel ortamların tanımlanmasıyla özellikle ilgili olmuştur... (Davidoff ve Hall 1987). Kitlesel yaşamda karşılaşılan fırsatlar konusunda değişik cinsiyetlerin oluşturduğu farklı beklentiler, bireylerin kendilerini ifade ederken kullanacakları uygun araçları bulma çabalarına yaptıkları farklı yatırımlarla birleşince, yaşam biçimi uygulamalarının özendirici ilgi konuları, aynı toplumsal çerçevede yaşayan kadın ve erkekler arasında tamamen farklı ifade biçimleri bulmuş ve bulmaktadırlar.

Kamusal ve özel ortamlar arasındaki bu hareketli ama kaçınılmaz denge duygusunun yaşam biçimlerinin incelenmesi açısından daha özel sonucunun iki yönü vardır. Öncelikle, yukarıda ele alınan ve yaşam biçimlerinin iki ortam arasındaki sınırların tartışılmasında nasıl işe yaradığını gösteren yaklaşımı daha da geliştireceğini umuyorum. Yaşam biçimleri, kamusal deneyimler –her şeyden önce toplumsal kabullenme ve dışlama yolları– olmakla birlikte, aynı zamanda kişisel anlamlarla da yüklüdürler. İkinci nokta bu çift yanlılık üzerinde gelişir, çünkü ortamların birbirleri arasındaki karşılıklı bağımlılıkların anlaşılması, bazı yaşam biçimi değerlerinin anlamı ile ilişkilidir. Eğer kamusal ve özel yaşamın değişen biçimleri, benliğin değişen sınırlarının tarihini yazmak için yeni bir yol açıyorlarsa (örneğin, bkz. Senett 1977), duygusal yakınlık (intimacy) ve hakikilik gibi düşüncelere yaklaşmak ve bu değerleri yaşam biçimleri içinde ifade etmek konusunda yeni yöntemlere de fırsat tanıyacaklardır.

Katılımcı için genellikle, daha çok toplumsal beklentiler aracılığıyla yönlendirilen ilişkilere göre daha anlamlı olan yakın ilişkiler, ayrıcalıklı etkileşim tipleri olarak kabul edilirler. O halde, kamusal ve özel ortamlar arasındaki farklılıklardan ortaya çıkan toplumsal düzen sistemlerindeki duygusal yakınlık, normatif önemle yüklü olacaktır. Bununla birlikte, bu genelleme burada durmamızı gerektirmektedir. Çünkü, ortak gibi gözükebilecek ortamlar içine, duygusal yakınlığı sınırlama ve çerçevelemenin farklı yolları sokulmuştur. Böylece, yakınlığın farklı biçimleri, örneğin birlikte çalışan ve benzer şekillerde giyinip konuşan bir grup erkek meslektaş ile aynı yaşlardaki, diğer benzerliklerine ek olarak kadın kimlikleri ile bir başka ortak ilgiyi paylaşan bir kadın grubu, özel fakat birbirinden açıkça farklı yaşam biçimi uygulamaları sergileyeceklerdir [Duygusal yakınlığın yaşam biçimi tanımlalarıyla ilişkisi en yararlı biçimde Giddens tarafından araştırılmıştır (1991, 1992)]. Anlaşılan yakınlığın sunulma ya da yakınlığa izin verilme ölçüsü yalnızca kamu/özel karşıtlığının bir işlevi olmayıp, benliğin başkaları ile diyalog için konu olarak kullanılabileceği daha genel yollarla da ilişkilidir.

Yukarıda, yakınlığın genellikle özel yaşam alanının değerlerinden biri olarak hakikilikle birlikte sınıflandırıldığından söz etmiştim. Bunun nedeni, içten ortamlarda ortaya çıkan benliğin, resmi durumlarda sergilendiğinden daha gerçek ve daha bağımsız olduğu düşüncesidir. O halde, bazı özel yakınlık şekillerine ilgi duyan yaşam biçimleri hakiki olarak değerlendirdikleri davranışlara ya da daha hakiki nesnelerle ilgili değerlere de ayrıcalık tanıyacaklardır. Kitlesel kültürde, toplumsal anlamda doğal bir endeksleme (kapsama alma) özelliği olmasının nedeni, bireyin yalnızca

gerçekten olduğu kişi olması şeklinde imkânsız saflıkta bir savın düşünülmeden kabul edilebilmesidir. Bireyler, benliğin sunumunu kontrol altında tutma konusundaki tüm çabalarından vazgeçmek veya belli bir biçemi bireyin yaşamının (dolayısıyla bireyin kim olduğunun bir parçasının) bir özelliği olarak geliştiren belirgin göstergebilimsel ipuçlarını yönlendirmek veya bu ipuçlarını özel ya da sıradan izleyicinin anlamı çözmesi için, kişisel farkındalığı uyandıracak şekilde ironikleştirmek arasında bir seçim yapma durumu ile yüz yüze kalırlar. En aşırı şekliyle toplumun beklentileri ile bireysel arzular arasındaki çelişki duygusu bireyleri kendi yaşam biçimleri içinde karşı koymaya, hatta normallikten uzaklaşmaya zorlayabilir – Cohen ve Taylor'un "kaçış çabaları"başlığı altında araştırdıkları gibi (1993).

Tüketim mallarını ya da yaşam biçimi temalarını ironik bir şekilde kullanmak, bunların açık anlamlarının sorgulandığı anlamına gelmez, yalnızca bu seçimleri yapmanın başka neyi içerdiği konusunda bir farkındalığı işaret eder. Bununla birlikte (birkaç örnek vermek gerekirse), nasıl giyineceği, yatak odanızın nasıl döşeneceği ve misafirlerinize neyi nasıl ikram edeceğiniz gibi konular, farklı toplumsal katmanlar arasındaki etkileşim yoluyla öyle geniş çaplı ve devamlı değişen konular olmuştur ki, tüm yaşam biçimi dergileri ve diğer basın yayın organları biçimsel bir söylem oluşturma çabasına girişmişlerdir. Bunun anlamı, yaşam biçimi uygulamalarının ana hatlarını bu söylemin belirlediği anlamına değil – daha ziyade yerel deneyimle kitlesel kültür endüstrileri arasında kaçınılmaz ve devamlı bir diyalog olduğu anlamına gelir. Bu endüstrilerin çapı, karşılaşılabilecek yerel sınırların, etnik restoranlar ve kitlesel toplumun diğer kültürel biçimleri ve dağıtım ağları aracılığıyla belirsizce evrensel kültürlere bağımlı olduğu anlamına gelir.

Habitat gibi yaşam biçimi dükkanlarının gelişmesiyle kitlesel tüketimciler için, örneğin ulusal özellikli "otantik" kap-kacak ve diğer mutfak gereçlerini elde etmek kolaylaşmıştır. Bununla birlikte, bu durumun hakikilik döngüsünü tükettiği söylenemez, çünkü öz-bilinçlile incelmiş bireyin (self-consciously sophisticated) ulusal satış zinciri aracılığıyla ulaşılamayan malları aramasına (ve böylece en azından, tecimselliğin olumsuzluğundan kısmen kaçınmasına) her zaman olanak olacaktır. Bunu yapmanın bir yolu, büyük şehirlerin etnik bölgelerine giderek etnik ya da ulusal azınlık grupları için satış yapan satıcılardan alışveriş etmek ya da yalnızca kaynak ülkeden mal satın almaktır. Bu son stratejinin bir başka şekli olanaklar elverdiğince kitlesel satış mağazalarından alışveriş etmekten kaçınmak ve yalnızca "el yapımı" mallar, yani bireysel olarak üretilen ve yapımcısı tanımlanabilecek özel işaretli üretimler satın almaktır. Kitlesel pazarların tek düzeliğinden kaçma çabalarının zorluğu, bu çabaların

kaçınılmaz olarak kitlesel kültür sanayileri tarafından uyarlanabilecek özelliklere bağımlı olmasıdır.

Bunun nedeni hakikiliğin özel ve değişmez niteliklere sahip bir özellik olmamasıdır. Hakikilik daha ziyade koşullar ve bağlamlarla birlikte değişebilen bir yargıdır. Yaşam biçimleri sık sık yapay görünümler olarak görüldükleri için bazıları daha hakiki ilgi alanları üzerine kurulmuş kendi yaşam biçimlerini yaratma yoluna gideceklerdir. Bunlar, yalnızca organik gıdalar yemek, mesleklerle ilgili geleneksel bağlılıklara karşı çıkmak, cinsel ilişkiler konusunda farklı cinsler, hatta tek-eşli olmayan heteroseksüel veya homoseksüel çiftlerin geleneksel beklentilerine karşı çıkacak modeller aramak gibi yaklaşımlar olabilir. Bu örnekler veya kullanabilecek birçok başka örnek, hakikiliğin yaşam biçimlerini genellikle ulaşılabilir hale getirmiş olan ürün ve pazarlama uygulamalarını yadsımaya çalışan sık rastlanır bir yaşam biçimi niteliği olduğunu gösterir.

Bununla birlikte, mal ve hizmet aracıları, işbirliği oluşturulan yeni coğrafyalar ve bölgesel pazarlar sayesinde birbirine karşıt beklentileri karşılayabilecek yetide olduklarını kanıtlamışlardır. Birkez daha, bu durum tüketicilerin gerçek seçimler yapmadığı anlamına gelmeyip, yüzeylerin birbirleri arasındaki etkileşimlerin yarattığı farklılıkların niteliksel olmaktan ziyade, dış görünüşle ilgili sorunlar olduğunu göstermektedir. Görünüşün sahnelenmesinde bütün davranışlar birer gösteri biçimi oluşturur. Böylece, yukarıda dikkat çekilen, beğeninin temel olarak bir görgü alanı olduğu noktasına geri dönmüş oluruz. Hakikiliğin burgacına kapılmış farklılıklar, değişiklik dereceleri arasındaki farklar gibi gözükse de aslında biçimle ilgili sorunlardır.

Bu bölümde modernizm süreci boyunca, tüketici söylemlerinin gelişimi sırasında benliğin yükseltilmiş bilincine ait çeşitli biçimlerin nasıl işin içine karıştırıldığını göstermeye çalıştım. Tipik olarak çağdaş uygarlığın davranış, tavır ve tutum yapaylığı aracılığıyla ifade edilen bu dönüşlü bilinç biçimleri yoğunlaşarak kitlesel tüketimcilikte eskisinden yaygın hale gelmiştir. Sanırım, topluluk içindeki davranış kodlarında bir rahatlama ve doğallaşma yönünde gözlenen yaygın eğilime karşın, bu durum geçerliğini korumaktadır. Bu eğilim, toplumsal biçimin yadsınması değil, daha ziyade duygusal yakınlık ve hakikiliğin toplumsal davranışların estetiğiyle olan tanışıklığının yaşam biçimi uygulamalarının temel bir ilgi alanı olarak fark edilip paylaşılacağının açıklanmasıdır.

Bu noktayı daha iyi örneklemek ve açıklamak için, kısaca çağdaş kültürde yiyeceklerin ahlaki ve estetik bir ilgi alanı haline geldiği çeşitli şekillere bir göz atabiliriz. Yiyecekle ilgili değişen söylemlerin en belirgin olanla-

rından biri, yiyeceği bir kolaylık olarak görme yaklaşımından, estetik bir ilgi konusu, yani bir toplumsal yeterliğin hatta incelmiş bir beğeninin sergilenebileceği bir yaklaşım olmasına doğru gerçekleşen değişimdir. Hanke (1989), on beş yıllık bir dönem içinde Bir Kuzey Amerika şehri olan Philedelphia'da, yaşam biçimi gazeteciliğinin, gazete ve dergiler açısından nasıl önem kazanan bir özellik haline geldiğini ve özellikle yiyecekler, yemek pişirme ve restoranlar hakkında yazı yazmanın nasıl tamamen farklı bir özellik kazandığını anlatmaktadır.

Bir kez daha (Philadelphia için) yeni bir uzmanlık tipinin geliştiğini görüyoruz. Bu uzmanlık dalında "göreceli olarak daha özel (içrek)olan bilginin dağılımı", hem bir cevap, hem mutfakla ilgili deneyim ve beklentilerin yapısında "bir değişim oluşturuyor, hem de kapsamında hareketlilik, beğeni ve zevk bulunan yeni bir 'şehirli' yaşam biçimi ideolojisinin, 'evcillik' ideolojisinin yerini alması anlamına geliyordu" (Hanke 1989, s. 229).

Toplumsal adetlerin, yiyecek tüketimini ve ne çeşit yiyeceğin, ne kadarının uygun olduğu konusundaki ahlaki ve estetik beklentileri yönlendirdikleri başka bazı yollar, öncelikle, yemek yemenin özelleştirilmesinde daha ileri gidilmesi ve seri beslenme (serial grazing) olarak adlandırılan bir şekle doğru gidilmesidir. Bunun nedeni, yemek zamanlarının yerleşik düzeninin bozulmuş olması ve gün içinde birbirini izleyen noktalarda farklı tipte gıdaların yenmesi gerektiği şeklindeki alışılmış sınıflandırmalardır. İkincisi, yenilen gıdanın tipi ve miktarını düzenlenme konusunda benim disipilinli bir dikkat olarak adlandırabileceğim baskının büyük miktarda artması ve bunun sonucu, bir yandan gıdanın, özellikle genç kadınlar arasında (Turner 1984) kötü kullanımı ve diğer yandan aşırı yemenin ahlaki çöküntünün yeni bir göstergesi olduğu şeklinde bir söylemsel varsayımla ilgisi olan ve diyet yapmanın gerekliliği ve en etkili yolları üzerine kurulmuş bir öneri sanayisi kurulmasıdır. Üçüncüsü ise yemeğin simgesel anlamları ile ilgili ahlaki söylemlerde hatırı sayılır bir artıştır. (Mennell *et al.* 1992).

Yaşam biçimlerinin büyük ölçüde dikkatini çeken bu üçüncü tür ahlaki kaygıyla ilişkili olarak, organik, doğal ve geleneksel gibi terimlerden oluşan bir düşünceler ve değerler bütününe dikkat çekebilirim. Bu değerler için ortak olan inançlara göre, gıdanın topluca pazarlanması, yalnızca hayvan ürünlerinin ham maddelerini değil, aynı zamanda sebze ürünleri üreticilerini de sömüren, yavan ve tatsız bir ticarete yol açmıştır. Bu durum toprağın ve diğer doğal kaynakların kimyasal yıkımına katkıda bulunmakta, böcek ilaçları, kimyasal maddeler, tuzlar ve yağlar gibi maddelerin aşırı kullanımı tüketicinin sağlığına zarar vermektedir. Daha geleneksel biçim-

deki ürünlere ve gıda maddelerinin yine böyle geleneksel biçimde hazırlanmasına önem verenlere ek olarak, gıdalarının çevrelerine zarar vermeyecek biçimde üretildiğinden emin olmayı arayan tüketiciler bulunmaktadır. Yemekle ilgili bu ahlaki kaygılar içinde, kılık değiştirmiş birçok şekliyle vejeteryanlığın, yaşam biçimi uygulamalarının gelişen bir yönünü oluşturması şaşırtıcı olmamaktadır (Beardsworth ve keil 1992; Twigg 1983). Doğallık konusundaki bir retoriğin yapay baskıları meşrulaştırmak için nasıl kullanıldığına işaret etmenin kredi düşürmek için amaçlanmadığını, yalnızca yaşam biçimi seçeneklerinin kendi varlıklarının bilincinde olduğunu açıklığa kavuşturduklarını belirtmeliyim.

Yiyeceklere ahlaki anlamlar yüklemek kesinlikle yalnızca tüketici kültürüne has değildir, gerçekte insan deneyimleri içinde en temel simgecilik modellerinden biri olmalıdır. Bununla birlikte modernizmin yeniliklerinden biri de bir önceki bölümün sonunda yaşam biçimi politikası olarak tartışmaya sunduğum konudur. Gıdanın üretimi, paketlenmesi ve tüketimi politik davranışların temeli haline gelmiştir –daha genel ilgi alanları olan hayvan hakları ve çevresel sorunlar yoluyla hayvanların refahını artırmak gibi (Örneğin bkz. Tester 1991). Birçok farklı yaşam biçimi konusunu farklı yaşama biçimlerinin anlamlılığı ve geçerliliği aracılığıyla politize etmek, özellikle yeni inanç biçimleriyle ilişkili çok sayıda yeni toplumsal davranış üretmiştir. Bu metin içinde bu hareketlerin tartışılmasına ya da açıklanmasına kalkışmak uygun olmaz. Benim yapmaya çalıştığım, benlik için sorumluluğu olan dönüşlü konuların yaşam biçimi uygulamalarının yeni ilgi alanlarından geliştiğini ve modernizm döneminin sonunda kolektif deneyim söylemlerini kaçınılmaz olarak etkileyeceğini göstermeye çalışmaktı.

Notlar

1) Her ne kadar buradaki düşünceye katılmıyorsam da, farklı yaşam tarzları aracılığıyla kimlik, en azından kısmen, devamlı anlatılan bir öyküye benzemişse, o zaman yaşam biçimleri belli öykülerin üzerine kurulabileceği konu ve kaynakları toplayan bir biçem –bir öykü modeli– olarak düşünülebilir şeklindeki yaklaşıma geri döneceğim.

2) Burada, Bayley'nin "özel yemek salonlarının bireylerin kendi beğenilerini yansıttığı ve herkesin bir rol sahibi olduğu birer tiyatro" (1991 s. 196)olduğu şeklindeki yorumunu aklımızda bulundurmalıyız.

3) Bu konuda, örneğin Berking ve Neckel'in metropol tipi şehir merkezlerinde yapılan maraton koşularının nasıl özel bir bireyselliğin sahnelenmesi olarak görülebileceği konusundaki çalışmalarını inceleyiniz.

4) Değişik ortamlarda kültürel onurun oluşumuyla ilgili olarak kimliğin özelleştirilmesi konusunda benzer bir konuyu araştırdım (Chaney 1995).

9
Duyarlıklar

Duyarlıkların yaşam biçimleri için önemli bir özellik olduğu düşüncesi ve bu yüzden bu kitabın bölümlerinden birinin konusu olması gerekliliğinin, tartışmalı olmadığını zannediyorum. Bir yaşam biçimini, diğerinden ayıran şeyin ortak beğenilerle ilgili özel bir yakınlığı paylaşma duygusu olduğunu ve dolayısıyla duyarlıkların bütün yaşam biçimlerinde tekrar tekrar karşılaşılacak odak noktaları olduğu açıkça görülebilmektedir. Ben de buraya kadar olan bölümlerde, duyarlık kavramını, birçok noktada, örneğin bazı fikirler ya da değerler, müzik, yemek ya da giyim zevkleri ile ilgili konularda belirli bir grubun algıladığı ortak bir yakınlığa işaret etmenin bir yolu olarak kullandım. Ortak bir duyarlık bütün üyeler için zorunlu değildir ve ileride göreceğimiz gibi, diğer yerleşik yaşama şekilleri arasında etkileyici olabilmeleri açısından duyarlıklar belirli bir toplulukta, cinsiyetler arasında bile farklılık gösterebilir. Ama bir yaşam biçimi tanımına, ortak konularda yakınlaşma (ya da yabancılaşma) duygusunu veren şeyin bazı önyargıların gözle görülür biçimde uygun (ya da anlamsız) oldukları şeklindeki bir varsayım olduğu açıktır.

O halde, duyarlık konusu kimlikleri ayrıntılı biçimde tanımlayan bir başka özellik oluyor, ancak bu konuyla ilgili olarak, kişisel kimliklerle,

toplumsal kimliklerle olduğundan daha az ilgileniyoruz. Bundan önceki bölümde kimlik şekillerinin yaşam biçimlerinin içeriğine nasıl girdiklerini ve yaşam biçimlerinin odak noktalarından biri haline nasıl geldiklerini göstermeye çalıştım. Tartışmayı başlatan öncül, hem bireysel hem toplumsal kimliklerin zayıfladığı ve kitlesel tüketimcilik kültürü içinde belirsizleştikleri varsayımı idi. Eğer bu varsayım doğru ise, bu belirsizlik kaçınılmaz olarak, cinsel kimliklerle ilgili geleneksel beklentilere de yansıyarak bazı sonuçlar doğuracaktır. Bunun nedeni, cinsiyet kavramının (gender) cinsel farklılığın kültürel olarak düzenlenmesi açısından, toplumsal kimlik modelleri için –tek değilse bile– temel bir kalıp oluşturmasıdır. Cinsiyet farklılıklarına göre oluşmuş kimliklerin (gendered identities) güç ve anlamlarının belirsizleşme olasılığı birden fazla düzeyde etkisini gösterecektir.

