

“NEOLİBERAL ESTETİK”TEN “HABITUS”A BOURDIEU VE POPÜLER KÜLTÜR¹

*Hüseyin KÖSE**

ÖZ

Pierre Bourdieu, popüler kültür olgusunu beğeni yargısının toplumsal eleştirisi bağlamında çözümleyerek kültürel alanın bireylerin yaşam tarzları ve pratiklerini sınıflandırıcı ve ayrıştırıcı ideolojik boyutu üzerinde durur. Buna göre, popüler haz, en basit deyimle, birleştirici değil, ayrıştırıcıdır. Bireylere birtakım yatkınlıklar, alışkanlıklar ve kalıcı eğilimler aşılacak suretiyle onları egemen kültürel sisteme bağlar. Bourdieu, popüler kültür aracılığıyla, toplumsal sınıfların kültürel pratikler üzerinden inşa edildiği bir ideolojik etkileme sürecinin altını çizer. Ona göre, “bedene dönüşmüş bir toplumsallık” anlamına gelen habitus, egemen kültürel sistemin gizil ideolojik kanalıdır. Genel olarak “alan”ı, sadece anlamsal ilişkilerin kurulduğu bir yer olarak değil, aynı zamanda güç ilişkileri ve toplumsal mücadelelerin gerçekleştiği bir “değişim” yeri olarak tasavvur eden Bourdieu, kültürel alanın kendisini de aynı sınıfsal iktidar çatışmalarının sahnelendiği bu ayrıştırıcı zeminden farklı bir şey olarak düşünmez. Bu çalışmada, Bourdieu’nün kavradığı anlamda popüler kültürün “neoliberal estetik” ve “habitus” kavramlarıyla ilişkisi bağlamında kuramsal bir eleştirisine odaklanılmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Popüler Kültür, Habitus, Neoliberal Estetik, Kültürel Alan, Toplumsal Sınıf.

FROM “NEOLIBERAL AESTHETIC” TO “HABITUS” BOURDIEU AND POPULAR CULTURE

ABSTRACT

Pierre Bourdieu analyzes popular culture phenomenon within the scope of social criticism of appreciation attitude. He focuses on the ideological dimension of the cultural field, which classifies and discriminates individuals’ life styles and practices. Accordingly, popular pleasure -in its simplest terms- is not integrative but discriminative. It binds individuals to the dominant cultural system by imposing some tendencies, habits and permanent predispositions on them. Bourdieu underlines an ideological influence process where popular culture creates social classes on the basis of cultural practices. According to Bourdieu, habitus which means “a concretized socialization” is the potential ideological channel of the dominant culture. Generally describing the “field” as a “transformation” area where power relationships and social struggles take place as well as semantic relationships, Bourdieu does not isolate the field of culture from this discriminative basis where class-based power conflicts are experienced. This study focused on a theoretical criticism of popular culture, as understood by Bourdieu, in the scope of its relationship with “neo-liberal aesthetic” and “habitus” concepts.

Key Words: Popular Culture, Habitus, Neoliberal Aesthetic, Field of Culture, Social Class.

Atf Bilgisi: KÖSE, H. (2020). “Neoliberal Estetik”ten “Habitus”a Bourdieu ve Popüler Kültür, *HABITUS Toplumbilim Dergisi*, (1), 39 – 61.

Citation Information: KÖSE, H. (2020). From “Neoliberal Aesthetic” to “Habitus” Bourdieu and Popular Culture, *HABITUS Journal of Sociology*, (1), 39 – 61.

Başvuru / Received: 11 Temmuz / July 2020.

Kabul / Accepted: 07 Eylül / September 2020.

Derleme Makale/Review Article.

GİRİŞ

Bourdieu’nün popüler kültür nosyonuna yaklaşımının ayırt edici niteliğini açığa vuran ilk şey, eğer kültürel üretim alanlarının gerçek bir mistifikasyon aracı olarak işlediğini ortaya

¹ Bu makale yazarın 2009 yılında *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 10. Sayısında yayımlanan aynı başlıklı çalışmasının gözden geçirilmiş yeni halidir.

* Prof. Dr., Atatürk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü Öğretim Üyesi,
E-posta: huseyink180@yahoo.com, ORCID Number: 0000-0001-5697-9009