O halde, alt kültürlerde biçim ve grup kimliklerini tartışmaya geçmeden önce, farklı duyarlıkların bir kolektif kimlik biçimi olarak oynadıkları rolle ilgili bazı özelliklerin tartışmasına, cinsellik ve farklı cinsiyetler hakkında bazı noktalara dikkat çekerek başlayacağım. Farklı cinsiyetlere ait özelliklerin tipik özellikler olmasına yol açan süreçler yeniden düzenlendikleri için etkileri kaçınılmaz olarak birçok alanda görülecektir. Örneğin, giyim, saç biçimleri ve mücevher ya da kişisel kozmetikler gibi süs eşyalarının (farklı cinsiyetler tarafından) kullanılış şekli gibi konularda görülen dikkat çekici farklılıkların tümünün daha az belirgin vurgulanmalarını bekleyebiliriz. Benzer biçimde, cinsiyet farklılığına bağlı spor olanaklarının kullanımına ve yapılan sporların çeşitlerine yansıyan diğer tipik farklılıklar, günümüzde kadınların spor klüpleri ve olanaklarından ve daha genel anlamda da vücut geliştirme ve form tutma kursları ve tesislerinden faydalanma taleplerinin giderek artması yüzünden değişime uğramaktadır. Bu eğilimler ve ifade ettikleri davranışlar, hem yaşam biçimlerine artan ilgi açısından bir cevap oluştururlar, hem de bu ilginin temelini oluştururlar. Bununla söylemek istediğim şey, farklı cinsiyetlere ait kimliklerin oluşumundaki değişimlerin, yaşam biçimi farklılıkları yaratacağı ve bu farklılıkların da insanların kendi değerlerini ifade ettiği için önemli olarak kabul ettikleri nesneleri etkileyeceği ve reklamcıların bu konuları yaşam biçimi pazarlarında kullanabilecekleridir.

Farklı cinsiyetlere göre oluşmuş kimliklerin değişen özelliklerinden bir başkası da, aynı cinsle seks ilişkisi içinde olanlan, cinsel yönelişlerinden emin olmayanları, iki seçenekten birini seçmek zorunda olmadıklarını hissedenleri[1] ve cinsel kimliklerini değiştirmeye çalışanları ilgilendirecek bir dizi değişikliktir. Birçok kültürde cinsel ilişki ve cinsel cazibe ilgili

geleneksel beklentilerde görülecek herhangi bir bulanıklığın son derece düşmanca karşılanması alışılmış bir yaklaşımdır. O halde, şimdiye kadar özetlemekte olduğum cinsten eğilimlerin –nedeni bir ölçüde, egemen ahlaki yaklaşımların baskı ve zorlamalarını yadsıyan feminist bilincin gelişmesi ve cinsel azınlıklar da olsa– cinsel çeşitlilik açısından daha büyük bir hoş görüye dayandığının varsayılması gerekir[2]. Bu tartışmanın akışı, cinsel farklılığın ya da değişikliğin, geleneksel biçimlerinin daha yoğun biçimde sorgulanması ile modernizmin sonunda yaşam biçimlerine daha fazla önem verilir hale gelinmesi arasında yakın bağlar olduğu konusunun vurgulanması yönünde gelişmektedir.

Cinsellik ve yaşam biçimlerinin değişen şekilleri arasındaki etki ya da ilişkilerin yönleri hakkında iki noktaya daha dikkat çekilmesiyle bu bağların doğası daha iyi anlaşılır hale gelecektir. Birincisi, heteroseksüelliğin geleneksel biçimleri dışında kalanlar yaşam biçimi uygulamalarının abartılı sahneleme özelliğini birçok yönden uygun ya da elverişli bulacaklarıdır. Bu birinci ilişki tipi konusunda Bocock "Homoseksüellerin tüketici eksenli ticari bir homoseksüel alt kültürü geliştirerek dışlanmaktan ve baskı altında tutulmaktan korunmalarının yakın tarihin paradokslarından biri"olduğunu savunur (1993 s. 104; konuyla ilgili olsa da bunun niçin bir paradoks olması gerektiği benim için açık değildir; bkz Whittle 1994). Bocock'un gözünde koruma, boş zamanlar ve moda ile ilgili tüketici biçimlerinin abartılı yapaylığından kaynaklanmaktadır.

Bu durum bizi ikinci ilişki tipine yöneltir ki bu, tüketici kültürüne ait kültürel biçimlerin, benim camp duyarlığı olarak adlandırabileceğim yaklaşımlarla şekillenmesi ya da onlardan etkilenmesidir. Bunu Savage'ın bir tezinden aktaracağım bir alıntıyla açıklayabilirim. Bu incelemesinde Savage, İngiltere'de birçok popüler kültür biçiminde cinselliğin açıkça vurgulanmasının, aslında beden üzerinde odaklanan daha belirsiz ve denetimsiz bir zevk ve kendini ifade etme arayışının kılık değiştirmiş şekli olduğunu savunmaktadır. Savage, İngiltere'de 1950'den beri birbirini izleyen "pop" dönemlerinde, kitleler için paket halinde sunulup geçmişlerini göz önüne almadan popülerleştirilebilecek homoseksüel yaklaşımlı davranış ve değerler bulunduğunu saptamıştır. Bu yüzden

> Altmışlı yılların ortalarında anahtar cinsel yaklaşım –açık ve aktif şekliyle– çift cinsiyetlilikti (Androgyny).... Kadın ve erkeğin açıkça farklı bir "üçüncü" cinsiyete dönüşmesi, ellili yılların çekingenliklerinin ardınan çok büyük bir değişimi temsil etmekteyse de, aslında benzer bir homoseksüel ortam ve duyarlıktan kaynaklanmaktaydı.
>
> (1990, s. 160; aynı zamanda bkz. Chamber 1985)

Cinselliklerin tanımlanması ile ilgili olarak, biçimin evrimi tek başına yeterince etkileyici bir konu başlığı iken, bu düşünce, Savage'in deyimiyle neredeyse rastlantısal olarak, biçimin duyarlığın ifade edilmesi olarak da kabul edilebileceği fikrini ortaya çıkardı. Bu düşünceyle anlatılmak istenen, beğeniyle ilgili her alanda, biçimin, kendileri bir şekilde daha geniş bir yaşam dünyası veya dış görünüşün parçaları olan, farklı davranış ve değerleri yansıttığı ya da ifade ettiğidir. Biçimler, toplumsal kimliğin, diyelim ki "dili" gibi yorumlanabilirlerse, o zaman, bu dil aracılığıyla dışa vurulan, normatif ve estetik dışgörünümler olan duyarlıklar, yaşam biçimleri için kaçınılmaz biçimde önemli ilgi odakları olarak rol oynayacaklardır. Sözü edilen duyarlıklar, yaşam biçimlerinin neden böyle önemli kabul edildiklerini –yani toplum için neden bir gösterge dili (ikonografi) olduklarını açıklayacaklardır. Ortak bir duyarlık saptamak, özel bir kültürel ilişki biçimi öne sürmek demektir. Belki de, modernizmin laik kültüründe benimsenen duyarlıkla ilgili değerler, bir zamanlar ortak bir dine ait değerlerin yaptığı gibi, ortak deneyimlerde kutsal ya da bayağı olanı tanımlamak üzere işlev görebileceklerdir.

Yaşam biçimlerinin, bir dereceye kadar, birey ve toplumun değişen karşılıklı bağımlılıklarını da ifade ettiklerini öne sürmüştüm. Eğer toplumsal tanımlamalarla ilgili yeni yapılar oluşturulmaktaysa, o zaman varlığı fark edilen bir topluluğu ya da toplumsal bağı örneklemek için, duyarlık ya da beğeni konularının da çeşitli şekillerde kullanılması beklenecektir. Modernizmde, toplumların kaderleri ile ilgili genel konular, sosyolojik tartışmaların daimi konularıdır ve burada onları izlemek esas noktadan uzaklaşmak olacaktır.[3] Bununla birlikte, modernizmin daha sonraki yıllarında bir başka topluluk çeşidi daha çok alt kültürler başlığı altında tartışılmıştır ve buradaki konuyla da ilgilidir. Çünkü, alt kültür fikri, kolayca tanımlanabilir bir grubun değerleri ve adetleri ile geleneksel çoğunluğun uygulamaları arasındaki algılanabilir farklılık duygusuna işaret etmek üzere yaratılmış bir fikirdir. Başlangıçta, gençlerin kanunlara karşı gelme ve diğer sapkın eğilim şekillerini açıklamak üzere geliştirilmiş olan bu kavram, daha sonra, modernizm döneminin özelliklerinden olan kültürel karşıtlık ve isyan duygularından söz ederken kullanılmaya başlanmıştır (Brake 1980, 1985).

O halde, alt kültür kavramı, kültürel ilişkiler oyununda kimliğin sahnelenmesi, biçim ve modanın önemi gibi konuları ayrıcalıklı kılmaktaysa da, bu unsurların yukarıda kullanıldığı şekilde duyarlık fikriyle birleşmesi de önemli olmaktadır. Yani birçok yazarın alt kültür seçeneklerinde bazı değer ve bağlılıkların örneklenip, sergilendiğini varsaydığı anlaşılmaktadır:

Moda, bir kültüre dönüşmektedir, çünkü o, öznelerin yapısal kapsamındaki gerilim ve çabaların neredeyse mitolojik olarak vücut bulmasıdır (Hall ve Jefferson 1976). Dolayısıyla, bu konuda üzerinde durulabilecek birçok örnekten biri olarak, dazlakları (skinhead) ele alan Hebdige, onların kullandığı farklı gösterge dilini, geleneksel değerlerin modası geçmiş sayıldığı bir dünyada büyüyen, çalışan genç sınıfın yaşama koşulları ile açıklamaktadır (Hebdige 1979; aynı zamanda bkz. Robinson ve Cohen 1978). Amprik dikkat odağının genel olarak genç insanların ve özellikle de genç erkeklerin sokak yaşantısına yönelmiş olması, alt kültür çözümlemelerinin alışılmış bir özelliğidir (örneğin Willis 1977; aynı zamanda bkz. McRobbie 1980). Bunun temel nedeni, konuyla ilgili yazarların, yapısal çelişki kuramları ile tüketici kültürünün deyimleri arasındaki ısrarlı bağlantıyı vurgulamaya çalışmalarıdır [Boş zamanları değerlendirme kuramları üzerinde, benzer bir alanda aynı yaklaşıma bir örnek olarak bkz. Clarke ve Critcher (1985)].

Bu alışkanlık, biçim dillerini yalnızca bir ayrıntı ya da bir sömürü belirtisi olarak görmeyi reddetmek açısından değerli kabul edilmekle birlikte, öznenin, yaşam biçimi uygulamalarının kültürel izlerini fark etmiş olmasında uygunsuz bir kuramsal bilinçlilik aradığı ve "egemen" kültürde fazla bütünlük olduğunu varsaydığı için de eleştiriye uğramıştır. Bu eleştirilerin her ikisi de, alt kültürel kuramsallaştırma alışkanlığının kültürel kuramın entelektüel kategorileri karşısında, yaşanmış deneyimle ilgili belirsizlik ve kararsızlıkların önemini azalttığını ifade eden duygular dile getirmektedir. Alt kültürel perspektifin oluşturulmasında yardımcı olan yazarlar, birbirini izleyen yayınlarda, görüşlerini önemli ölçüde değiştirmişlerdir. Örneğin Hebdige (1988) kendisinin neden alt kültürel kuramsallaştırmanın yapısal odağından uzaklaşıp, biçimin anlamının daha az belirlenimci açıklamalarına yöneldiğini göstermiş ve P. E. Willis (1991) genç insanların tüketim mallarını kullanış şekillerindeki yaratıcılığı daha anlaşılır hale getirmiştir. Alt kültür türü topluluklarda duyarlığın önemi ile ilgili anlayışımızı geliştirmek için, üç çalışmaya daha kısaca bir göz atmak yararlı olacaktır.

Birinci bölümde, Belfast'ta bir sanayi bölgesindeki işçi sınıfı gençliğiyle ilgili etnografik çalışmasında Jenkins'in, kısmen yukarıdaki eleştirilerin ışığında ve kısmen de "hem sınıflar arasındaki hem de sınıfların kendi içlerindeki yaşam biçimi farklılıklarını ortaya çıkarma gereğini duyduğu için" alt kültürden çok yaşam biçimlerini kullandığından bahsetmiştim; "sınıfsal olarak katmanlaşmış toplumların toplumsal açıdan yapılanması da kısmen bu farklılık içinde oluşmaktadır" (1983, s. 41). Jenkins bu

bölgede çalışan gençler (genellikle genç erkekler) için üç yaşam biçimi tanımlamaktadır ("saygınlık" açısından aşağı doğru bir sıralamayla): Delikanlılar; sıradan çocuklar ve vatandaşlar. Çalışan sınıfla ilgili diğer araştırmalar aracılığıyla, bu kelimelerin temsil ettiği farklılıkların izi sürülebilirse de, Jenkins, yine de, "aile geçmişi, kuşaklar arası hareketlilik, eğitim ve suç kayıtları yönünden önemli şekilde farklılık gösteren" ve tipik özelliklere sahip olan ideal biçimlerin (s. 67) çakışan ilişkiler ve bağlılıkları nasıl temsil ettiği konusu ile daha çok ilgilidir. Jenkins hırs, saygınlık ve toplumsal düzenle ilgili birbirinden farklı bu görüşlerin, boş vakitlerle ilgili beğeniler, giyim biçimleri ve belirgin bir köken kültürden uzaklaşma gereksinimlerine yansıyan benzer farklılıklarla nasıl ifade edildikleri konusunda da bazı düşünceler ileri sürmektedir.

Jenkins, yaşam biçimlerinin bu özel kültürel bağlamda, tüketim ve boş vakitleri değerlendirme biçimleri kadar, aile, benlik, erkeklik ve saygınlık kavramlarıyla ilgili davranışları da içerebileceğini ortaya koyar. Jenkins'in nedenleri gibi kuramsal olarak geliştirilmiş nedenlerle olmasa da, alt kültürler yerine yaşam biçimlerini kullanmış olan bir başka çalışma ise, Hendry ve arkadaşlarının gerçekleştirdiği (1993) ve İskoç gençlerinin boş vakit alışkanlıkları ve benimsedikleri değerlerle ilgili çalışmadır. Her ne kadar, yaşam biçimi farklılıklarının, boş vakit etkinlikleri, spor ve "sağlıklı" ya da "sağlıksız alışkanlıklarla ilgili kalıplarla ifade edileceğini varsaydığı kadar onları tanımlamaya çalışmıyor ve bütünleyici bir çalışma paneli içeriyorsa da, bu çalışma temel olarak geniş araştırmalara dayanmaktadır. Yazarlar, planladıkları etkinliklerdeki değişimlerden pek çoğunun altında alışılmış yapısal değişkenlerin, özellikle de toplumsal sınıf kavramının yattığını ve bu değişimleri örneklediğini fark ederlerken, tartışmalarını "çalışan sınıfın ve orta sınıfın çeşitli yaşam biçimleri olduğunu ve birkaç tane de gençlere has yaşam biçimi bulunduğunu, bunların da tipik olarak gençliğe yönelik bir kültürle ilişkili olduklarını" öne sürerek tamamlarlar (1993, s. 174).

Bu toptancı yaklaşım, Willis'in ilk çalışmalarından biri olan ve bazı kültürel seçenekler ile belirgin alt kültür/yaşam biçimi ilişkileri arasındaki biçimsel benzerlikler hakkında bir yorum ortaya koymaya çalıştığı araştırması ile keskin bir karşıtlık yaratmaktadır (1978). Willis, bu çalışmasında iki farklı kültürel azınlığın her ikisinin de –hippiler ve motorsikletliler– nasıl uyumlu bir kültürel dünya oluşturduklarını ve bu dünyayla ilgili uygulamalar ve seçimlerde sergilenen duyarlığı nasıl kültürel politik bir biçim ve farklı bir yaratıcılık şekli olarak kullandıklarını araştırmakla ilgilenmiştir. Bazen oldukça zorlanarak bir alt kültürel biçimin anlam

bulma çabası olarak yorumlanan şimdiki durumun temelini de, muhtemelen onun bu çabası oluşturmaktadır. Bununla birlikte, Willis'in açıklaması üç nedenden ötürü özellikle değerlidir. Birinci neden, kendisinin kültürel biçimin herhangi bir tanımının dönüşlü (bu terimi kullanmasa da) biçimini fark etmesidir. Bunu yaparken

> bu olgular hiçbir zaman doğrudan ifade edilmeyip, bunun yerine... öncelikle toplumsal grubun oluşmasına yardımcı olacak şekilde dışa vurulduklan için, duyarlıkların, değer ve davranışların, yapı ve biçimlerini saptamanın zorluklarını kabul eder.
>
> (1978, s. 192)

İkinci neden, bu söylediklerime rağmen, toplumsal grupların yaşam dünyalarına ait özdeksel kültür biçimlerinde ima edilen sürekliliklerle ilgili açıklamasının hâlâ dikkat çekici biçimde özgün olmasıdır. Aynı şekilde, örneğin, motosikletliler arasındaki karşılıklı bağımlılıkla ilgili olarak motorsikletin onlarda uyandırdığı duyguda olduğu gibi, nesnelerle bütünleşme; kadınlara ve etnik azınlıklara yöneltilen davranışlar; örneğin giyim ve müzikle ilgili beğeniler ve tutarsız bir erkeklik duygusunu ifade eden değerler gibi konulardaki açılımları da özgünlüklerini korumaktadır. Bu çalışmayı değerli kılan üçüncü neden ise "günlük eşyaların kullanımı ve dikkat çekmeyen alışkanlıkların değişimi (aracılığıyla) yaşamda bir sanat oluşturma çabasının önemini küçümseyemeyeceğimiz... (ya da küçümsememeniz gerektiği)" şeklindeki düşüncedir (1978, s. 172). Her ne kadar bu kültürel azınlıklar bilinçli olarak tahrik edici ve çoğunlukla hem egemen kültürel değerlere, hem de düzenli politik köktenci yaklaşıma karşı saldırgan olsalar da, Willis'in çalışması, dışlanmışlar (yani kendisinin "bayağı bir kültür" olarak ilan ettikleri) için kendi özgürleştirme değerleri açısından klasik bir iyileşmedir.

Willis'in kitabı oldukça ayrıksı (highly distinctive) yaşam biçimleri konusunda bir çalışmadır. Bu grupların bilinçli olarak kapalı (esoteric) oluşumlarla ilişki kuran üyeleri, açıkça, kendileri ile geleneksel biçim arasında dikkat çekici bir farklılık derecesi oluşturma çabasındadırlar. Bununla birlikte, bu seçkin grupları geniş kapsamlı yaşam biçimi uygulamalarının daha pragmatik ilişkileriyle birleştiren şey, biçimle ilgili olarak ve özellikle de kimlik oluşumunda modanın simgelerini kullanmak konusunda sahip oldukları ortak yaklaşımdır: "Giysi biçemleri entelektüel ufkumuzun bir parçası haline geldiler; kabul edilebilir olanın sınırlarını belirliyorlar. Kendi seçimlerine göre tasarımlanmış biçimlerde giyinmiş kimselerle karşılaştığımızda, onların kendi kendilerini sunuş biçimlerini

gördüğümüz sonucuna varmaya hazırızdır" (Finkelstein 1991, s. 115). Moda konusu üzerindeki bu vurgulamayla, haute-couture pazarlama stratejilerinin ve hatta çağlara damgasını vuran "görünüşlerin" iniş çıkışlarının bile açıkça ötesine geçmiş oluyoruz.

Önceki bölümlerde, birçok modernizm kuramcısı tarafından modanın kitlesel olarak kurumsallaştırılmasına verilen öneme dikkatinizi çektim. Her ne kadar moda kavramı genellikle değişen giysi biçimleri için kullanılmaktaysa da, yaşam biçimlerinin toplumsal tanımlarıyla ilişkili olarak, beğeninin biçimlendirilebilme özelliği için bir ad olarak da daha genel bir çağrışımı vardır. Moda, bireysel seçimlere hükmeden toplumsal beklentilerin hem zaman içinde, hem de toplumsal gruplar içinde ve arasında düzenli olarak değiştiği ve değişmesinin beklendiği, eşya, hizmet ve eğlence şekillerine ait bütün kullanılış yolları anlamına gelir. Modanın yaygın egemenliği gerçekten de beğenilerle ilgili deneyimleri sergiler, duyarlıklara destek sağlar. Herkesin kullandığı sözcükler arasından (yani moda olan şeylerden) yaptığımız kişisel seçimlerimizle, seçenek ve beğeniyi düzenleyip, ifade eden duyarlıklarımızı pratiğe çevirir ve onları sergileriz. Ve bütün bu nedenlerden ötürü moda, yüzeylerin birinci öncelikli değerlendirme araçları olduğu bir dünyada, giderek daha da yaygın bir hale gelir.

Modernizmde kitlesel modanın kurumsallaştırılmasının duyarlıkların anlamlarını topluca aydınlatan beş özelliğinden söz edeceğim. Moda, yeni toplumsal amaç ve etkinliklerin, hedeflenen kitlelere ulaşmasını sağlayan, konuyla ilgili eleştirel söylemler, reklamlar ve yenilikler hakkında açıklama ve onaylamalar yaratan üretim süreçleri olmadan var olamaz. Bu üretim sürçleri ve açıklamaların farklı tipte nesneler için değişeceği açıktır, ama metropol toplumunun bir özelliği tüketici mallarının adsız kitlesel halk topluluklarına iletilmesi olduğu ölçüde, modanın konuyla ilgili birinci özelliği, tüketim ve eğlence endüstrilerinin var olduklarını farzetmesidir. Bu sanayilerin çeşitli ürünlerine verilebilecek genel bir ad olan, malların, uygun görülmeleri, ilgi ve istek uyandırmaları için, kullanım anlamlarının üzerinde ve ötesinde bir düzeyde olmaları gerekir. O halde, ikinci özellik, modanın sergilenmesinde hem bir sahneleme, hem de göstergelerle ifade etme özelliği bulunmasıdır. Bu malların ifade ediliş ve kullanılışlarıyla ilgili ayrıntılar dönüşlü olarak onların modaya uygun statülerinin temelini oluştururlar.[4]

Moda gösterilerinin sergilenmesi ve gösterge biçimleri olarak adlandırdığım yaklaşımın bir özelliği, farklı toplumsal bağlamlarda karşılaşılacak cinsel farklılık ve erotizm tanımlarının eğilimlere bağlı olmasıdır. Açıkça görülebileceği gibi, özellikle giyim eşyaları ve genel anlamda beğeni ile

ilişkili bütün diğer özellikler, tam anlamıyla farklı cinsiyetlere göre düzenlenmiştir ve daha açık belirtmek gerekirse, cinsel cazibenin iletişimi ve daima "saygınlığın" sınırlarıyla dirsek temasında kalmak zorunda olan, erotik bir heyecanla ilişkilidirler. Bu bölümün başlangıcında, tüketici kültürü içinde cinsel tanımların ve cazibelerin bazı açılardan belirsizleştiğine, ama başka açılardan hazcılık peşinde koşmanın ve bedensel zevklere yönelmenin özendirilmesi olgusunun yükseldiğine ve cinsel ayrıntılarla ilgili daha oyuncu bir tutumun evrenselleştiğine dikkat çekmiştim. Moda bütün bu yollarla, kendi farklılaştırma şekillerine kaçınılmaz bir ayrıcalık sağlayan bir bilinçliliği[5], ısrarlı bir dönüşlü farkındalığı –yani modanın beğeniyi göreceli kılma özelliğini– teşvik eder.

Modanın, bir kapsama ve dışlama mekanizması olarak işlev görmesi en belirgin biçimde, üçüncü özelliği olan beğeniyi göreceleştirme ile ilişkilidir. Bu konuda somut bir standart olmadığı fark edilmekle birlikte, yerel seçenekler ilişkileri sergilerler ve bu anlamda modanın önemi ile ilgili dördüncü özelliğe –yani toplumsal ve bireysel kimlikler arasında bir köprü oluşturma özelliğine işaret ederler: "Moda bireysel tanımlama için temel bir kaynak haline gelmiştir; Bunun uygulamadaki anlamı nasıl göründüğümüz, nasıl biçimlendirildiğimizle ilgili görüntüleri değerlendirmeyi öğrenmiş olduğumuzdur. Bu, modaya göre oluşturulmuş benliktir." (Finkelstein 1991, s. 146; aynı zamanda bkz. Davis 1992). Bununla birlikte, bu tanımlama özelliği sık sık kadın ve erkek kalabalıkları için uyumlu bir kabullenme göstergesi olarak kullanılmıştır. Hiç şüphesiz, popüler kültürün içine işlemiş olan entelektüel tepkiler yüzünden kitlesel kültürün sıradanlık korkusunun bir parçası olarak moda, bir beyin yıkama süreci olarak aşağılanmış, böylece modaya uygun biçimlerin, uyumculuğu olduğu kadar muhalif bir tutumu da ifade etmek üzere kullanılabileceği çeşitli yollar gözden kaçmıştır (bu konuda bkz. Wilson 1985, özellikle 9-11. Bölümler). Modanın anlamıyla ilgili bu beşinci özellik ve onun potansiyel ve muhalif söylemi bizi yeniden alt kültürlerle yaşam biçimlerinin birbiriyle kesişen ilgi alanlarına geri götürecektir.

Öyleyse moda, nesnelerin ya da etkinliklerin anlam ve önemlerini değiştiren toplumsal süreçler için kullanılan bir addır. Bu yaklaşımın bazı sonuçlarını moda olan bir boş vakit değerlendirme biçimine başvurarak açıklayabilirim. Modern turizm, her ne kadar arada turistik eşyalar da satılıyor olsa, pek özdeksel olmayan bir tüketim malı satmaktadır, çünkü olağan üstü deneyimler oluşturmak üzere asıl satılan, turistik yer ve tesislerdir. Turist, bu malları tüketirken, içinde bu amaçla kullanılmak üzere tahsis edilmiş çeşitli mekânların oluşturulduğu bir gösteriye katılmayı

seçmiş olmaktadır. Urry turistik bakış tiplerini birbirinden ayırt ederek ve "kendilerinin bir turist olduğunu ve turizmin bir oyun, daha doğrusu, tek bir turist deneyiminden ibaret olmayan, birçok metne sahip bir oyunlar dizisi" olduğunu bilen post-turistlerin ortaya çıkışını vurgulayarak, MacCannel'ın (1976) turizmde hakikilik arayışı tezini tamamlamıştır (Urry 1990 b, s. 100). Burada yaşam biçiminin dönüşlülüğü ile uyumlu olup olmadığı tartışılabilecek bir uygulama bilinci vardır. Benzer biçimde Munt, "şimdi post-modern tatilciliğin temel özelliği olduğunu" (1994, s. 113) savunduğu ahlaki turizmin geliştiğini vurgularken, yine de, bu tür tatillerin "McDonaldlaştırma" olgusuna etkin biçimde karşı koyabileceğini kabul etmediğini söyleyerek devam eder ve bunu daha ziyade yaşam biçimleri arasındaki farklılaşma olarak görür.

O halde, turist etkinliklerinin yaşam biçimi farklılıklarının önemli bir özelliği olduğu açıktır. Bu etkinlikler daha önce dikkatinizi çekmiş olduğum, hakikilik kaygısı, narsist sergileme, ya da görsel etkilerden zevk alma gibi değerlerle ilişkili olarak, bir duyarlık uygulaması sergilerler. Katılımla ilgili bu stratejilerde ortaya serilen duyarlıklar, üçüncü bölümdeki pazarlama söyleminde işaret ettiğim katılımcıları sınıflandırma yollarının çeşitlerine benzerler ve yukarıda sözü edilen moda seçeneklerin kullanımı ile de paralellik gösteririler. Örneğin, Lash ve Urry "eğer düzensiz kapitalizm özdeksel olmayan biçimlerin (özellikle de imajların) egemenliğini içeriyorsa, o zaman bu durum birçok açıdan, turizmin her zaman için içeriğinde olandan farksızdır" düşüncesini savunurlar (1994, s. 259). Sanayi giderek daha fazla şeyi kapsamına alır hale geldikçe, turizmdeki değişim beklentisi mekânın eşsizliğine daha az, bir temsil olgusu olarak kullanılabileceği yollara ise daha fazla bağımlı hale gelmiştir.[6]

Bence, turizmin çekiciliği, modernizmin daha sonraki aşamalarının kültürel dönüşlülüğü içinde, gerçeğin görsel biçimde yeniden sahneye konabileceği daha genel süreçlerin bir bölümü gibidir. Turist bir duyarlığı örneklemek amacıyla, uygun mekânlar, imajlar ve anlatımlar peşindedir. Yaşam biçiminin diğer özelliklerinde olduğu gibi, aranılan şey yaşama şekilleriyle ilgili malzemeleridir. Tüketim kültürünün söylemsel çelişkilerinden bazılarının sihirli bir biçimde görselliğe dönüştüğü bir hiper gerçeklik oluşturmak amacıyla diğer kültürler yağmalanır. Kitlesel moda, kültürel panaromanın doğası gereği dengesiz olması ve bir beğeni anarşisine doğru durdurulması güç bir ilerleme olacağını önerebilecek her türlü "doğal" devamlılığın kaybolması, yani, bölgesizleşmenin ya da Baudrillard'ın tanımladığı şekliyle hiper-gerçekliğe dönüşün bir sonucu olan, göstergebilimsel bir karmaşa rejimi anlamına gelir.

Ve şüphesiz, duyarlıklar yine de kuramın dikte ettiği kadar rastlantısal ve değişken olmayacaklardır. Bu açıdan, bir yeniden bölgeselleştirme sürecinin önerildiğine dikkat edilmesi yararlı olacaktır. Bu düşünce iki konuyu birleştirmektedir. Bunlardan birincisi, "kültürel bölgenin ... kurumlarının tümü, yeni yorum ve anlayışlara açık olduğu.... İkincisi,... kültür'ün toplumsal etkileşim yoluyla devamlı olarak yeniden oluşturulduğudur" (Lull 1995, s. 159). "Kısmen toplumsal sınıf pozisyonuna bağlı olarak insanların kültürel seçeneklerine ya da "beğenilerine" göre nasıl gruplanabileceklerini ... (tanımlayan)" (Lull 1995, s. 192) kültürel katmanlar olduğu düşüncesiyle ilgilenmek amacıyla beğeni kültürü kavramını kullanmış bazı çalışmalar olduğunu fark edebilmemiz, beğeninin modaya uygun kalıplar içinde yeniden oluşumu ve devamlılığını sağlama süreçleriyle ilgilidir.

Sonuca yaklaştığımız bu paragraflarda, yaşam biçimi uygulamalarının konularını açıklamak ve tanımlamak için kullandığım perspektifin yönünü değiştirmek istiyorum. Buraya kadar olan bölümlerde, kişisel beğeni ve seçeneklerin genellikle belirli gruplarla ilişkilendirilen modalar ve biçimlerle uyumlu olduğuna, böylece bu grupların toplumsal ve politik davranış ve değerlerinin ikonları haline geldiklerine dikkat çektim. Bu ilişkilendirme uygulamasının, o zaman ve mekânda o belirli grupla kurulan ilişkinin uygun, doğal ve neredeyse kaçınılmaz göründüğü bir duyarlığı, bir görüş açısını sergilediğini öne sürdüm. Genellikle yabancılardan oluşmuş bir toplumun çok çeşitliliği konusunda yaşam biçimi ikonografisinin garantili bir tahmin edilebilirliği varmış gibi görünmesi ancak bu şekilde olanaklıdır. Ayrıca, bu süreci değerlendirirken toplumsal öznelerin, beğenilerinin ortaya konuşunu kim olduklarının bir parçası gibi gördüğünü fark etmeliyiz –bu, ayrıksı kimliğin vurgulanmasıdır. Düşündükleri zaman, seçeneklerinin "bizim gibi insanların normlarıyla" uyumlu olduğunu kabul edebilirler, ama bazı seçimlerinin kişisel anlamlarında ısrarlı olmaya da devam ederler.

Çeşitli kişisel anlamlara uygun karşılıklar üretmenin ve onlara yaşam biçimi türünden olgularla ilgili her türlü açıklamada gerekli ağırlığı verebilmenin bir yolunun seçim yapmayı, o kişinin (yani seçicinin) yaşadığı yerin sınırlarının belirlenmesi gibi düşünmek anlamına geleceğini öne sürdüm. Belli bir biçemde giyinmek, yaşadığınız yer için belli biçemde sandalyeler ya da resimler seçmek, belli tip eğlencelerden zevk almak ve belli yerleri görmeyi istemek gibi olguların tümü bir ekoloji oluşturmanın yollarıdır. Bunların hepsi, bir duyarlığı özdeksel kültürün terimleriyle tanımlamanın, kültürel sanayi mallarını –Csikszentmihayli ve Rochberg-Halton'un

evcil simgeler olarak (1981) adlandırdığı– simgesel anlamlarla donatmanın yollarıdır. Daha genel olarak, kitlesel tüketim kültüründe toplum ekolojilerinin, Silverstone'un (1994) "toplumsal ortamın altşehirleşmesi" olarak tanımladığı olgunun kavramsallaştırılmasının bir başka yolu olduğunu –yani yaşam biçimi farklılıklarına yapılan ve giderek artan yatırımların toplum ekolojisinin gittikçe homojenleşen rastlantısal yaşam dünyalarının kaçınılmaz sonuçları olduklarını savunacağım.

Bu projeye başlayabilmenin bir yolu, insanların yaşam yerlerini dekore etme ve süsleme biçimlerini, özellikle de duvarlarına astıkları şeyleri (bu cümleyi raflarda ve diğer yüzeylerde bulunan dekoratif nesneleri ve resimleri de kapsamak üzere geniş bir anlamda kullanıyorum) ciddiye almaktır. İnsanların kullandıkları nesnelerle ne anlatmak istedikleri, onlara neden değer verdikleri ve yaptıkları seçimlere ne kadar önem verdikleri üzerinde yapılmış çalışmalar şaşırtacak kadar azdır. (Ticarileştirilmiş (commodified) uygulamaları daha eleştirel bir yaklaşımla tartışmak için bkz. S. Willis 1991). Her şey bir yana, bu seçimleri yapmakla evin kültürel biçimine özel adlar vermiş oluyoruz. "O halde bir ev, mekânda bir anlam yatırımı gösterisidir " (Silverstone 1994, s. 28).

Bu soyut yaklaşım birkaç kişinin kendi evlerinin dekorasyonunu tartıştığı bir BBC belgeselinin raporunda daha somut hale gelmektedir (Parr and Barker 1992),

> insanlar yalnızca estetik konulara ne kadar seyrek değiniyorlar. Bunun yerine, yaptıkları seçimler toplumsal ve özel kaygıların karmaşık bir karışımı tarafından yönetiliyormuş gibi gözüküyor: Duygusallık, fantezi, kişisel inanç, yaş ve cinsiyet bilinci, modayı sorgulamak ve sık değişen bir benlik imajı, daha toplumsal olan sınıf, toplumsal statü ve çevrenin onayı gibi kaygılarla birleşiyor.
>
> (1992, s. 3)

Genel olarak, tüketicilere inanmamak için hiçbir nedenimiz olmadığına göre, bu anketörler, ilgili söylemlerin ilişkileri ve anlayışları içine nesneleri yerleştirmektedir. Daha önce de dikkat çektiğim gibi, kişisel anlamlara kaçınılmaz olarak toplumsal biçimler verildiğinde, bu noktalar arasında ortalama bir yol bulunmasıyla yaşam biçimi uygulamaları oluşur. Nesneleri bir kapsama oturtmanın çeşitli yolları düşünülürse, hem ilgilenilen konu tipleriyle ilgili belirgin toplumsal kalıplar, hem de bu kalıplar içinde kendi aralarında kesişen başka farklılıklar olabilir.

Değişik noktalarda geliştirdiğim konuyu genişleten bir örneği vurgulayarak ortak yaşam biçimi kalıplarıyla kesişen beklentilerdeki çeşitli farklılıklar üzerine ne demek istediğimi açıklayabilirim. BBC belgeseline eşlik

eden metnin yazarları raporlarına "Beğeni ile ilgili bir anlaşmazlık görülen hemen tüm ilişkilerde, kadınlar evde *rahat* bir görüntü elde etmeye çalışırlarken, erkekler evin (dışarıya verdiği) genel *mesaj* ile daha çok ilgileniyorlardı." (1992, s. 4) diyerek devam etmektedirler. Bu durum evi, kaçınılmaz olarak toplumsal ve özel sınırlar arasında bir bağlantı kurmaya çalışan, içe ya da dışa dönük şekilde gören, Csikszentmihalyi ve Rochberg-Halton'un bulgularıyla uyumlu bir olgudur. Bu bulgulara göre en değer verdikleri nesnenin ne olduğu sorulduğunda "erkekler, belirgin biçimde daha çok televizyonlardan, stereo setlerinden, spor malzemelerinden, otomobillerden ve ödüllerden, kadınlar ise daha çok fotoğraflardan, biblolardan, bitkilerden, tabaklardan, bardaklardan ve tekstilden söz etmekteydiler" (1981, s. 106).

Sınıflar arasında duyarlık konusunda da belirgin farklılıklar buluyorsak bile, değişik cinsiyetlerle ilgili bu beklentilerdeki farklılıklar, ortak sınıf kültürleri arasında geçerlidir. Evi ilgilendiren nesnelerin anlamları ile ilgili çalışmaların şaşırtacak derecede seyrek bulunduğunu söylemiştim. Bununla birlikte, aktarmış olduğum örnek Kuzey Amerika, Chicago'da yaşayan seksen aile ve onların ev eşyaları ile ilgili yaklaşımları üzerinde, Csikszentmihalyi ve Rochberg-Halton tarafından yapılmış bir çalışmadır (1981). Ankete cevap verenlerin evlerinde bulunan ve kendileri için özel anlamı olan nesneleri belirtmeleri ve kısaca seçimleri için birkaç neden sıralamaları istenmişti. Göreceli olarak kısıtlı sayıda anketörle bile bu strateji çok büyük miktarda ilginç verinin toplanmasını sağlamıştı. Burada onların yalnızca görsel sanat nesneleri ve fotoğraflarla ilgili seçimlerine değineceğim (anketörlerin % 26'sı en azından bir görsel nesneden, ve % 23'ü en azından bir fotoğraftan kendileri için özel anlam ifade ettiği şeklinde bahsetmişlerdir).

Genel olarak yazarlar, yukarıdaki BBC araştırmasına ilişkin olarak da belirtildiği gibi, "'görsel sanat eserleri'nin taşıdığı önemin büyük bir kısmının estetik değer ve deneyimleri değil, sahiplerinin yakın yaşam tarihlerini çağrıştırdığını" saptamışlardır (1981, s. 65). Nesnelere böyle anlamsal yatırımlar yapılmasından fotoğraflarla ilişkili olarak daha çok söz edilmiştir. Burada, taşıdığı kişisel ilişkinin yükünden ötürü imaja ayrıca değer verilmekteydi, öyle ki bu anlamı açıklamaya çalışırlarken anketörler gözyaşlarına yeniliyorlardı. Cevaplayanlar arasında özellikle daha yaşlı olanlar için "fotoğraflar kişisel bağların korunması amacına hizmet etmekteydi. Duyguları uyandırma konusundaki kapasiteleri açısından onları aşabilecek başka nesne yoktu." (1981, s. 69). O halde bu görsel nesneler kendilerine özel anlamlar sağlayacak akrabalık ve ilişki ağlarına dayanı-

yorlarsa da, özellikle sanat nesneleri, aynı zamanda birer toplumsal olgudur –yerel anlamlarından bağımsız olarak estetik ve tarihsel söylemler içinde yer alabilirler.