koyması ise; ikincisi, aynı mistifikasyonun, toplumsal faillerin beğeni yargıları ve habitus'ları üzerinden bir dizi tahakküm, “sınıflama” ve “simgesel güç” ilişkileri üretmesi ve bu ilişkilerin sonradan “simgeler metâlar ekonomisi”nin uzlaştırıcı mantığını meşrulaştırmaya hizmet etmesidir. Bu yüzdendir ki, popüler kültür kavramı Bourdieu toplumbiliminin karakteristik yapısı içinde, yani salt klasik anlamında kültürel ürünler ve hazların yapılması, dağıtılması ve tüketilmesi esnasında ortaya çıkan tahakküm ve tabi kılınmışlık ilişkileri çerçevesinde değil, bu iki temel kavramı da içeren daha özgün bir terminoloji çerçevesinde değerlendirilir. Başka bir deyişle, Bourdieu, kültürel alanın kendisini, en yalın biçimde, “bedene dönüşmüş toplumsallık” şeklinde tanımlanabilecek olan ve özünde bireyin kendi maddi yaşam koşullarıyla kültürel öz varlığı arasındaki dolaysız bağıntıyı açığa vuran kimliğe, tüketim pratiklerine, kültürel alışkanlıklar ve beğeni yargılarına ilişkin ayırt edici ve tanımlayıcı bir kategori oluşturan “habitus”u sınıfsal yeniden üretimin ideolojik temeli sayan görüşüyle oldukça geniş bir düzlemde tartışmaya açar. Düşünür, toplumsal alandaki failer arasında bir “beğeniler ayrımı” ve “sınıflaması”na aracılık eden kültürel pratikleri ise, genel olarak, anlam için verilen toplumsal mücadeleyle birlikte neoliberal söylemin estetik ardyöresi içinde değerlendirmeye alır. Dolayısıyla, daha başından, eleştirel sorgulama alanını kültürel pratiğin sınıf temelli özellikleri ile söz konusu pratiğin gerçekleştiği alanı, içerdiği ideolojik bakış açıları, ön kabuller ve alışkanlıklar –Bourdieu’cü bir deyimle söylersek, “yatkinlikler” ve “elverişlilikler”- çerçevesinde belirlemiş olur. Bu bağlamda kaleme aldığı *Ayrım: Beğeni Yargısının Toplumsal Eleştirisi* adlı 1979 tarihli ünlü çalışması da, beğeni yargısının kültürel sermaye ile olan dolaysız ilişkisine; başka bir deyişle, kalıtsal sermaye ile kültürel sermaye arasındaki temel “ayrım”lara işaret eder. Elbette söz konusu bu ayrımlar, bireyin kültürel / toplumsal bir varlık olarak yaşama alanının doğal sınırlarını belirleyen kültürel ve toplumsal habitat’tan büsbütün yalıtılamaz. Bu yüzdendir ki, Bourdieu’nün, gerek beğeni yargısının oluşumu ve sınıflandırılması –“sınıflandırılmış” ve “sınıflandıran” bir eğilim-, gerekse tüketim pratikleri, yaşam tarzları ve alışkanlıklarının kimliği tanımlayıcı kimi değerleri açığa vurması bağlamında temel aldığı habitus kavramı, toplumsal ilişkiler ve etkileşimlerin yerleşik niteliğiyle biçimlenmiş ideolojinin gündelik yaşama nüfuz etme biçim ve görünüşlerinden de ayrı düşünülemez. Öte yandan, Bourdieu’nün çağdaş popüler kültürü tarif ederken başvurduğu terminoloji, özünde, “gerçekleşmekte olan sınırsız bir sömürü ütopyası” biçiminde nitelendirdiği neoliberal kültür ve toplum politikalarından çelip çıkarılmış ve fazladan kutsanmış bir retoriğin en dolaysız yansımalarıyla hesaplaşmayı bir hedef olarak önüne koyar. Bilindiği üzere, neoliberal düşüncenin “temel itikatlarından birisi, piyasanın devletten, özel mülkiyetin kamu mülkiyeti ve toplumsal mülkiyetten üstünlüğünün”