Dikkatimi resimsel nesnelerin seçimi üzerinde yoğunlaştırdım, çünkü bunu yapmak insanların duvarlarına astıkları nesneler ve bu nesnelere ayrıcalık vermelerinin nedenleriyle ilgili ilginç bir İngiliz araştırmasıyla yaptığım karşılaştırmayı kolaylaştırıyordu. (Painter 1986). Bu çalışmada yazar, öncelikle güzel sanatlar topluluğu üyelerinin duvarlarına astıkları nesneler ve imajlar hakkında söyledikleri ile halktan kişlerin söylemleri arasındaki ilişkilerle ilgilenmekteydi. Bu amaca yönelik olarak, Painter güzel sanatlar topluluğunun İngiltere'nin kuzeyindeki endüstriyel bir şehir olan New Castle-upon-Tyne'da oturan üyelerinin evlerini ve aynı şehirdeki farklı toplumsal sınıflara ait "sıradan" insanları ziyaret etti. Evin ana yaşam bölümündeki duvarlarda asılı olan objeleri dikkatlice kaydetti ve evin sahipleriyle, resmi olmayan biçimde, duvardaki eşyaların neden orada oldukları, bu eşyalar hakkında neler düşündükleri ve bu nesneleri tanımlayıp, değerlendirmek için estetik söylemleri ne ölçüye kadar kullandıkları hakkında sohbet etti.

Geniş kapsamlı bir çalışmayı özetlerken, bir kez daha, genel bir noktayı açıklamak için küçük bir ayrıntı seçeceğim. Anketi cevaplayanların nesnelere gösterdikleri tepki konusunda geldikleri çevrelerdeki toplumsal sınıf farklılıkları üzerinde odaklanacağım. Painter'ın anket yaptığı kişiler genellikle, Şikago çalışmasında elde edilen toplumsal söylemlere ulaşmak ve onu kontrol altına alabilmek için gerekli toplumsal sınıf farklarını karşılamış ve netleştirmiş görünmektedirler. Orta sınıf bölgelerinde "Çoğu kişi sahip olduğu şeyleri benzer nesnelerin daha geniş çevreleriyle olan ilişkileri içinde algılamaktaydı. Bir işlevi olan nesneleri antikalar dünyasında, resimleri ise sanat dünyası içinde konumlandırıyorlardı. Anlamları toplumsaldı" (Painter 1986, s. 367). Bu durum, herkesin bu söylemleri rahatça kullanması ya da sahip oldukları nesnelerin diğer toplumsal düzeylerdeki insanların sahip olduklarından daha anlamlı olması demek değildi. Daha ziyade, evlerinin bu özelliklerinin hem bireysel çağrışımlara sahip olduğu, hem de daha az kişisel olan anlam çevrelerine de sığabildiği anlamına geliyordu.

Tersine, işçi sınıfı kesiminde yaşayan insanlar için, nesneler "toplumca bilinen, daha geniş bir başka çerçeveye yerleştirilmiyor... (onlar)... duvarlarda sahiplerinin yaşamlarına ait diğer özelliklerden ayrılarak, *kendi içlerinde* nesneler olarak asılı durmuyorlardı. Anlamları toplumsal olmaktan çok, kişiseldi" (1986, s. 467). O halde, bu kültürel kapsam içinde bir

evi örnekleyen nesneler, ancak ilişkiler ağının bir parçası olarak anlaşılabilir oluyorlardı –nereden ve nasıl elde edildikleri, kimin tarafından verildikleri ya da elde edilmeleriyle kimin ilgisi olduğu ve bu nesnelerin temsil ettiği durumlarda ne söylenmek istendiği gibi. Böylece "nesneler insanları temsil etmiş oluyorlardı; ailelerin yaşamlarında zamanın geçişiyle ilgili birer referans noktası oluşturuyorlardı; bir şeyler yapmış olmanın ürünleriydiler" (1986, s. 469). Bu amaçlara yönelik olarak, genellikle estetik özellik açısından hiçbir alışılmış niteliğe sahip olmayan, ama nesne ile birey arasındaki ilişkiyle ifade edilen konuda daima özel bir anlamla yüklü, çok daha homojen bir nesneler dizisi, evle ilgili çok özel bir anlam oluşturmaktaydı.

Dekoratif nesnelerle ilgili davranışlarda görülen toplumsal sınıf farklılıkları ve beğeni kültürleri kendi içlerinde birer yaşam biçimi değildirler. Ama insanların resim türü nesneleri seçmeye karar verirken sergiledikleri açıkça fark edilebilen duyarlıklarını açıklamakta yardımcı olurlar. Bunun gibi çalışmalar, bu nesnelerin ve özdeksel kültürün bütün diğer mallarının, genellikle anlaşılmaz olmakla birlikte, daha geniş anlatılara dayanan yorumsal metinler olduklarını görmemize yardımcı olur. Ben, günlük yaşamın düzenlenebileceği mekânları tanımlamak için bu anlatıları kavramsallaştırabileceğimizi öne sürdüm. Bu bölümde aktarılan çalışmalardan açıkça görülebilecektir ki, toplumsal kimliğin tanımlayıcı bir özelliği olarak duyarlıklar belirsiz oluşumlardır. Yorumsal kaynaklar olarak önemli oldukları kesindir. Ancak beğeniler hemen hemen her zaman, daha önceki toplumsal koşulların sergilenmesi ya da bir sonucu olarak ele alındıkları için, toplumsal kuramda belirlenimci anlatılar konusunda bir önyargı oluşturdukları da aynı şekilde kesindir. Yaşam biçimi tanımlamalarında ifade edilen beğenilerin özel ortamlarda nasıl kurumsallaştıkları hâlâ gelecek çalışmalara ilişkin bir projedir. Kitabın sonuç bölümünde yaşam biçimi ilişkilerinin toplumsal estetiklerini kısaca özetleyeceğim.

Notlar

1) Özgün kimliği olan Wayne County'i değiştiren gösteri sanatçısı Jayne County, kendi durumunu şöyle özetlemektedir: Esas olarak bir dişi gibi kaldım, ama bu çok değişken bir durum. İlle de biri ya da diğeri olmanız gerekmiyor. Düzeyinizi saptamanız gerekiyor ve benim düzeyim ortalarda bir yerde, daha çok dişi tarafımla ilişkili... O ya da bu olmak bir beyin yıkama biçimi. Cinselliğiniz konusunda katı olmak zorunda değilsiniz" (*Guardian* 17 Haziran 1995, s. 28).

2) Bununla birlikte, modernizmde çoğunluk arasında daha fazla hoş görüye doğru bir eğilimin, önemli azınlıklar arasında yoğun bir tutuculuğun koyu karanlığını da birlikte getirir gibi göründüğünü de fark etmemiz gerekir (Chaney 1994, Bölüm 3).

3) Her ne kadar bu konuya yeniden döneceğimi belirtmem gerekiyorsa da, kalabalık metropollerin şehir dışı yerleşim alanlarında egemen olan değer yargısının, genellikle daha kişisel yaşam biçimi uygulamalarında yansıtılan hakiki biçimler konusunda bir arayış olduğuna dikkat çekmeliyim (Chaney 1996).

4) Burada modanın önemi ile ilgili olarak ileri sürdüğüm bütün noktalar, modernizm için yıldızlık sistemi ile ilişkili olarak da kullanılabilir ve böylece burada devam ettirebilmeme yer açısından olanak olmayan bir koşutluk konusunu akla getirir. Bu iki nokta özellikle, starların olağan üstü kişiler olarak yaratılmaları ve tanıtılmaları ile ilişkili olarak düşünüldüklerinde anlam kazanırlar (Bkz. Gledhill 1991).

5) Bakıldığının farkında olma sonucunda ortaya çıkan bir cinsiyet farklılığının oluşumu tüketici kültüründe özellikle dişi kimlik ve dolayısıyla yaşam biçimi beklentileri açısından için önemli bir çerçeve oluşturmaktadır (Bkz. Fgaines ve Herzog 1990).

6) Bu konuda Urry'nin sözlerine de dikkatinizi çekmek istiyorum: "Şehir dışının çağdaş uyarlamaları orayı bir gösteri, hatta bir "konu" olarak ele aldığı sürece, bu yaklaşım sehirdışı ile ilgili post-modern bir tutum olarak görülebilecek ve "kullanımı" vurgulayan bir yaklaşımla karşıtlık oluşturacaktır" (1990b, s. 98).

IV

Sonuç

10
Günlük Yaşamın Estetikleşmesi

Bu kitabın çeşitli kısımlarında, sanayi sonrası toplumların kültüründe yaşanan geniş toplumsal ve kültürel değişimlerin en gözle görülür özelliği olan kimlikler aracılığıyla yaşam biçimlerinin türsel benzerliklerini araştırdım. Bunu söylemek, kendimizi ve başkalarını tanımladığımız bütün yolların gittikçe farklılaştığını ve kimlik biçimlerinin de daha değişken hale geldiklerini ima etmek olacaktır ve böyle olması da gerekir. Bununla birlikte, kitlesel banliyöleşmenin artması, alışveriş merkezlerinin anonim yanılsamalarının neden olduğu perakende satışların artan egemenliği ve McDonalds'ın gıda sanayisinde geliştirdiği rasyanolizasyon teknolojileri gibi süreçlerin birçok noktada kültürel çeşitliliği artıracağı yerde azaltıyormuş gibi göründüğünü ya da daha net olarak ifade etmek gerekirse, kültürel çeşitliliğin, bir evrensel "normalliğin" çok yönlü etkisinin yayılması sonucu ciddi şekilde önemsizleştirildiğini fark ettim. Bu süreçler yaşam biçimi tanımlamalarının da kapsamını oluşturan aynı toplumsal ve ekonomik değişimlerin ayrılmaz birer parçasıdır. O halde çağdaş kültürde özgürleştirici bir unsur olarak gördüğüm çeşitlilik ile etkin bir homojenlik elde etme yönündeki baskılar arasında kaçınılmaz bir çelişki bulunmaktadır.

Yaşam biçimlerinde hemen hemen yalnızca simgesel uygulamaların bir malzemesi olarak kullanılan mal ve hizmetler üzerinde durma yolunu seçtim. Böyle yapmam, kaçınılmaz olarak bu malzemelerin nasıl oluşturulduğunu araştırmama ve ardından da yaşam biçimi uygulamalarının temel ve dönüşlü güçleri üzerinde odaklanmama neden oldu. Bu perspektifin önemli bir sonucu, malzeme üretimleri ile ilgili yeni biçimlerin toplumsal sonuçlarını, örneğin, gelişmiş ambalaj kullanımındaki yaygınlığının çevresel açıdan yıkıcı etkilerini ya da turizmin gelişmesinin bölgesel panaroma ve kültürler üzerindeki etkilerini görmezlikten gelmiş olmamdır. Elle tutulur bu sonuçları vurgulayamamak bir ilgisizlik göstergesi gibi gözükse de, gerçek durum bu değildir. Ayrıca, temeli toplumsal yapısal politikaya dayalı olan daha geleneksel radikalizmin ilgilendiği konuların tersine, bu konulara olan ilginin artmasının, yaşam biçimi politikalarının bir özelliği olduğuna ve olmaya devam edeceğine de dikkat çekmeliyim.

Bu kitapta kültürel değişimlerle ilgili olarak açıklamaya çalıştığım çok önemli konular bulunduğu açıkça görülmektir. Tüketimciliğin kâr ve zararının topluca bir değerlendirmesi yapıldığında, benimsediğim yaklaşımın, ağırlıklı olabilecek bazı unsurların göreceli olarak ihmal edildiği anlamına geldiğini ve bunun aleyhte bir değerlendirmeye yol açabileceğini biliyorum. Bununla birlikte, tek boyutlu bir değerlendirmenin işleri fazla kolaylaştırmak olacağından da eminim. Birçok noktada, sosyolojik söylemlerde geleneksel olarak kitlesel tüketimin gelişmesinin, hakiki olmayan değerlerin ve yeni sömürü biçimlerinin yüceltilmesi olarak görüldüğüne dikkat çektim (örneğin, Haug 1986; Ewen 1990; ve Cross 1993) Entelektüellerden beklenebileceği gibi, genel bir antipatinin bir başka biçime, bu durumda, bazı kapitalizm öncesi ve sonrası kültülerde biraz daha hakiki bir yaşama şeklinin gelişeceğini ima eden bir kapitalizm eleştirisine dönüştürülmüş olması mümkündür. Geçmişin bu görüşünün haklı çıktığına beni inandırabilecek hiçbir şey bulunduğunu zannetmiyorum ve gelecek için bir ümit olarak hakikilik duygusunun, en iyi ifade edilmiş şekliyle, tamamen tartışmaya açık bir yaklaşım olduğunu düşünüyorum.

Yaşam biçimi politikasının etik ve estetiği konusunu daha ayrıntılı tartışabilmek için, bu bölümde kitlesel tüketimciliğin özdeksel kültürü içinde tasarımın önemi üzerinde kısaca duracağım. Buraya kadar özetlediğim görüş açıları, kültür ve kimliği daha az bütünlüğe sahip, daha az özerk kuramsal nesneler haline getirmekte, ama birinin diğerinden kaynaklandığı durumları belirsiz bırakmaktadır. Çağdaş kültür üyeliğini nasıl anlamamız gerektiği sorularına verilecek cevabın kültürel biçimlerin özdekselliği içinde yattığını görüyorum. Bir kültürün üyesi olmak demek,

nesneleri ve ortamları kullanabilmenin tipik ve pratik yollarını belirleyen performans alışkanlıklarını –yani özdeksel kültürün farklı biçimlerini– elinde tutmak demektir (bkz. Mukerji 1994). Bir yaşam biçimiyle ilgili her örnek, cinsiyet farklılıkları ve sınıf gibi yaşama şekilleriyle seslendirilen bir öykü anlatma yolu, yani yaratıcı bir çalışma biçimidir. Özdeksel kültürü sonsuz bir çeşitlilik içinde yeniden tasarımlamanın bir yoludur. Özdeksel nesneler ve uygulamalarda çok ya da çeşitli kültürlerin varlığına bir cevap verme şeklidir.

İnsanların mal ve hizmetleri kullanma (tüketme) şeklinin toplumsal önemi ile ilgilenen her çalışmanın, Appadurai'nin "şeylerin toplumsal yaşamı" (1986) olarak adlandırdığı kavramla yakın ilgisi olduğu açıktır. Kültürle ilgili her çalışmanın, diğer toplumsal oluşumlarda olduğu gibi kitlesel kültürde de, eşyaların kullanımı, ticaret uygulamalarında yenilikler ve girişimci azınlıkların toplumsal rolleri gibi konularda yapılan etnografik çalışmalara dayandırılması gerekmektedir. Aynı zamanda, "kültürü, *nesnelerin toplumsal biçimler olarak oluşturulduğu ilişkilerin bir değerlendirmesi* şeklinde görmek yerine, sanat gibi kendi içinde bir dizi nesne olarak" tanımlama yanlışının suçlusu da olmamalıyız (Miller 1991, s. 11; italik vurgulama tarafımdan uygulanmıştır).

Miller'den naklettiğim alıntıyı iki nedenle vurguladım. Birincisi, bu cümlede yaşam biçimleri gibi kültürel biçimlerin, bir anlamda etik ve estetik projeler olduklarını hiçbir zaman unutmamamız gerektiği konusunda bir öneri vardır –yani yaşam biçimleri uygulamaları, özneleri, onların seçeneklerini ve birbirleri arasındaki ilişkileri anlamak için özel yollar önerir. İkincisi, yine bu cümle, özneler ve yaşadıkları dünya arasındaki aktif karşılıklılık ilkesini kavramamız gerektiğini –yani o dünyanın ögelerinin, kurumsallaştırma yoluyla tasarımlandığını, biçimlendiğini ve anlamlı kılındığını ve bunun sonucu olarak, sırası geldiğinde özel yaşama şekilleri gerektirdiklerini– ima etmektedir. Bu bölümde, özdeksel bir kültürün nesnelerini ya da ögelerini yalnızca üretme şeklimizde değil, onları kullanış şeklimizde de (onları yararlı biçimde kullanmak kadar, onlarla oyalanmak açısından da) etkin bir estetik sergilendiği konusunu işleyeceğim. Estetik değerlerin dönüşlü bir tasarım bilinci içinde ortaya koyulduğunu savunacağım. Bu anlatımla şimdilik söylemek istediğim, nesneleri, sahip oldukları ilişkilerin de farkında olarak kullanmanın ve bir anlam bütünlüğü içinde tutmanın bir yolunu aramak, böylelikle "kitlesel davranışta, kendinden menkul birçok radikal görüşte ima edilen edilginlikten, yanılsama ve aşağılamadan çok farklı olarak, keskin bir algılama gücü ve incelik olduğunu" (Miller 1991, s. 5) öne sürmektir.

Daha aktif ve yaratıcı bir kültürün temeli öncelikle Miller'ın yeniden-bağlama oturtma ve tüketim görevi olarak adlandırdığı ikiz süreç içinde bulunabilir; sanırım her iki süreç de bir önceki bölümde tartışılan yeniden-bölgeselleştirmenin özelliklerindendir. 8. Bölümde bedenin benliğin bir aracı olduğunu tartışırken, Turner'ın, bedene yalnızca söylemle ilgili bir nesne (ya da araç) olarak yaklaşan oluşumcu tutumun ötesine geçmemiz ve özdeksel varlık (bu durumda beden) ile onun toplumsal oluşumu arasındaki karşılıklılık kavramına eğilmemiz gerektiği (Turner 1994) şeklindeki görüşünü aktardığımı da hatırlamamız gerekir. O halde, benim daha aktif anlamdaki özdeksel kültür yaklaşımım da, tüketim mallarındaki karşılıklılığı berraklaştırmaya yöneliktir. Şüphesiz, tüketicilerin kendi özdeksel kültürlerini yeniden tasarımlayabilecekleri çeşitli yolları kuramsal olarak tanımlamak, bütün tüketicilerin böyle yaptığı anlamına gelmeyecektir. O halde yaşam biçimleri özel uygulamaların bir estetik bilinçlilik sergilediği oranda değişiklik göstereceklerdir.

Yeniden-bağlama oturtma ile Miller'ın anlatmak istediği, bütün nesnelerin fiziksel mekânlarda olduğu kadar, yorumsal mekânlarda da var olduklarıdır. Genel uygulamada, bu içerikler, günlük yaşamın tahmin edilebilirliğinin temeli olup, sorunsal olmayan kaynaklar olarak algılanırlar. Bağlamların birbiri ile kesiştiği, yerel deneyimlere dönüştüğü ve zaman içinde geliştiği yollar yapısal ilkelere uymamaktadır [Miller (1991, Bölüm 9) bkz. yerleşim, motorsikletliler ve moda ile ilgili örnekler]. Eğer post-modern deneyim metalarından kaç tanesinin kendilerinin de birer imaj olduğu konusunda daha önce yaptığımız tartışmayı hatırlayacak olursak, bu savın konuyla ilgisi anlaşılacaktır: "Resim ve müzikte potburi biçemi, alaycı yaklaşımlar, alıntı ve karşılaştırmalar yapmak gibi çok başvurulan post-modern taktikleri uygulamakla, bu tür kültürel politika doğrudan güncel imajlar, biçimler ve düşüncelerle ilişki kurarak, onların anlamlarını alt üst edip bu anlamları (yeniden) uyarlarlar" (Wolff 1990, s. 88).

İkinci terim olan tüketim görevi, yeniden-uyarlama amaçlarına işaret eder. Nesneler, imal ediliş yöntemleri ve nedenlerinden ötürü, başka şekillerde daha gerçek ya da daha iyi olmayacaklardır. Asıl önemli olan, bir araç olarak nasıl kullanıldıkları –yani neyi başarmak üzere kullanıldıklarıdır:

> Kültür olarak, el yapımı malzemenin hakikiliği, onların birtakım tarihi biçimler ya da üretim süreçleri ile olan ilişkilerinden elde edilmeyip –bir başka deyişle doğaları gereği içlerinde bir gerçek ya da yalan saklı olmayıp– daha ziyade, aktif olarak toplumsal kendi kendini yaratma sürecine katılmalarıyla ortaya çıkar.
>
> (Miller 1991, s. 215)

Açıklık kazanan nokta, toplumsal estetiğin –yani öznelerin kendi kültürlerine ait malzemeyi kullanış şekillerini değerlendirebileceğimiz yolların– toplumsal işbirliğinin değişen kalıpları ile ilgili herhangi bir eleştirel açıklama içindeki önemidir.

Tasarımla ilgili bir temanın, günlük yaşamın özdeksel kültür içindeki toplumsal estetik uygulamayı açıklamakta yardımcı olabileceğini belirtmiştim. Tasarım kavramı ile ne demek isteyebileceğimizi kısaca açıklayarak bu savımı geliştireceğim. Her ne kadar, tüm kültürlerde mallar, işlevsel yapıyı örten, fark edilir bir şekil, biçim ya da kalıpları olması anlamında, her zaman bir tasarıma sahip olmuşlarsa da, bilinçli bir girişim olarak tasarım, modernizmin özelliklerinden biridir. Bilinçli girişim terimiyle anlatmak istediğim, hem profesyonel hem gündelik söylemde, özdeksel kültürün herhangi bir özelliği açısından, işlev ve biçim arasındaki ayrımın sonuçlarını ve akılcılığını değerlendirmenin kültürel bir olasılık haline gelmesidir.[1]

Birinci bölümde tüketimciliğin modernizmin motoru olduğu konusunda söylediklerim göz önüne alınacak olura, tasarımın yönlendirilmesinde ilk önemli yeniliklerin kitlesel tüketimciler için uygulanan pazarlama stratejileri olduğunu öğrenmek şaşırtıcı olmayacaktır. Forty (1986), onsekizinci yüzyılın ikinci yarısında tasarım tarihi konulu çalışmasının başında, Wedgewood'un, kitlesel bir ulusal pazara sattığı çömlek satışlarını artırmak için kullandığı neoklasik biçim ve imajlara dikkat çeker. Bununla birlikte, bu örneğin, tasarımın önemini değerlendirmek konusunda aynı şekilde önemli iki özelliği daha vardır. Birincisi, Wedgewood'un kullandığı klasik anlayış dilinin, seramik alanındaki rolünün ötesinde, değişimi modernleştiren toplumsal güçler için daha geniş bir ideolojik akım oluşturmasıydı. İkincisi, endüstriyel üretimde, tasarımcının –ürünün son halinin işlevi ve biçimi arasındaki ilişki konusunda net bir anlayışa sahip biri olarak– sentezci rolünün, seri üretimin gerekli bir önkoşulu olan emeğin giderek bölünmesini kolaylaştırmasıdır.

Tüm modern çağ tarihi boyunca, tasarımın çeşitli boyutları, nüfuzlu kişilerin tasarımın öncelikli önemi hakkındaki düşüncelerine bağlı olarak, sürekli bir kararsızlığa yol açmışlardır. Tasarımın çeşitli anlamlarını ortaya çıkarmaya yardımcı olabilecekleri için birbiriyle çekişen bu perspektiflerin ikisinden söz edeceğim. Bunları işlevciler ve ideolojistler olarak özetleyebilirim. Birinciler, tasarımın işlevsel gerekliliğini bir pazarlama stratejisi olarak görürler –bu anlamda tasarım, bir tüketici stratejisi olarak, yaşam biçimlerini tamamlayan üretim süreci içindeki bir ögedir. Genellikle biraz geçici ve doğası gereği gerçek üretimin daha erkeksi

teknolojilerine karşılık biraz kadınsı bulunarak ciddiye alınmayan tasarım, İngiltere'de genellikle yabancıların daha iyi olabileceği türden bir olgu olarak yergi ile karşılanmıştır (bununla birlikte, sanat okulları bu yeteneklerle ilgili eğitimlerini geliştirmeye zorlanmışlardır).

Buna karşılık, ideolojistler tasarım konusuyla ilgili pratik temel nedenlerle daha az ilgilenmişler, bunun yerine, davranış kalıpları oluşturan ilkelerin yönlendirici rolü üzerinde daha çok durmuşlardır. Genellikle avant-gard bir yaklaşıma sahip olan ideolojistler, bu ilkelerin tasarımları modernizmin gereksinimlerine ya da çağın ruhuna az çok uyumlu olacak biçimde özendirmek ve değerlendirmek üzere kullanılmaları gerektiğini savunmuşlardır.[2] Her ne kadar, belirttiğim gibi, bu yaklaşım William Morris, İngiltere Sanat ve El İşleri Hareketi ve devrimci Rusya'daki Oluşumcu Hareket gibi birbirinden çok farklı ve kışkırtıcı müdahaleler tarafından etkilenmişse de, ideolojik tasarım hem muhafazakar, hem radikal politik amaçları örnekleyici olarak yorumlanabilir. İdeoljik tasarım örnekleri, özellikle mimari alanda yaygın olmakla birlikte, yaşanan çevrenin tüm özellikleri açısından genelleştirilebilir; örneğin Dieter Rams'ın cep kalkülatörleri ya da Allesi'nin kahve makinesi gibi zevk ürünü tasarımları ele alabiliriz. [Her iki tasarım da Dormer'da (1993) sergilenmiştir; birinci makine çağında mimari tasarım kuramları ile ilgili olarak bkz. Banham (1960)].

Bu perspektifler içinde ve arasında, tasarım uygulamasının modernizmin gelişen tüketim kültürü içindeki temel anlamı konusunda, çok farklı yaklaşımlar bulunduğu açık olmakla birlikte, sürekli yeniliklerin toplumsal olarak kabulünün habercisi olması ve bu yenilikleri meşrulaştırması gibi açılardan tasarımın önemini, hepsi farklı yollardan da olsa kabul etmişlerdir. Bu durum, yalnızca, örneğin buzdolabı gibi yeni mal ya da kolaylıkların kabulü açısından değil, ev içindeki rollerin ve modernizmin kendisi ile ilgili temel yaklaşımların yeniden tanımlanmasını önermek açısından da geçerlidir (bu konuyla ilgili önemli açıklamalar Forty'nin kitabında (1987) örneklerle geliştirilmiştir). Bununla birlikte, tasarımla ilgili konuların doğasında bulunan modernliğin diğer bir nedeni de modernizmi simgeleştirmenin bu özelliğidir. Yukarıda, tasarım uygulamasının bilinçli bir girişim olduğundan ve biçimin kültürel çağrışımları ile ilgili bu farkındalığa dikkat çekmenin bir diğer yolunun da, onu dönüşlü olarak tanımlamak anlamına geldiğinden söz ettim. Tasarımcıların, diğer kullanım içerikleriyle oynamak ya da onları canlandırmak için, ironik bir yaklaşımla, bir biçim dili kullanmaları, biçimi dönüşlü bir ortam, yani kendisi ve modernizm hakkında konuşmanın bir yolu, haline getirir.

Tasarımın bilinçlilik ya da dönüşlülük özelliklerinin daha önemli hale geldiği bir sürecin mantığı, ekonomik değişim mallarının doğal değer ya da işlevlerini kaybetmeye başlamalarıdır. Bir ürünün dönüşlülüğün kaçınılmaz sonuçlarından birinin, biçimin içeriği aşması; biçim ya da tasarımın işlevden daha önemli hale gelmesi olduğu anlaşılıyor. Şüphesiz, benim kaçınılmaz bir sonuç olarak tanımladığım bu durum, her ulusal ortamda farklı gelenek ve koşullardan etkilenmekteyse de, Lash ve Urry'nin "gösterge ve mekân ekonomileri" (1994) olarak adlandırdığı düzensiz kapitalizm akımı iyice yerleşmiş bulunmaktadır:

> Bizim iddiamız, sıradan üretim sanayisinin gittikçe daha fazla bir kültür üretimi haline geldiğidir. Kalıplar, meta üretimi tarafından sağlanıp kültür onu izleyeceği yerde, kalıpları hazırlayan kültürel sanayiler oluyor.
> (1994, s. 123)

Çağdaş tüketim ile ilgili tartışmasında Falk (1994), tüketiciler olarak işlevin değerlendirilmesinden uzaklaşıp deneyime yöneliyorsak, malların –özellikle imajların– pazarlamasının deneyimlerin temsiline (representation of experience) döneceğini savunur: Kültür sanayilerinin ürettiği (her şey) giderek mal olmaktan çıkıp, reklamlara dönüşür" (Lash ve Urry, 1994 s. 138; Kültürel endüstrilerde farklılığın pazarlanması konusunda daha fazla bilgi için bkz. Lury 1993, özellikle Kısım 1). Bununla birlikte Falk, bu sürecin yalnızca yetenekli toplumsal iletişim stratejistlerinin yönlendirmesi sonucunda ortaya çıktığını kabul etmez ve bunun büyük oranda toplumsal biçimlerin bireyselleştirilmesinden kaynaklandığını savunur. Bu bölümde tartışılan görüşlere göre, tasarım sanatı ya da retoriği, kişisel anlam içerecek şekilde benimsenecek özdeksel bir kültürü oluşturan unsurların çeşitliliğini sağlamıştır: "Kitlesel kültür, deneyimleri pazarlanabilir ürünlere ve pazarlanabilir ürünlerin reklamını yaparak, onları temsillere (representations) ve imajlara ve zaman içinde yeniden deneyime dönüştürmüştür" (Falk 1994, s. 178). O halde tasarım, toplumsal ve kişisel alanlar arasında bir köprü işlevi görerek, yaşam biçimlerinin daha önce öne sürdüğüm diğer özelliklerini tamamlamaktadır.

Tasarımın önemiyle ilgili şimdiye kadarki yaklaşımımı özetleyecek olursak, tasarımdaki gelişmenin tüketici kültürü açından nasıl önemli olduğu konusunda çeşitli noktalar öne sürmeye çalıştığımı söyleyebiliriz. Böylece, tasarımın profesyonelleştirilmesi, biçimle ilgili yeni bir tarih ve estetiğin oluşmasına (Londra'daki Tasarım Müzesi gibi kuruluşlarla temsil edilen)[3] yardımcı olmaktan başka,

- kitlesel pazarlar için ürünün rasyonelleştirilmesini kolaylaştırmış;
- geniş bir katılımla paylaşılan bir pratik kültürel yeterlik anlayışı haline gelmiş olan "görünüş" ve dönemlerin sınıflandırılması için malzeme sağlamış;
- pazar ayrımı (differentiation) süreçlerini ve arzular ve kişisel ilişkilerle ilgili yeni retorikleri kolaylaştırmıştır.

Bütün bu eğilimler ve özellikle de sonuncusu, yaşam biçimleri olarak adlandırdığımız yeni işbirliği kalıplarına anlam kazandırmış ve onları tamamlamıştır. O halde, pazar mallarında tasarımın artan önemi ve özerkliğinin, yaşam biçimlerinin toplumsal şekillerinin ayırt edilmesi olgusu ile olan ilişkisinin açıklığa kavuşmuş olması gerekmektedir.

Kitlesel toplumun özdeksel kültürü içinde tasarımın öneminin artmasıyla yaşam biçimlerinin daha ayrıntılı bir hale getirilebilmesinin (elaboration) kolaylaştığını açıklığa kavuşturmuş bulunuyorum. Bununla birlikte, bu açıklamalarımın tasarımın yaşam biçimi konuları arasında önemli bir odak noktası olmasının kaçınılmaz olduğu anlamına gelmediğinin anlaşılması uygun olacaktır. Bu bölümdeki yaklaşımım, yaşam biçimleri için bir odak noktası olarak, tasarım konusuyla ilgilenmenin, pratik estetik deneyimlerine bir ortam yaratacağını göstermek için oluşturuldu. Bunu yapmak için, yeni bir profesyonel uzmanlık modeli ile büyüyen ve gelişen hizmet sınıfının önemli bir kesiminin dikkat çekici temeli üzerinde yoğunlaşmanın ötesine geçmem ve iki şey gerçekleştirmem gerekir. Bunlardan birincisi, tüketim işlevinin bir şekli olacak şekilde bir tasarım çeşidi geliştirmek ve ikincisi ise tüketim işlevi düşüncesini satın alma kavramından özdeksel kültürü yerel deneyim oluşturacak şekilde kullanma ve değerlendirme kavramına doğru genişletmektir.

Modernizm tarihinin en canlı figürlerinden biri ve kendini her şeyin üzerinde bireysel tasarımın estetik ilkelerine adamış bir varlık olan züppenin toplumsal kişiliğidir. (Mowers (1978) bu oluşumun toplumsal özelliğinin olduğu kadar edebi yönünün de üzerinde durur). Onsekizinci yüzyılın sonunda, İngiliz prensi Regent'ın arkadaşı olan Beau Brummel tarafından öncülüğü yapılan züppeliğin ilk biçimi, iki tanımlayıcı özelliğin yerleşmesine neden olmuş ve o zamandan beri bu özellikler kültürel biçimler olarak yaşam biçimlerinin çeşitli örneklemelerine yayılmıştır. Bunlardan ilki, yerleşik toplumsal hiyerarşinin bilinçli olarak aşılmasıdır. Her ne kadar Brummel'in kökenleri, göstermeye çalıştığı kadar belirsiz değilse de, onun miras yoluyla elde edilmeyip sonradan yaratılan farklılıklar üzerinde yaptığı vurgulama açısından, soyluların sıradan vatandaşın (commoner) değerlendirmelerinden ürküyor olması yaşamsal bir önem taşıyordu. Moers, Disraeli'yi utanç verici bir toplumsal çevreden ve bir Yahudi aileden

gelen, züppeliği elit sosyeteye girebilmek için bir geçit olarak kullanan ve kendisini önemli bir politikacı olarak kabul ettiren biri olarak tanıtır (1978, Bölüm 4; aynı zamanda bkz. Finkelstein 1991, s. 112-15).

İkincisi, her çeşit toplumsal yararlılığın her çeşidinin devamlı olarak reddedilmesidir. Brummel ve arkadaşları biçimi işlevden üstün tutmakla övünüyorlar, bir giysinin en küçük ayrıntılarına, toplumsal biçimin inceliklerine abartılı bir ilgi ve akılcı düşüncelere de yine aynı şekilde abartılı bir ilgisizlik gösteriyorlardı. O halde, Brummel'in açtığı züppelik dönemi yeni tip toplumsal mekânlarda –ister birkaç cadde ya da pasajda yürüyerek, ister seçkin bir klübün penceresi önünde oturarak, isterse de şık sosyete toplantılarını şereflendirerek– yeni bir toplumsal sergileme biçimine öncülük etmiş oluyordu. Bu şekilde, yerleşmiş ayrıcalıklar dünyası sıradan toplulukların bakışlarına ve olası hayranlıklarına açılmış bulunuyordu.

Her ne kadar züppeleri (ahlaki ve toplumsal) zayıflık kavramı ile ilişkilendirmek adet olmuşsa da ve yukarıda sözü edilen gösterişli tembellik anlamında düşünüldüğünde bu doğru olabilirse de, uygulamada züppeler aşırılıktan ziyade beğenilerinin peşindeydiler. Yine de, değişen orta sınıf rasyonalizminin İncil'e uygun köktenciliğinin nefretine hedef oluyorlardı.[4] Bununla birlikte, orta sınıf kültüründe daha genel bazı eğilimlerin de habercisi durumundaydılar: Züppe modern bilinçlilik kavramını tanımlamakta önemli bir rol oynuyordu –günümüzde hepimiz, bir ölçüde birer züppeyiz.... Züppelik orta sınıf zevkinin gelişimi içinde bir dönemdi" (Bayley 1991, s. 159) Bu nokta, günlük yaşamın estetikleştirilmesinde kendi kişisel biçemlerinin tasarımlarını, hareketli bir sanat biçimi olarak kullanan bireylerin daha genel anlamda gelişmesiyle (her ne kadar genel olarak post-modern kültürün bir yeniliği olarak selamlanmaktaysa da) açıklığa kavuşmuştur (Featherstone 1991).

O halde toplumsal bir olgu olan züppelik, aristokrasinin gösterişli tembelliğinin bütün yapmacıklığına karşın, burjuva bilincinin habercisi idi ve bu sözde-paradoks, Benjamin'in dikkatimizi çektiği ve kitle toplumu içinde barınamamış yeni bir şehirli kültür ruhu olan *flâneur*ü aklımıza getirmektedir (bkz. Bölüm 6). Her ne kadar züppe ile *flâneur* arasındaki benzerliğin, aynı olgunun İngiliz ve Fransız temsilcileri olarak derecesi tartışılabilirse de, bu iki olgu birtakım özellikleri gerçekten de paylaşmışlardır. Örneğin, gelişen metropolün halka açık mekânlarına olan bağlılıkları ile biçim ve beğeni konusuna verdikleri aşırı önem gibi. Bununla birlikte, en azından Baudelaire-Benjamin ikilisinde, *flâneur* daha trajik bir figürdür ve metropol döneminin yeni toplumsal kitleleriyle büyülenmiş ve onlar tarafından dışlanmıştı. *Flâneur* gelişmekte olan tüketim

toplumunun mekânlarında daha bilinçli olarak dolaşmıştı –modernizm öncesi pazarların bireysel yaklaşımları ile toplumsal mekânların çok katlı mağazalarla yaşadığı şaşırtıcı değişim arasında geçici bir yer kaplıyordu.

*Flâneur*ün bölümün bu kısmındaki tasarım konusu ve çağrışım yoluyla da popüler yaşam biçimleriyle olan ilgisi birbiriyle ilişkili üç noktada toplanabilir (bu noktaları oluştururken, Tester'daki (1994) makalelerden çok yararlandım) Bunlardan biri, *flâneur*ün etrafındaki dünyayla kendisi arasında ironik bir ayrım modeli oluşturmasıdır. *Flâneur* hem orada bulunup hem meşgul bir varlık olmakla, bu uzaklığı, gözlemlediği ama katılmadığı bir süreç üzerinde denetim sağlamak amacıyla kullanır: "*Flâneur* ideal vatandaş tipini örnekler... uzmanlık biçiminde sergilenen ve scopophilia olarak ifade edilen yeni, şehirli ve erkeksi bir ihtirasın vücut bulmasıdır" (Shields 1994, s. 64). Şimdiye kadar bilinçli olarak bu kavramdan bir erkek etkinliği gibi sözettim.; hem züppeler, hem de *flâneur*ler kesinlikle erkektirler, yine de bu konumun popülerliği arttıkça, cinsiyet farklılığı ile ilgili ayrıcalığını sürdüremeyecek ve toplumsal mekânları kullanmakla ilgili daha ortak bir yaklaşım haline gelecektir [bununla birlikte, bkz. sancılı geçiş sürecinin tanımlaması, Wolff (1994)].

O halde, üçüncü ve daha genel bir nokta *flâneur*ün konumunun, tarihsel özgünlük ile sınırlanamayacağı, bunun yerine bu konumun daha varoluşsal ya da epistemolojik bir açıdan görülmesi gerektiğidir: "*Flâneur*lük bir şehir epistemolojisinin var olduğunu öngörür.... Münasebetsiz *flâneur*, kendini ancak gördüğü şeye göre hareket etmeye zorunlu hissetmesi yüzünden, Balzac ve çağdaşları tarafından alaya alınmıştır. Bir başka deyişle, sahte sanatçı yaratıcılık için gerekli bağlantıyı kaybetmiştir" (Ferguson 1994, s. 30). Bu alıntıyı yapmamın nedeni, Ferguson'un ironik bağıntısızlık ile, önerilen epistemolojik konum arasındaki ilişkiyi güzel ifade etmesidir. Ama aslında Ferguson, Benjamin ve Moers, züppelerle ilgili olarak, bu tiplerin tarihsel anlamda sınırlı olduklarını düşünmektedirler –toplumsal değişimle modaları geçecektir. Yalnızca post-modern tutumlara ilişkin bağlantılar kuran yazarlar, bu figürlerin konumlarının konuyla daha genel anlamda ilgisi bulunduğunu düşünürler: "*Flâneur* olmak*, anlamın olasılığını prova etmek demektir: Hiçbiri kesin, koşulsuz, değiştirilemez olmayan torbalar dolusu maceralar halinde yaşam; bir oyun olarak yaşam" [Bauman 1994, s. 142; bkz. aynı eser içinde Smart; ve *flâneur*ün sosyolojik görüşle ilgili bir metafor olarak biraz daha radikal bir türü için, bkz. Jenks (1995b)].

* Özgün metinde *to flâner*: Amaçsızca gezip dolaşmak (ç.n.).

Bu yüzden, bu zarif toplumsal yapaylık tipini, daha yaygın bir biçim olan tasarım ya da tüketim işlevi ile ilgili olarak, bir model şeklinde kullanabileceğimizi ileri sürmek istiyorum. Bu dönüşlülük oyunu içinde kültür, terimin gündelik kullanımından sıyrılarak (konuyla ilgili düşünceler için bkz. Hebdige 1988), denetim egemenliğine karşı koyma bağlamındaki kullanımıyla alışılmış geleneksel biçiminden daha radikal olan bir popülerlik kazanır. İronik kopuşun estetik ilkeleri yalnızca bir yadsıma –hem yüzeysel değerlendirmeyi ve hem de bunun altında yatan bütünleyici açıklama– olabilir, bununla birlikte, tüketim işlevi, anlam oyunu ve temsil olgusunun değişkenliğinin sürekli bilinci içinde, pratik estetik için yararlı bir ortam oluşturabilecektir. Tüketim işlevi içindeki estetik anlamın tüm biçimlerini izlemek yaşam biçimi araştırmasının projesi olmalıdır.

Daha önce, tüketim işlevini de kapsama almak için, hem tasarım kavramını hem de buradaki işlev kavramını satın alma kavramından özdeksel kültürü kullanmaya doğru genişletmek istediğimi söylemiştim. Günlük yaşamın estetikleştirilmesi ile ilgili diğer özelliklere bakmamızın gereği işte bu ikinci amaçla ilgilidir. Dünyevi tasarımın uygulanabileceği en önemli alanlardan birinin evlerin, ofislerin ve diğer yaşama mekânlarının döşenmesi ve dekorasyonu olduğuna dikkatinizi çekmiştim. İç dekorasyonla ilgili yeni tip bir uzmanlık alanının geliştiği şüphesizdir, ama Bayley umarsamaz bir neşeyle, bu uzmanların tamamen gelişigüzel unsurlar kullanmalarına rağmen, en yüksek statülere sahip olup, bunun zevkini çıkardıklarını öne sürmektedir: "Amerikalılar'ın iç dekorasyondan hoşlanmalarının nedeni ile Coca-Cola'dan hoşlanmalarının nedeni aynıdır... koca bir kıtada, en son gelenekler dışında bütün geleneklerden bağımsız, bir başınadırlar ve simgelerle simgeleme konusunda bir açlık içindedirler" (1991, s. 116). Uygulamada, sıradan insanlar iç dekorasyon uzmanlarının önerilerinden yararlanabilecek finansal güce sahip değildirler ve dekorasyon dergilerine ve mobilya dükkanlarına başvururlarken, tasarımları kaçınılmaz olarak kendi üyelik anlayışları ile ilgili grubun alışkanlıkları arasında kısıtlanmıştır. Bu iç mekânların ve bahçeler, araziler gibi dış mekânların tasarımı konusundaki stratejiler, toplum ve özel yaşam konusundaki düşünceleri ve toplumsal uyumla ilgili özel anlamlan bir dantel gibi birlikte dokuyacakladır.

Bir toplumsal estetiğin ifade edilmesi konusunde özdeksel kültürün günlük kullanımının her zaman hem bölgesel gelenekler ve hem de sonradan üretilenler kapsamında ele alındığı düşüncesi, William Morris gibi bir kişinin olası ilişkisini gündeme getirir. Ondokuzuncu yüzyılın ikinci yarısıyla ilgili çalışmalar yapan William Morris, sanayileşmenin çalışan nüfusun büyük kısmı için hakiki bağlantıları yıktığına inanan önemli

bir toplumsal eylemciydi. Sanat ve Elişleri Hareketindeki taraftarları ile birlikte, kapitalist üretimin açık bir eleştirisi olmasını amaçlayarak, döşemede, tekstil ve nesnelerde, örneğin kitapların ciltlenmesi ve basımında, orta çağa ait biçim ve imajların kullanımı yönünde öncülük ettiler. Morris'in kitlelerin yaşam deneyimlerini yükseltme çabasındaki sosyalist idealleri ile onun el yapımı mallarının kaçınılmaz yüksek maliyetleri yüzünden yalnızca daha zengin gruplar tarafından satın alınma gücü olduğu gerçeğinin birbiriyle çeliştiği sık sık tartışılır. Morris tasarımlarının, özellikle tekstil ve duvar kağıdında devam eden tarihi, yirminci yüzyıl boyunca, şehir dışında yaşayan "şık" kesimin çeşitli "katmanları" arasında ilginç bir eğri izlemiştir.

Bununla birlikte, bu kitapta geliştirilen yaklaşım için Morris'in önerilerinin uygulanabilirliği, daha ziyade onun tensel zevke yönelik konularının ince bir beğeniyi yansıttığının düşünülmesine değil, ama radikal yaklaşımının, gelenek ve tasarımın toplumsal estetiği konusundaki yeniliklerin birbiriyle yarışan ilişkisi üzerinde odaklanmasına dayanmaktadır. Morris geçmişi temsil eder, çünkü hem kendi tarihi konumu, hem de üretim uygulamaları için ileri sürdüğü önerileri açıkça orta çağa dönüktür. Ama bununla çelişkili olacak şekilde, Morris, seri üretimle ilgili eleştirilerinden ötürü aynı zamanda geleceği de temsil etmektedir. Mallarda gerçekliğin kaçınılmazlığı ve anlaşmazlık karşısında bir otorite gereksinimi (sıradan insanların yaratıcılığı ya da fikir babalığı) konularına gösterdiği ilgi yüzünden, pratik estetik konusundaki bütün politikaların temel konularını önceden ele almıştır.

Bu durum, hakikilik arayışında, örneğin folk müziğinde yapılan yeni uyarlamalarda ya da geleneksel elişlerinin korunmasında, ısrarlı bir ticaret dışı yaklaşım uygulanmasının uygun bir model olacağı anlamına gelmez. Özellikle toplumsal miras sanayisinin ideolojik basiretsizliği Morris'in nefret edeceği bir durumdur. Bununla birlikte, dokunma, renk, tat ve koku gibi nitelikler aracılığıyla özdeksel kültürün malları, gıdaları ve deneyimleri ile tensel bir bağlantı için duyulan gereksinim gibi, konuyla ilgili yeşil politikaya has değerlerden pek çoğunun içinde Morris'in değerlerinin yankıları bulunmaktadır; insanları, hayvanları ve çevreyi sömürmeyen üretim biçimlerini koruma kaygısı ve özdeksel kültüre yaşayan ekolojinin çok çeşitliliği açısından saygı duyulması gibi. Bunlar günlük tüketim işlevi içinde yer alan gözle görünür kaygılardır ve politik görüşleri aracılığıyla bir kullanım şekli olarak önem yüklenen tasarım kavramı için gerçekten de bir örnek oluştururlar.[5]

Her ne kadar, Morris'in iyi tasarım ilkeleriyle ilgili kaygısının konuyla ilgisi saptanmış ve Giddens'ın yaşam biçimi politikaları olarak tanımladığı konuların pek çoğunda yeniden işlenmişse de, Morris'den burada bah-

setmemizin tek nedeni bu değildir. Morris'in radikal yaklaşımının farklılığı, buralar birer politik arenaymış gibi özel ortamlarla toplumsal ortamlar arasında temel bir ayrım yapılmasını reddetmesidir. İncelediğimiz farklı yolların tümünde, en dikkat çekici olarak da feminist toplumsal düşünce içinde eleştirel enerjilere bir bireysel deneyim politikasının egemen olduğunu ve mevcut kültürel terimlerin bölgesel deneyime uygulanabilirliğini –kitlesel toplumun heterojen metropollerinde etnik ve çok kültürlü ayrımın tartışılmasında olduğu gibi– gördüğümüze göre, bölümün başında vurguladığım gibi, yaşam biçimleri yeni kimlik biçimlerini hayata geçirmenin yollarıdır. Yeni toplumsal işbirliği kalıpları tanımlamak ve onları korumakta yararlanılan yaratıcı enerjiler, yeni kültürel biçimler oluşturmak için simgelerle çalışmanın ve özdeksel kültürün simgesel çeşitliliğini kullanmanın bir yolu, en derin anlamıyla bir tasarım biçimidirler (ve bu toplumsal politikaların tasarımı için yeni toplumsal uzmanlık modelleri talep ederler, bkz. Senett (1991, özellikle Kısım 4).

Notlar

1) Basit bir örnekle açıklamak gerekirse, bir radyo ya da televizyon alıcısı üretmek kendi içinde yeterli değildir; aygıtın, içinde kontrol, vs.'nin yazılı olduğu bir kutuya yerleştirilmesi gerekir. Biçimi modern minimalist çağrışımlar uyandırabilir ya da geleneksel ağır bir mobilya olarak tasarımlanabilir – burada önemli olan, teknolojinin aygıtın anlamını ya da kullanımını saptayanın şey olmayıp, bunun bir tasarım sözcükleri dağarcığı ile ifade edildiğidir.

2) Bayley modern tasarımın ilkelerini bir elekten geçirir ve şöyle özetler:

> Özdeğin doğasına saygı göster. Hiçbir zaman doğal olmayan ya da sonradan oluşturulmuş kalıpları zorlama. Olanak bulduğun zaman en basit ve dolaysız alternatifi seç. Gösterişli süslemeler genellikle iticidir, hele makineyle yapılmışlarsa. Taklitlerden kaçın. Amaçlanan işlevlere dikkat et, bunların biçim için bir anahtar olma olasılığı vardır. İlham için doğaya ve bilime başvur. Geleneklere saygı duy, ama onları taklit etme. Amaçlarını dürüstlükle ve açıkça ifade et. Ayrıntıların bütünle uyum sağladığından emin ol.
>
> (1991)

3) Yaşam biçimi değerlerini ve estetiğini yayma konusunda çok önemli unsurlar olan yaşam biçimi ve ev dekorasyonu ile ilgili dergiler, vs.'de anlatılan uzman söylemlerinin de bu kaynaklardan bilgilendiklerini hatırlamak gerekir.

4) Ve onların ruhsal mirasçılarına –yani tüketici kültürünün samimiyetsizliği ve yararsızlığını yeren Marksist entelektüellere.

5) Yeşil değerleri destekleyenlerden çoğunun romantik bir cehaletle konuştuğu ya da aynı nedenle akılcı konuşmadığı (bkz. Witherspoon 1994) doğru olabilir, ama bu durum estetik ilkelerle olan mücadeleye zarar vermez.

11
Sonsöz

Kitabın akışı boyunca yaşam biçimi kavramlarının çağdaş toplumsal kuram ve araştırmalarda kullanılma şekillerinden bazılarını daha kolay anlaşılabilir hale getirdiğime inanıyorum. Bu çalışmayla, yaşam biçimlerinin özel olarak ilgili olduğu türden durumları size göstermeye çalıştım. Toplumsal kimliğin gelecekteki kültürel biçimlerine dikkatinizi çekebilmek için profesyonel toplumsal betimlemeler yaptığım kadar, sıradan insanların değişen çizgilerini de tanımlamaya çalıştım. Bu kitapta toplumsal bir olgu olarak yaşam biçimlerinin, modernizmin gelişmesiyle ilgili bütünleyici özelliklerden biri olduğunu, yine modernizmin tanımlayıcı özelliklerinden olan bireysel kimlik arayışı için özellikle önemli bir temsil (representation) olanağı oluşturduğunu savundum. Daha genel olarak, modern deneyimin gelişimini şekillendirmiş olan ekonomik ve teknik süreçlerden birçoğunun da yaşam biçimlerinin toplumsal işbirliği modelleri olarak önemlerinin artmasına yol açtığını gösterdiğimi umuyorum. Bu çok kısa sonsöz içinde, modernizmin toplumsal bir kuramı için yaşam biçimi söyleminin en önemli özelliği olduğuna inandığım unsuru ortaya koymak istiyorum.

Modern dünya dönemi, birbirinden farklı derece ve biçimlerdeki sınıf bilincine dayanan ve toplumsal bir çelişkiyi dillendiren egemen laik ideolojilerin ortaya çıkması ile tanımlanmaktadır (Gouldner 1976); bu dönem, Lyotard'ın meşhur tanımıyla, kendisi de 'büyük modernizm anlatılarının' bir parçası olacak toplumsal bir açıklama için yapılan bir arayış dönemidir. Bundan başka, ortak kabul gören diğer iki özellik de şunlar olmuştur: Ulus-devlet kavramının baskın egemenliği –ve bu bağlamda milliyetçilikle ifade edilen topluluk hayalleri (Anderson 1983) ile ev içi mekânlarla ilgili, daha kadınsı özel deneyimlerden farklı kılınmış ve kişisel olmayan rasyonel söyleme dayalı (Habermas 1989) temel bir toplumsal çevre kavramı (Garmanikow ve Purvis 1983; McDoell ve Pringle). İlk olarak, ulus-devlet kavramı, toplumsal düşünce için öylesine temel bir yaklaşım olmuştu ki, sosyolojik söylem, uzun bir süre için ulus-devlet ile toplum arasında pratik bir benzerlik olduğunu varsaydı. İkinci olarak, farklılaşmış çevreler kavramıyla demokratik vatandaşlık söyleminin, toplumsal feminizm kuramının ve kitlesel iletişim ve eğlencenin toplumsal söylemlerinin temelleri oluştu.

Bununla birlikte, kitabın gelişmesi sırasında, yaşam biçimlerinin yukarıda tanımlanan modernizmin ilk üç özelliğini zayıflattığı da açıklık kazanmış oldu. Bunlardan birincisi ile ilgili olarak, toplumsal söylemin açıklayıcı bir ögesi olan yaşam biçimlerinin, değişkenlikleri ve çoğulculukları aracılığı ile, toplumun yapısal biçimlerini otoriter bir yaklaşımla tanımlayan bir büyük anlatı ile birleşmeye karşı çıktıklarını savundum. İkinci özellik konusunda şunları söyledim: Doğaları gereği yaşam biçimlerinin ilgi alanlarına hizmet veren üretim ve dağıtım organizasyonlarının, ulusal sınırları aşarak, ulusal kültür kavramıyla ilgili her şeyi alay konusu yaptıkları açıktır –yerel deneyime zarar vermemekle birlikte, onu küresel sanayilerin sahnelediği muhteşem oyun içinde kaçınılmaz olarak diyalektik (ya da ironik) bir ilişki içine iterler. Üçüncü ve en önemli özellik ise, yaşam biçimlerinin toplumsal ve özel ortamlar arasındaki yerleşmiş farklılıkları önemli ölçüde bulanıklaştıracak, dolayısıyla değiştirecek biçimde hareket ederek, toplumsal varlığın bireysel ve kolektif biçimleri açısından yeni anlayışlar öğretmesi ve oluşturmasıdır.

O halde, yaşam biçimleri, modernizmin ürünü olmakla birlikte, aynı zamanda bu çağın toplumsal söyleminin (yani temel entelektüel mimarinin) temel terimleri arasında artan uyumsuzluğa da işaret etmektedir. Yaşam biçimleri, sözlük anlamı ile, post-modern çağın gelişen yapısal biçimlerinin tanınmasının gerekliliğine de kaçınılmaz olarak dikkat çeker.

Kaynakça

Anderson, B. (1983) *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*, Verso, Londra.

Appadurai, A. (yay. haz.) (1986) *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*, Cambridge University Press, Cambridge.

Bailey, P. (1978) *Leisure and Class in Victorian England: Rational Recreation and the Contest for Control 1830-85*, Routledge & Kegan Paul, Londra.

Banham, R. (1960) *Theory and Design in the First Machine Age*, Architectural Press, Londra.

Barth, G. (1980) *City People: The Rise of Modern City Culture in Nineteenth Century America*, Oxford University Press, NewYork.

Barthes, R. (1983) *The Fashion System* (çev. M. Ward ve R. Howard), University of California Press, Berkeley.

Baudrillard, J. (1983) *Simulations* (çev. P. Foss et al.), Semiotext(e), New York.

— (1988) *America* (çev. C. Tlirner), Verso, Londra. [Türkçede: J. Baudrillard, Amerika, çev. Yaşar Avunç, Ayrıntı Yayınları, İstanbul 1996].

— (1993) *Symbolic Exchange and Death* (çev. Iain Hamilton Grant), Sage, Londra.

Bauman, Z. (1987) *Legislators and Interpretors: On Modernity, Postmodernity and the Intellectuals*, Polity Press, Cambridge. [Türkçede: Z. Bauman, Yasakoyucular ve Yorumcular, çev. Kemal Atakay, Metis Yayınları, İstanbul 1996].
— (1991) *Modernity and Ambivalence*, Polity Press, Cambridge.
— (1992) *Intimations of Postmodernity*, Routledge, Londra.
— (1994) "Desert spectacular", in K. Tester (yay. haz.) *The Flâneur*, Routledge, Londra.
Bayley, S. (1991) *Taste: The Secret Meaning of Things*, Faber & Faber, Londra.
Beardsworth, A. ve Keil, T. (1992) "The vegetarian option: varieties, conversions, motives and careers", *The Sociological Review*, 40 (2): 253-93.
Bell, W. (1958) "Social choice, lifestyles and suburban residence", in W. Dobriner (yay. haz.) *The Suburban Community*, Putnam, New York.
Benjamin, W. (1970) "The work of art in the age of mechanical reproduction", in *Illuminations* (çev. H. Zohn), Fontana, Londra. [Türkçede: W. Benjamin, Parıltılar, çev. Yılmaz Öner, Belge Yayınları, İstanbul 1990].
— (1973) *Charles Baudelaire: A Lyric Poet in the Era of High Capitalism* (çev. H. Zohn), New Left Books, Londra.
Bensman, J. ve Lilienfeld, R. (1979) *Between Public and Private: The Lost Boundaries of the Self*, The Free Press, New York.
— and Vidich, A. J. (1995) "Changes in the life-styles of American classes", in A. J. Vidich (yay. haz.) *The New Middle Classes: Life-style. Status Claims and Political Orientations*, Macmillan, Londra.
Berger, P. L. ve Luckmann, T. (1967) *The Social Construction of Reality: Everything that Passes for Knowledge in Society*, Allen Lane, Londra.
Berking, H. ve Neckel, S. (1993) "Urban marathon: The staging of individuality as an urban event", *Theory, Culture and Society*, 10(4): 63-78.
Berman, M. (1983) *All That Is Solid Melts Into Air: The Experience of Modernity*, Verso, Londra. [Türkçede: M. Berman, Katı Olan Herşey Buharlaşıyor, çev. Ümit Altuğ ve Bülent Peker, İletişim Yayınları, İstanbul 1994].
Bernstein, B. (1971) *Class, Codes and Control. Cilt I, Theoretical Studies Towards a Sociology of Language*, Routledge & Kegan Paul, Londra.
Blaxter, M. (1990) *Health and Lifestyles*, Tavistock Press, Londra.
Bocock, R. (1993) *Consumption*, Routledge, Londra. [Türkçede: R. Bocock, Tüketim, çev. İrem Kutluk, Dost Kitabevi Yayınları, Ankara 1997].
Bordo, S. (1993) *Unbearable Weight: Feminism, Western Culture and the Body*, California University Press, Londra.
Bourdieu, P. (1977) *Outline of a Theory of Practice* (çev. R. Nice), Cambridge University Press, Cambridge.
— (1984) *Distinction*: A Social Critique of the Judgement of Taste (çev. R. Nice), Routledge, Londra.
— (1991) *Language and Symbolic Power* (yay. haz. J. Thompson; çev. G. Raymond ve M. Adamson), Polity Press, Cambridge.

— (1993) *The Field of Cultural Production: Essays on Art and Literature* (çev. R. Johnson), Polity Press, Cambridge.
— ve Passeron, J.-C. (1990) *Reproduction in Education, Society and Culture* (çev. R. Nice), 2. basım, Sage, Londra.
Bowlby, R. (1985) *Just Looking: Consumer Culture in Dreisser, Gissing and Zola*, Methuen, Londra.
Brake, M. (1980) *The Sociology of Youth Culture and Youth Subcultures*, Routledge, Londra.
— (1985) *Comparative Youth Culture: The Sociology of Youth Cultures and Youth Subcultures in America, Britain and Canada*, Routledge, Londra.
Brewer, J. ve Porter, R. (yay. haz.) (1992) *Consumption and the World of Goods*, Routledge, Londra.
Brint, S. (1984) "'New class' and cumulative trend explanations of liberal political attitudes of professionals", *American Journal of Sociology*, 90: 30-71.
Bronner, S. J. (yay. haz.) (1989) *Consuming Visions: Accumulation and Display of Goods in America 1880-1920*, W. W. Norton, New York.
Bryman, A. (1995) *Disney and His Worlds*, Routledge, Londra.
Buck-Morss, S. (1986) "The *Flâneur*, the sandwichman and the whore: The politics of loitering", *New German Critique*, 39 (Fall): 99-142.
— (1989) *The Dialectics of Seeing: Walter Benjamin and the Arcades Project*, MIT Press, Cambridge, Mass.
Bunton, R. ve Burrows, R. (1995) "Consumption and health in the "epidemiological" clinic of late modern medicine", in Bunton *et al.* (yay. haz.) *The Sociology & Health Promotion: Critical Analyses & Consumption, Lifestyles and Risk*, Routledge, Londra.
Bunton, R., Nettleton, S. ve Burrows, R. (yay. haz.) (1995) *The Sociology of Health Promotion: Critical Analyses of Consumption, Lifestyle and Risk*, Routledge, Londra.
Burke, P. (1978) *Popular Culture in Early Modern Europe*, Temple Smith, Londra.
Campbell, C. (1987) *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*, Basil Blackwell, Oxford.
Carrithers, M., Collins, S. ve Lukes, S. (yay. haz.) (1985) *The Category of the Person: Anthropology, Philosophy and History*, Cambridge University Press, Cambridge.
Cauter, L. de (1993) "The panoramic ecstasy: on world exhibitions and the disintegration of experience", *Theory, Culture and Society*, 10 (4): 1-24.
Central Statistical Office (1994) *Social Trends 24*, HMSO, Londra.
Certeau, M. de (1984) *The Practice of Everyday Life* (çev. S. F. Rendall), University of California Press, Berkeley.
Chambers, I. (1985) *Urban Rhythms*, Macmillan, Londra.
Chanan, N. (1980) *The Dream that Kicks*, Routledge, Londra.
Chaney, D. (1972) *Processes of Mass Communication*, Macmillan, Londra.

— (1979) *Fictions and Ceremonies: Representations of Popular Experience*, Edward Arnold, Londra.
— (1983) "The department store as a cultural form", *Theory, Culture and Society*, 3 (1): 22-31.
— (1993) *Fictions of Collective Life: Public Drama in Late Modern Culture*, Routledge, Londra.
— (1994) *The Cultural Turn: Scene-setting Essays in Contemporary Cultural History*, Routledge, Londra.
— (1995) "The spectacle of honour: changing dramatisations of status", *Theory, Culture and Society*, 12 (3): 147-7.
— (1996) "Authenticity and suburbia", in S. Westwood ve J. Williams (yay. haz.) *Imagining Cities*, Routledge, Londra.
— ve Chaney, J. H. (1979) "The audience for mass leisure", in H.-D. Fischer ve S. R. Melnik (yay. haz.) *Entertainment: A Cross-Cultural Examination*, Hastings House, New York.
Clarke, J. ve Critcher, C. (1985) *The Devil Makes Work: Leisure in Capitalist Britain*, Macmillan, Londra.
Cohen, E. (1979) "A phenomenology of tourist experiences", *Sociology*, 13: 179-201.
Cohen, M. (1993) *Profane Illumination: Walter Benjamin and the Paris of Surrealist Revolution*, University of California Press, Berkeley.
Cohen, S. ve Taylor, L. (1993) *Escape Attempts: The Theory and Practice of Resistance to Everyday Life*, 2. basım, Routledge, Londra.
Connerton, P. (1989) *How Societies Remember*, Cambridge University Press, Cambridge.
Cox, B. D. (1987) *The Health and Lifestyle Survey*, Cambridge University Press, Cambridge.
—, Huppert, F. A. ve Whichelow, M. J. (yay. haz.) (1993) *Health and Lifestyle Survey: Seven Years On*, Dartmouth, Aldershot.
Crompton, R. (1993) *Class and Stratification: An Introduction to Current Debates*, Polity Press, Cambridge.
Cross, G. (1993) *Time and Money: The Making of Consumer Culture*, Routledge, Londra.
Csikszentmihalyi, M. ve Rochberg-Halton, E. (1981) *The Meaning of Things: Domestic Symbols and the Self*, Cambridge University Press, Cambridge.
Cunningham, H. (1980) *Leisure in the Industrial Revolution*, Croom Helm, Londra.
Czyzewski, M. (1994) "Reflexivity of actors versus reflexivity ofaccounts", *Theory, Culture and Society*, 11 (4): 161-8.
Davidoff, L. (1973) *The Best Circles*, Croom Helm, Londra.
— ve Hall, C. (1987) *Family Fortunes: Men and Women of the English Middle Class 1780-1850*, Hutchinson, Londra.

Davis, F (1992) *Fashion, Culture and Identity*, University of California Press, Londra.

Dayan, D. ve Katz, E. (1992) *Media Events: The Live Broadcasting of History*, Harvard University Press, Cambridge, Mass.

DiMaggio, P. (1982a) "Cultural entrepreneurship in nineteenth century Boston 1: the creation of an organizational base for high culture in America", *Media, Culture and Society*, 4: 33-50.

— (1982b) "Cultural entrepreneurship in nineteenth century Boston 2: The classification and framing of American art", *Media, Culture and Society*, 4: 303-22.

— (1994) "Social stratification, life-style, and social cognition", in D. B. Grusky (yay. haz.) *Social Stratification: Class, Race, and Gender in Sociological Perspective*, Westview Press, Boulder, Co.

Donald, J. (1993) "The natural man and the virtous woman: reproducing citizens", in C. Jenks (yay. haz.) *Cultural Reproduction*, Routledge, Londra.

Dormer, P (1993) *Design Since* 1945, Thames & Hudson, Londra.

Douglas, M. (1970) *Natural Symbols: Explorations in Cosmology*, Barrie & Rocklif, Londra.

— (yay. haz.) (1973) *Rules and Meanings*, Penguin Books, Londra.

— (1987) *Constructive Drinking: Perspectives on Drink from Anthropology*, Cambridge University Press, Cambridge.

— ve Isherwood, B. (1979) *The World of Goods: Towards an Anthropology of Consumption*, Allen Lane, Londra. [Türkçede: M. Douglas - B. Isherwood, Tüketimin Antropolojisi, çev. Erden Attila Aytekin, Dost Kitabevi Yayınları, Ankara 1999].

Eco, U. (1987) *Travels in Hyperreality* (çev. W. Weaver), Picador, Londra.

Elias, N. (1978) *The Civilizing Process*, I. cilt, *The History of Manners*, Basil Blackwell, Londra.

Ewen, S. (1976) *Captains of Consciousness: Advertising and the Social Roots of the Consumer Culture*, McGraw Hill, NewYork.

— (1990) *All Consuming Images: The Politics of Style in Contemporary Culture*, Basic Books, New York.

— and Ewen, E. (1982) *Channels of Desire: Mass Images and the Shaping of American Consciousness*, McGraw Hill, NewYork.

Falk, P. (1994) *The Consuming Body*, Sage, Londra.

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

— ve Turner, B. S. (1995) "Body and society: an Introduction", *Body and Society*, 1 (1): 1-12.

Ferguson, P. Parkhurst (1994) "The *Flâneur* on and off the streets of Paris", in K. Tester (yay. haz.) *The Flâneur*, Routledge, Londra.

Feuer, J., Kerr, P. ve Vahimagi, T. (yay. haz.) (1984) *MTM Quality Television*, British Film Institute, Londra.
Fiddle, S. (1967) *Portraits from a Shooting Gallery: Life Styles from the Drug Addict World*, Harper and Row, New York.
Finkelstein, J. (1991) *The Fashioned Self*, Temple University Press, Philadelphia.
Fishman, R. (1987) *Bourgeois Utopias: The Rise and Fall of Suburbia*, Basic Books, New York.
Fiske, J. (1989a) *Understanding Popular Culture*, Unwin Hyman, Londra.
— (1989b) *Reading Popular Culture*, Unwin Hyman, Londra.
Forty, A. (1986) *Objects of Desire: Design and Society 1750-1980*, Thames & Hudson, Londra.
Foucault, M. (1977) *Discipline and Punish* (çev. A. Sheridan), Allen Lane, Londra.
Fowler, B. (1994) "The hegemonic work of art in the age of electronic reproduction: an assessment of Pierre Bourdieu" *Theory, Culture and Society*, 11 (1): 129-54.
Fox, R. W. ve Jackson Lears, T. J. (1983) *The Culture of Consumption: Critical Essays in American History 1880-1980*, Pantheon Books, New York.
Fraser, W. H. (1981) *The Coming of the Mass Market 1850-1914*, Macmillan, Londra.
Frisby, D. (1985) *Fragments of Modernity: Theories of Modernity in the Work of Simmel, Kracauer and Benjamin*, Polity Press, Cambridge.
— (1992) *Simmel and Since: Essays on Georg Simmel"s Social Theory*, Routledge, Londra.
Gaines, J. ve Herzog, C. (yay. haz.) (1990) *Fabrications: Costume and the Female Body*, Routledge, New York.
Garber, M., Matlock, J. ve Walkowitz, R. L. (yay. haz.) (1993) *Media Spectacles*, Routledge, Londra.
Garmanikow, E. ve Purvis, J. (yay. haz.) (1983) *The Public and the Private*, Heinemann, Londra.
Geertz, C. (1973) *The Interpretation of Cultures*, Hutchinson, Londra.
Giaccardi, C. (1995) "Television advertising and the representation of social reality", *Theory, Culture and Society*, 12 (1): 109-32.
Giddens, A. (1990) *The Consequences of Modernity*, Polity Press, Cambridge. [Türkçede: A. Giddens, Modernliğin Sonuçları, çev. Ersin Kuşdil, Ayrıntı Yayınları, İstanbul 1994].
— (1991) *Modernity and Self Identity: Self and Society in the Late Modern Age*, Polity Press, Cambridge.
— (1992) *The Transformation of Intimacy: Sexuality, Love and Eroticism in Modern Societies*, Polity Press, Cambridge.
— (1993) *New Rules of Sociological Method: A Positive Critique of Interpretative Sociologies*, Polity Press, Cambridge.

— (1994) *Beyond Left and Right: The Future of Radical Politics*, Polity Press, Cambridge.
Gledhill, C. (yay. haz.) (1991) *Stardom: Industry of Desire*, Routledge, Londra.
Goffman, E. (1959) The Presentation of Self in Everyday Life, Penguin, Harmondsworth.
— (1977) Gender Advertisments, Macmillan, Londra.
Goldman, R. ve Papson, S. (1994) "Advertising in the age of hypersignification", *Theory, Culture and Society*, 11 (3): 23-54.
Gouldner, A. W. (1976) *The Dialectic of Ideology and Technology*, Seabury Press, New York.
Greenhalgh, P. (1988) *Ephemeral Vistas: The* Exposition Universelles, *Great Exhibitions and World's Fairs 1851-1939*, Manchester University Press, Manchester.
Habermas, J. (1989) *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*, Polity Press, Cambridge. [Türkçede: J. Habermas, Kamusallığın Yapısal Dönüşümü, çev. Tanıl Bora ve Mithat Sancar, İletişim Yayınları, İstanbul 1997].
Hall, C. (1992) "The history of the housewife", *in White, Male and Middle-Class: Explorations in Feminism and History*, Polity Press, Cambridge.
Hall, S. ve Jefferson, T. (yay. haz.) (1976) *Resistance through Rituals*, Hutchinson, Londra.
Hanke, R. (1989) "Mass media and lifestyle differentiation: an analysis of the public discourse about food", *Communication* 11: 221-38.
Haug, W. F. (1986) *Critique of Commodity Aesthetics: Appearance, Sexuality and Advertising in Capitalist Society*, Polity Press, Cambridge.
Hebdige, D. (1979) *Subculture: The Meaning of Style*, Methuen, Londra. [Türkçede: D. Hebdige, Gençlik ve Altkültürleri, çev. Esen Tarım, İletişim Yayınları, İstanbul 1988].
— (1988) *Hiding in the Light*, Routledge, Londra.
Hendry, L. B., Shucksmith, J., Love, J. G. ve Glendinning, A. (1993) *Young People's Leisure and Lifestyles*, Routledge, Londra.
Henry, I. (yay. haz.) (1994) *Leisure: Modernity, Postmodernity and Lifestyles*, Leisure Studies Association, Brighton.
Horowitz, D. (1985) *The Morality of Spending: Attitudes Toward the Consumer Society in America 1875-1940*, Johns Hopkins University Press, Baltimore.
Hunt, L. (1984) *Politics, Culture, and Class in the French Revolution*, University of California Press, Berkeley
Jackson, A. A. (1991) *The Middle Classes 1900-50*, D. St. J. Thomas, Nairn, İskoçya.
Jackson, K. T. (1985) *Crabgrass Frontier: The Suburbanization of the United States*, Oxford University Press, New York.
Jenkins, R. (1983) *Lads, Citizens and Ordinary Kids: Working-class Youth Lifestyles in Belfast*, Routledge & Kegan Paul, Londra.

— (1992) *Pierre Bourdieu*, Routledge, Londra.
Jenks, C. (1993) "Introduction: The analytic bases of cultural reproduction theory", in C. Jenks (yay. haz.) *Cultural Reproduction*, Routledge, Londra.
— (1995a) "The centrality of the eye in Western culture: an introduction", in C. Jenks (yay. haz.) *Visual Culture*, Routledge, Londra.
— (1995b) "Watching your step: The history and practice of the *flâneur*", in C. Jenks (yay. haz.) *Visual Culture*, Routledge, Londra.
Johnson, P. (yay. haz.) (1994) *Twentieth Century Britain: Economic, Social and Cultural Change*, Longman, Londra.
Katz, E. ve Lazarsfeld. P. (1955) *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*, Free Press, New York.
Keat, R., Whiteley, N. ve Abercrombie, N. (1994) *The Authority of the Consumer*, Routledge, Londra.
Kellner, D. (1992) "Popular culture and the construction of post-modern identities", in S. Lash ve J. Friedman (yay. haz.) *Modernity and Identity*, Basil Blackwell, Oxford.
Kelly, M. P., Davies, J. K. ve Charlton, B. G. (1993) "Healthy cities: a modern problem or a post-modern solution?", in J. K. Davies ve M. P. Kelly (yay. haz.) *Healthy Cities: Research and Practice*, Routledge, Londra.
Kephart, W. M. (1982) *Extraordinary Groups: The Sociology of Unconventional Life-styles*, 2. basım, St Martin's Press, NewYork.
Kuhn, A. (1985) *The Power of the Image: Essays on Representation and Sexuality*, Routledge & Kegan Paul, Londra.
Laermans, R. (1993) "Learning to consume: early department stores and the shaping of modern consumer culture 1860-1914", *Theory, Culture and Society*, 10 (4).
Lamont, M. ve Fournier, M. (1992) *Cultivating Differences: Symbolic Boundaries and the Making of Inequality*, University of Chicago Press, Chicago.
Lancaster, W. (1994) *The Department Store: A Social History*, Pinter, Londra.
Langman, L. (1992) "Neon cages: shopping for subjectivity", in R. Shields (yay. haz.) *Lifestyle Shopping: The Subject of Consumption*, Routledge, Londra.
Lash, S. (1990) *The Sociology of Postmodernism*, Routledge, Londra.
— ve Urry, J. (1987) *The End of Organized Capitalism*, Polity Press, Cambridge.
— ve (1994) *Economies of Signs and Spaces*, Sage, Londra.
Lee, M. J. (1993) *Consumer Culture Reborn: The Cultural Politics of Consumption*, Routledge, Londra.
Leiss, W., Kline, S. ve Jhally, S. (1986) *Social Communication in Advertising: Persons, Products and Images of Well-being*, Methuen, Londra.
Ley, D. ve Olds, K. (1988) "Landscape as spectacle: world's fairs and the culture of heroic consumption", *Society and Space*, 6: 191-212.
Liebergott, S. (1993) *Pursuing Happiness: American Consumers in the Twentieth Century*, Princeton University Press, New Jersey.

Lull, J. (1995) *Media, Communication, Culture: A Global Approach*, Polity Press, Oxford.

Lunt, P. K. ve Livingstone, S. M. (1992) *Mass Consumption and Personal Identity*: Everyday Economic Experience, Open University Press, Milton Keynes.

Lury, C. (1993) *Cultural Rights: Technology, Legality and Personality*, Routledge, Londra.

Lyotard, J.-F. (1984) *The Postmodern Condition: A Report on Knowledge*, Manchester University Press, Manchester. [Türkçede: J.-F. Lyotard, Postmodern Durum, çev. Ahmet Çiğdem, Vadi Yayınları, İstanbul 1994].

MacCannell, D. (1976) *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*, Macmillan, Londra.

McDowell, L. ve Pringle, R. (yay. haz.) (1992) *Defining Women: Social Institutions and Gender Divisions*, Polity Press, Cambridge.

McKendrick, N., Brewer, J. ve Plumb, J. H. (1983) *The Birth of a Consumer Society: The Commercialization of Eighteenth Century England*, Hutchinson, Londra.

McRobbie, A. (1980) "Settling accounts with subcultures: a feminist critique", *Screen International*, 34: 37-49.

Malcolmson, R. W. (1973) *Popular Recreations in English Society*, Cambridge University Press, Cambridge.

Marchand, R. (1985) *Advertising the American Dream: Making Way for Modernity 1920-40*, University of California Press, Berkeley.

Markus, T. A. (1993) *Buildings and Power: Freedom and Control in the Origin of Modern Building Types*, Routledge, Londra.

May, L. (1980) *Screening Out the Past: The Birth of Mass Culture and the Motion Picture Industry*, Oxford University Press, New York.

Mennell, S. (1985) *All Manners of Food: Eating and Taste in England and France from the Middle Ages to the Present*, Blackwell, Oxford.

—, Murcott, A. ve van Otterloo, A. H. (yay. haz.) (1992) *The Sociology of Food: Eating, Diet and Culture*, Sage, Londra.

Meyrowitz, J. (1985) *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior*, Oxford University Press, New York.

Michman, R. D. (1991) *Lifestyle Market Segmentation*, Praeger, New York.

Miller, D. (1991) *Material Culture and Mass Consumption*, Basil Blackwell, Oxford.

Mintel (1988) *Special Report: British Lifestyles*, Mintel, Londra.

— (1993) *Third Age Lifestyles*, Mintel, Londra.

— (1994) *British Lifestyles*, Mintel, Londra.

Mitchell, A. (1983) *The Nine American Lifestyles*, Macmillan, NewYork.

Moers, E. (1978) *The Dandy: Brummell to Beerbohm*, University of Nebraska Press, Lincoln.

Moores, S. (1993) *Interpreting Audiences: The Ethnography of Media Consumption*, Sage, Londra.

Morley, D. (1992) *Television, Audiences and Cultural Studies*, Routledge, Londra.

Mukerji, C. (1983) *From Graven Images: Patterns of Modern Materialism*, Columbia University Press, New York.
— (1994) "Toward a sociology of material culture: science studies, cultural studies and the meanings of things", in D. Crane (yay. haz.) *The Sociology of Culture*, Basil Blackwell, Oxford.
Munt, I. (1994) "The 'other' postmodern tourism: culture, travel and the new middle classes", *Theory, Culture and Society*, (11) 3: 101-24.
Nedelmann, B. (1990) "Georg Simmel as an analyst of autonomous dynamics: The merry-go-round of fashion", in M. Kaern, B. S. Phillips ve R. S. Cohen (yay. haz.) *Georg Simmel and Contemporary Sociology*, Kluwer, Dordrecht.
— (1991) "Individualization, exaggeration and paralysation: Simmel's three problems of culture", *Theory, Culture and Society*, 8 (3): 169-94.
O'Brien, M. (1995) "Health and lifestyle: a critical mess?", in R. Bunton et al. (yay. haz.) *The Sociology of Health Promotion*, Routledge, Londra.
O'Brien, S. ve Ford, R. (1988) "Can we at last say goodbye to social class?", *Journal of the Market Research Society*, 30 (3): 289-332.
Olsen, D. J. (1986) *The City as a Work of Art: London, Paris, Vienna*, Yale University Press, New Haven.
Olszewska, A. ve Roberts, K. (yay. haz.) (1989) *Leisure and Life-Style: A Comparative Analysis of Free Time*, Sage, Londra.
O Neill, J. (1989) *The Communicative Body*, Sage, Londra.
Painter, C. (1986) "The uses of art", PhD thesis submitted under the Council for National Academic Awards regulations at Newcastle Polytechnic.
Parr, M. and Barker, N. (1992) *Signs of the Times: A Portrait of the Nation s Tastes*, Cornerhouse Publications, Manchester.
Pred, A. (1994) *Recognising European Modernities: A Montage of the Present*, Routledge, Londra.
Radway, J. (1987) *Reading the Romance: Women, Patriarchy and Popular Literature*, Verso, Londra.
Richards, T. (1992) *The Commodity Culture of Victorian England: Advertising and Spectacle 1851-1914*, Verso Books, Londra.
Rigby, B. (1991) *Popular Culture in Modern France: A Study of Cultural Discourse*, Routledge, Londra.
Ritzer, G. (1993) *The McDonaldization of Society: An Investigation into the Changing Character of Contemporary Social Life*, Pine Forge Press, Thousand Oaks, California. [Türkçede: G. Ritzer, Toplumun Mcdonaldlaştırılması, çev. Şen Süer Kaya, Ayrıntı Yayınları, İstanbul 1998].
Robins, D. ve Cohen, P. (1978) *Knuckle Sandwich: Growing Up in the Working-Class City*, Penguin, Harmondsworth.
Rogers, E. M. (1983) *Diffusion of Innovations*, 3. basım, Free Press, New York.
Rojek, C. (1993) *Ways of Escape: Modern Transformations in Leisure and Travel*, Macmillan, Londra.

Sandywell, B. (1996) *Logological Investigations - I. Cilt, Phenomenology of Reflexivity*, Routledge, Londra.

Savage, J. (1990) "Tainted love: the influence of male homosexuality and sexual divergence on pop music and culture since the war", in A. Tomlinson (yay. haz.) *Consumption, Identity and Style*, Routledge, Londra.

Savage, M., Barlow, J., Dickens, P. ve Fielding, T. (1992) *Property, Bureaucracy and Culture: Middle-class Formation in Contemporary Britain*, Routledge, Londra.

Schama, S. (1987) *The Embarrassment of Riches: An Interpretation of Dutch Culture in the Golden Age*, Collins, Londra.

Schivelbusch, W. (1980) *The Railway Journey: The Industrialization of Time and Space in the Nineteenth Century*, Blackwell, Oxford.

— (1988) *Disenchanted Light: The Industrialisation of Electricity in the Nineteenth Century*, Berg, New York.

Schreiber, A. L. with Lenson, B. (1994) *Lifestyle and Event Marketing: Building the New Customer Partnership*, McGraw Hill, New York.

Schudson, M. (1993) *Advertising: The Uneasy Persuasion: Its Dubious Impact on American Society*, Routledge, Londra.

Sennett, R. (1977) *The Fall of Public Man*, Knopf, New York. [Türkçede: R. Sennett, Kamusal İnsanın Çöküşü, çev. Serpil Durak ve Abdullah Yılmaz, Ayrıntı Yayınları, İstanbul 1996].

— (1991) *The Conscience of the Eye: The Design and Social Life of Cities*, Knopf, New York.

Shad Jr, J. A. (1990) "The Groundwork of Simmel's new "Storey" beneath historical materialism", in M. Kaern, B. S. Phillips ve R. S. Cohen (yay. haz.) *Georg Simmel and Contemporary Sociology*, Kluwer, Dordrecht.

Shields, R. (yay. haz.) (1992) *Lifestyle Shopping: The Subject of Consumption*, Routledge, Londra.

— (1992a) "Spaces for the subject of consumption", in R. Shields (yay. haz.) *Lifestyle Shopping*, Routledge, Londra.

— (1992b) "The individual, consumption cultures and the fate of modernity", in R. Shields (yay. haz.) *Lifestyle Shopping*, Routledge, Londra.

— (1994) "Fancy footwork: Walter Benjamin's notes on *flânerie*", in K. Tester (yay. haz.) *The Flâneur*, Routledge, Londra.

Shilling, C. (1993) *The Body and Social Theory*, Sage, Londra.

Shotter, J. (1993) *The Cultural Politics of Everyday Life: Social Constructionism, Rhetoric and Knowing of the Third Kind*, Open University Press, Milton Keynes.

Silverstone, R. (1994) *Television and Everyday Life*, Routledge, Londra.

Simmel, G. (1971a) "Fashion", in *On Individuality and Social Forms: Selected Writings* (çev. ve yay. haz. D. N. Levine), University of Chicago Press, Chicago.

— (1971b) "The metropolis and mental life", in *On Individuality and Social Forms: Selected Writings* (çev. ve yay. haz. D. N. Levine), University of Chicago Press, Chicago.
— (1971c) "The transcendent character of life", in *On Individuality and Social Forms: Selected Writings* (çev. ve yay. haz. D. N. Levine), University of Chicago Press, Chicago.
— (1978) *The Philosophy of Money* (çev. T. Bottomore ve D. Frisby), Routledge & Kegan Paul, Londra.
— (1991a) "Money in modern culture", (çev. M. Ritter ve S. Whimster) *Theory, Culture and Society*, 8 (3): 17-31.
— (1991b) "The problem of style", (çev. M. Ritter) *Theory, Culture and Society*, 8 (3): 63-71.
— (1994) "The bridge and the door", (çev. M. Ritter) *Theory, Culture and Society*, 11 (1): 5-10.
Sklar, R. (1978) *Movie-Made America: A Cultural History of American Movies*, Chappell & Co., Londra.
Slater, D. (1993) "Going shopping: markets, crowds and consumption", in C. Jenks (yay. haz.) *Cultural Reproduction*, Routledge, Londra.
Smart, B. (1994) "Digesting the modern diet: gastro-porn, fast food and panic eating", in K. Tester (yay. haz.) *The Flâneur*, Routledge, Londra.
Sobel, M. E. (1981) *Lifestyle and Social Structure: Concepts, Definitions and Analyses*, Academic Press, New York.
Spierenburg, P. (1984) *The Spectacle of Suffering*, Cambridge University Press, Cambridge.
Strasser, S. (1989) *Satisfaction Guaranteed: The Making of theAmerican Mass Market*, Pantheon Books, New York.
Synott, A. (1993) *The Body Social: Symbolism, Self and Society*, Routledge, Londra.
Tester, K. (1991) *Animals and Society: The Humanity of Animal Rights*, Routledge, Londra.
— (yay. haz.) (1994) *The Flâneur*; Routledge, Londra.
Thomas, K. (1983) *Man and the Natural World: Changing Attitudes in England 1500-1800*, Allen Lane, Londra.
Tiedemann, R. (1991) "Dialectics at a standstill: approaches to the Passagen-Werk", in G. Smith (yay. haz.) *On Walter Benjamin: Critical Essays and Recollections*, MIT Press, Cambridge, Mass.
Tomlinson, A. (1990a) "İntroduction: consumer culture and the aura of the commodity", in A. Tomlinson (yay. haz.) *Consumption, Identity and Style*, Routledge, Londra.
— (yay. haz.) (1990b) *Consumption, Identity and Style: Marketing, Meanings and the Packaging of Pleasure*, Routledge, Londra.
Turner, B. S. (1984) *The Body and Society: Explorations in Social Theory*, Basil Blackwell, Oxford.

— (1988) *Status*, Open University Press, Milton Keynes.
— (1992) *Regulating Bodies: Essays in Medical Sociology*, Routledge, Londra.
— (1994) "Preface", in P. Falk, *The Consuming Body*, Sage, Londra.
Twigg, J. (1983) "Vegetarianism and the meanings of meat", in A. Murcott (yay. haz.) *The Sociology of Food and Eating*, Gower, Aldershot.
Urry, J. (1990a) "The "consumption" of tourism", *Sociology*, 24 (1): 23-35.
— (1990b) *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*, Sage, Londra.
— (1995) *Consuming Places*, Routledge, Londra.
Veblen, T. (1924) *The Theory of the Leisure Class*, Viking, NewYork.
Vidich, A. J. (yay. haz.) (1995) *The New Middle Classes: Life-styles, Status Claims and Political Orientations*, Macmillan, Londra.
Visser, M. (1991) *The Rituals of Dinner: The Origins: Evolution, Eccentricities and Meaning of Table Manners*, Grove Weidenfeld, New York.
Walters, G. D. (1994) *Drugs and Crime in Lifestyle Perspective*, Sage, Londra.
Walvin, J. (1978) *Leisure and Society 1830-1950*, Longman, Londra.
Warde, A. (1990) "Introduction to the sociology of consumption", *Sociology*, 24 (1): 1-4.
— (1994) "Consumption, identity-formation and uncertainty", *Sociology*, 28 (4): 877-98.
Watkin, D. (1977) *Morality and Architecture*, Clarendon Press, Oxford.
Weber, M. (1966) "Class, status and party", in R. Bendix ve S. M. Lipset (yay. haz.) *Class, Status and Power*, Free Press, New York.
Weber, W. (1975) *Music and the Middle Class: The Social Structure of Concert Life in London, Paris and Vienna between 1830 and 1848*, Croom Helm, Londra.
Weatherill, L. (1988) *Consumer Behaviour and Material Culture in Britain 1660-1760*, Routledge, Londra.
Weinstein, D. ve Weinstein, M. A. (1993) Postmodern(ized) Simmel, Routledge, Londra.
Wernick, A. (1991) *Promotional Culture: Advertising, Ideology and Symbolic Expression*, Sage, Londra.
Whittle, S. (yay. haz.) (1994) *The Margins of the City: Gay Men's Urban Lives*, Ashgate, Aldershot.
Williams, R. (1975) *Drama in a Dramatised Society*, Cambridge University Press, Cambridge.
— (1985) "The metropolis and the emergence of modernism", in E. Timms ve D. Kellet (yay. haz.) *Unreal City: Urban Experiencein Modern European Literature and Art*, Manchester University Press, Manchester.
Williams, R. H. (1982) *Dream Worlds: Mass Consumption in Late Nineteenth Century France*, University of California Press, Berkeley
Williamson, J. (1978) *Decoding Advertisements*, Marion Boyars, Londra.

Willis, P. E. (1977) *Learning to Labour*, Saxon House, Farnborough.
— (1978) *Profane Culture*, Routledge & Kegan Paul, Londra.
— (1991) *Common Culture*, Open University Press, Milton Keynes.
Willis, S. (1991) *A Primer for Daily Life*, Routledge, Londra.
Wilson, E. (1985) *Adorned in Dreams: Fashion and Modernity*, Virago Press, Londra.
— (1988) *Hallucinations: Life in the Post-Modern City*, Radius, Londra.
Witherspoon, S. (1994) "The greening of Britain: romance and rationality", in R. Jöwell, J. Cutice, L. Brook ve D. Ahrendt (yay. haz.) *British Social Attitudes: The Eleventh Report*, Dartmouth Publishing, Aldershot.
Wolff, J. (1990) *Feminine Sentences: Essays on Women and Culture*, Polity Press, Cambridge.
— (1994) "The artist and the *flâneur*: Rodin, Rilke ve Gwen John in Paris", in K. Tester (yay. haz.) *The Flâneur*, Routledge, Londra.
Wynne, D. (1990) "Leisure, lifestyle and the construction of social position", *Leisure Studies*, 9 (1): 21-34.
Zablocki, B. D. ve Kanter, R. M. (1976) "The differentiation of life-styles", *Annual Review of Sociology*, 2: 269-98.

İsim Dizini

Althusser, L. 71.
Amerika 39.
Amerika Birleşik Devletleri 21, 103.
Anderson, B. 169.
Appadurai, A. 157.

Balzac, H. 164.
Banham, R. 160.
Baron von Hausman 113.
Barth, G. 28.
Barthes, R. 57.
Baudelaire, J. 88, 90.
Baudrillard, J. 62-65, 89, 147.
Bauman, Z. 75, 93, 95-97, 164.
Bayley 16, 127, 145, 175, 181-182.
Beardsworth, A. 152.
Belfast 46, 141.
Bell, W. 31.
Benjamin, W. 64, 87-92, 163-164.
Bensman 17, 22 ve Lilienfeld, R. 131.
Bentham, J. 114.
Berger, P. L. ve Luckman, T. 109.
Berking, H. ve Neckel, S. 136.
Berman, M. 88.
Bernstein, B. 80, 129.
Blaxter, M. 43.
Bocock, R. 23, 25, 30, 50, 139.
Bordo, S. 129.
Bourdieu, P. 46, 48, 68-78, 80, 85, 103 ve Pàsseron, J-C 71.
Bowlby, R. 34.
Brake, M. 140.
Brewer, J. ve Porter, R. 26.
Brint, S. 49.
Bronner, S. J. 28, 30.
Bryman, A. 121.
Buck-Morss, S. 89, 90, 92.
Bunton, R. ve Burrows, R. 45.
Burke, P. 26.
Burrows, R. ve Nettleton, S. 50.

Campbell, C. 27.
Carrithers, M. 125.
Cauter, L. de 29.
Central Statistical Office 40.
Certeau, M. de 83, 84, 85.
Cezayir 69.
Chambers, I. 139.
Chanan, N. 33.
Chaney, D. 28, 34, 86, 95, 106, 136, 152.
Chaney, J. 41.
Chicago 149.
City Life 13.
Clarke, J. ve Critcher, C. 33, 141.
Cohen, M. 91, 92.
Cohen, S. ve Taylor, L. 85, 133.
Connerton, P. 50.
County, J. 151.
Cox, B. D. 43.
Crompton, R. 15.
Cross, G. 30, 156.
Csikszentmihalyi, M. ve Rochberg-Halton, E. 149.
Cunningham, H. 33.
Czyzewski, M. 76.

Davidoff, L. 127, 131.
Davis, F. 145.
Dayan, D. ve Katz, E. 115.
DiMaggio, P. 17, 20, 72, 107.
Donald, J. 77.
Dormer, P. 160.
Douglas, M. 57-58, 68-69 ve Isherwood, B. 57-58, 67, 78.

Eco, U. 64.
Elias, N. 126-127, 129.
Ewen, S. 30, 116, 156 ve Ewen 30.

Falk, P. 129-130, 161.
Featherstone, M. 35, 72, 75, 80, 163.
Ferguson, P. Parkhurst 164.
Feuer, J. 120.
Fiddle, S. 46.
Finkelstein, J. 124, 128, 144-145, 163.
Fish, S. 50.
Fishman, R. 31.
Fiske, J. 85.
Forty, A. 159, 160.
Foucault, M. 19, 85, 114.
Fowler, B. 72, 80.
Fox, R. W. ve Jackson Lears, T. J. 30.
Frankfurt Ekolü 91.
Fransa 68, 76.
Fraser, W. H. 27.
Frisby, D. 58, 61-62, 82, 87-91.

Gaines, J. ve Herzog, C. 152.
Garber, M. 115.
Garmanikow, E. ve Purvis, J. 169.
Geertz, C. 50.
Giaccardi, C. 116.
Giddens, A. 23, 95-98, 132, 166.
Gledhill, C. 152.
Goffman, E. 116, 130.
Goldman, R. ve Papson, S. 118.
Gouldner, A. W. 169.
Greenhalgh, P. 29.
Guardian, the 13, 151.

Habermas, J. 169.
Hall, C. 19, 30, 131.
Hall, S. ve Jefferson, T. 141.
Hanke, R. 135.
Haug, W. F. 30, 156.
Hebdige, D. 46, 141, 165.
Hendry, L. B. 142.
Henry, I. 22.
Horowitz, D. 30.
Hunt, L. 34.

İngiliz Prensi Regent 162.
İngiltere 26.

Jackson, A. A. 31.
Jenkins, R. 46, 70-72, 141, 142.
Jenks, C. 71, 90, 112, 164.
Johnson, P. 40.

Kafka, F. 22.
Katz, E. ve Lazarsfeld, P. 50.
Keat, R. 96.
Kellner, D. 124.

Kelly, M. P. 44.
Kephart, W. M. 15, 103.
Kuhn, A. 122.

Laermans, R. 28.
Lamont, M. ve Fournier, M. 75.
Lancaster, W. 28.
Langman, L. 86.
Lash, S. 44 ve Urry 78-80, 146, 161.
Lee, E. 55, 70, 75.
Leiss, W. 117.
Lévi-Strauss, C. 119.
Ley, D. ve Olds, K. 29.
Liebergott, S. 34.
Lull, J. 147.
Lunt, P. K. ve
Livingstone, S. M. 42, 97.
Lury, C. 161.
Lyotard, J. F. 169.

MacCanell, D. 146.
Malcolmson, R. W. 19.
Marchand, R. 30.
Marx, K. 64, 88.
May, L. 33.
McDowell, L. ve Pringle, R. 169.
McKendrick, N. 26, 27.
McRobbie, A. 141.
Mennell, S. 127, 135.
Meyrowitz, J. 115.
Michman, R. D. 38-40.
Miller, D. 157-159.
Mintel 36-37, 50.
Mitchell, A. 50, 101.
Moers, E. 127, 162, 164.
Morley, D. 41, 50, 125.
Mukerji, C. 25, 157.
Munt, I. 146.

Nedelmann, B. 60-61.
Nettleton, S. 50.
Newcastle-upon-Tyne 150.

O'Brien, M. 39, 44.
O'Brien, S. ve Ford, R. 50.
O'Neill, J. 129.
Olszewska, A. ve Roberts, K. 25.
Oluşumcu Hareket (Rusya'da) 160.

Painter, C. 150.
Parr, M. ve Barker, N. 148.
Philedelphia 135.
Plumb, J. H. 26-27.
Poe, Edgar Allan 88.
Pred, A. 29.

Radway, J. 42, 50.
Rigby, B. 72, 77, 80, 83.
Ritzer, G. 111.
Robins, D. ve Cohen, P. 141.
Rogers, E. M. 50.
Rojek, C. 10, 33, 121.

Sandywell, B. 77.
Savage, J. 48, 76, 107, 139, 140.
Schama, S. 25.
Schivelbusch, W. 28.
Schreiber, A. L. 42.
Schudson, M. 30.
Sennett, R. 34, 112, 115, 132, 167.
Shad Jr, J. A. 59.
Shields, R. 29, 86, 164.
Shilling, C. 128.
Shotter, J. 102.
Silverstone, R. 125, 148.
Simmel, G. 58-63, 82-83, 86-88, 92.
Sklar, R. 33.
Slater, D. 28.
Smart, B. 164.
Sobel, M. E. 13, 21.
Spierenburg, P. 19.
Strasser, S. 27.
Synott, A. 129.

Tasarım Müzesi (Londra) 161.
Tester, K. 90, 136, 164.
Thomas, K. 17-18.
Tiedemann, R. 87.
Tomlinson, A. 124.
Turner, B. S. 16, 128-129, 135, 158.
Turner, V. 86.
Twigg, J. 136.

Uluslararası Af 42.
Urry, J. 146, 152.

Veblen, T. 107.
Vidich, A. J. 17, 22, 80.
Visser, M. 127.

Walters, G. D. 45.
Walvin, J. 33.
Warde, A. 94, 124.
Watkin, D. 113.
Weatherill, L. 25.
Weber, W. 16, 19-20, 107, 111.
Weinstein, D. ve Weinstein, M. A. 61.
Wernick, A. 117.
Whittle, S. 46, 139.
Williams, R. 103, 115.
Williams, R. H. 28.
Williamson, J. 116.
Willis, S. 141-143, 148.
Wilson, E. 46, 145.
Witherspoon, S. 167.
Wolff, J. 122, 158, 164, 181.
Wynne, D. 46-47.

Zablocki, B. D. 23 ve Kanter, R. M. 103.

YAŞAM TARZLARI

David Chaney

Türkçesi: İrem Kutluk

Çağdaş toplumda giyim, tüketim, cinsel kimlik ve kültürel kodların dolayımıyla belirlenen toplumsal çözümleme bireyin önceliklerinden standart bir mekân tipolojisinin belirleyiciliğine uzanıyor. Ödünsüz bir denetleme güdüsüyle yaşam tarzlarının sözde bireyselliğine içkin bu anlayış, kimliklerin oluşum sürecindeki tüm kişisel vurguları, kitle kültürü kuramcılarının gündelik genellemelerinde eritir.

David Chaney bu kapsamlı incelemesinde kitle iletişim araçlarının bu dönüşüm sürecindeki rolünü, bu derin kopuşta asla çözünmeden kalan temel figürleri (flâneur ve gezgin) ve Benjamin'den De Certau'ya uzanan geniş bir yelpazede toplum bilimlerinin kapsayıcı/dışlayıcı akademik tavrını sorguluyor. Bu yeni bakış açısının temelinde yaşam tarzlarının başlıca kavramlarıyla belirlenen bir politika/ticaret/kültür bilinci yatıyor.

sosyal antropoloji

ekonomi, iletişim, medya

ISBN 975-7501-62-X

9 757501 620008