savunusuna dayalıdır (Kozanoğlu vd, 2008: 67). Söz konusu üstünlük, sadece demir çelik, otomobil fabrikaları, petrol rafinerileri, çimento, elektrik, doğalgaz, vb. maddi üretim alanlarını olduğu kadar, taşımacılık, sigortacılık, sağlık, eğitim, danışmanlık, medya vb. hizmet ve maddi olmayan üretim alanlarını da kapsar. Genel olarak kültür ve medya da bu sonuncusu içinde değerlendirilir. Liberal felsefenin özellikle 1980’li yıllarda edindiği yeni çehre, serbest pazar ekonomisini esas alan özel sektör ve işletmecilik kurallarının resmi kamusal kaynaklardan beslenen ekonomi ve sektörlerin hedef ve kurallarından öncelikli kılındığı, refah devleti modelinin tercih edilebilirliğine son verildiği bir dönemi simgeler. İngiltere’de Margaret Thatcher, ABD’de Ronald Reagan ve Türkiye’de ise Turgut Özal yönetimlerinin koşulsuzca benimseyip uyguladığı bu siyasal ekonomi politikası, “kolektif yapıları reddeden, bireyciliği ve rekabeti kutsayan, toplumsal hayatın örgütlenmesini kendini düzenleyen piyasaya terk eden özelleştirme” uygulamalarıyla kısa sürede tüm dünyaya yayılmıştır (Kozanoğlu vd., 2008: 68). Bu özelleştirme ve ticari pazar mantığının literatürdeki teknik adı olan deregülasyon, neoliberal ekonomi paradigmanın kutsal kavramlarından birisi olup, genel olarak ekonomik uygulamalarda resmi “düzenlemelerin en aza inmesi[ni], rekabeti canlandırarak piyasanın daha etkin çalışmasını sağlar” (Kozanoğlu vd., 2008: 70). Yine aynı kuralsızlaştırma politikasına göre, resmi formalitelerin ve bürokrasinin azaltılması üretimi artıracak, daha önce devlet eliyle yönetilen ekonomik kuruluş ve sektörler özel girişimcilere açılacak, güçlü özel sermaye kesiminin özgür yönelimleriyle yatırım alanları genişleyecek ve böylece ekonomik etkinlikler alanı, devletin kural koyucu gücünün sınırlamalarından kurtulacaktı. İşin tüketici yurttaşlar ayağında ise, müşterilerin piyasanın kendilerine zengin bir çeşitlilik içinde sunduğu ürün, mal ve hizmetlere ucuz ve düşük vergi indirimiyle ulaşmaları mümkün olacaktı. 1990’lı yılların ikinci yarısında yaygınlaşan Internet teknolojisi ile serbest ticaretin uzamı daha da genişlemiş ve ulusal devletlerin merkez bankalarını dış finans ve para piyasalarına daha da bağımlı hale getiren “şişkin rezerv politikaları”na ek olarak sembolik sektörün kendisini de tüketim kültürü mantığına uyarlama işlevi görmüştür, v.s... Bourdieu’nün kültürel alana dönük eleştirisi, bir anlamda, tüm bu ekonomik, siyasal ve sembolik değerler ve ürünler ekonomisinin tarihsel gelişim sürecine ilişkindir. Genel olarak “alan”ı, sadece anlamsal ilişkilerin kurulduğu bir yer olarak değil, aynı zamanda güç ilişkileri ve toplumsal mücadelelerin gerçekleştiği ve söz konusu ilişkilerin bir “değişim” yeri olarak tasavvur eden Bourdieu, kültürel alanın kendisini de aynı sınıfsal iktidar çatışmalarının sahnelendiği bu ayrıştırıcı zeminden farklı bir şey olarak düşünmez. Dolayısıyla, bilgiyi ve kültürel birikimi toplumsal çıkara, ekonomik sermayeyi kültürel sermayenin edinilmesinin ön koşuluna indirgeyen bu kuramsal hâkimiyetin, çok yönlü

söylemsel bir zenginliğin dışavurumu olduğu ölçüde, aynı zamanda, kendisini küreselleşmiş ekonominin çok boyutlu kültürel analizine adanmış olması da oldukça manidardır. Günümüzde kültürel üretim alanlarının edindiği yeni biçimin ve bu biçime bağlı olarak uç veren ilişkilerin geç kapitalizm döneminin farklılaşan üretim tarzına özgü yeni bir duyarlılıkla küresel bir eleştirisini yapmadan, popüler kültürün özellikle kolay yaşama boyutuna ilişkin değer ve görünümüne kitle medyasının –editoryal (yazı işleri birimi) seçimlerde büyük ölçüde tecimsel kaygıların ağır bastığı yeni bir seçmecilik ve indirgemecilikle- fazladan değer biçerek yaşamın her alanında yaygınlaştırmaya çalıştığı algılama paradigmaları hakkında anlamlı hiçbir şey söylenemez. Ancak kültürel alana ilişkin yapılacak sosyolojik bir analizin kuramsal ikna ediciliği sadece bununla da sınırlı değildir. Kültürel eleştiri -tüm gezegende “gerçekleşmekte olan neoliberal ütopya”nın bireyler arası özgünlüğü yok eden “benzerleştirici” retorisiyle güçlendirilmiş sınırsız bir sömürü düzeninin doğal bir sonucu olarak, Bourdieu’nün elinde, salt egemen ve meşru kültürel söyleme karşı katıksız bir toplumsal direnişi açığa vurduğu biçimiyle değil, aynı zamanda kültürel pratikler aracılığıyla görünür kılınmaya çalışılmış sınıfsal bir kategori biçiminin “toplumsal konumlanışlar” aracılığıyla yeniden betimlenişiyle de yepyeni boyutlar kazanmaktadır. Bourdieu’yü idealist bir düşünür yapan da onun bu şaşırtan tavrıdır. Düşünürün *opus magnum*’u sayılabilecek olan *Ayrım*’da, başlı başına bir bölümce olarak temel çizgilerini belirginleştirmeye çalıştığı “zorunluluğun seçimi” gibi ilginç bir kavramsallaştırma, tam da bu bağlamda, alt sınıflara reva görülmüş sistematik bir früstrasyon (yoksunlaştırma, mahrum bırakma) girişiminin, ya da daha doğru bir deyişle, kültürel tercihlerde bulunurken “bir kapalı olasılıklar evreni”nin sınırlayıcı etkisine maruz kalmak anlamında kimi “simgesel çıkarlardan vazgeçme ilkesi”nin acımasız bir sosyolojisini yapmayı amaçlar (Bourdieu, 1979: 441). Çünkü “zorunluluğun seçimi” deyişi, Bourdieu’nün bakış açısından şu gizli gerçeği açığa vurur: “Aşağı sınıflar, meşru addedilmiş kültüre karşı, farkında olmadan bir benimseme, tanıma ve kabullenme tutumu sergilerler; [çünkü] ‘egemen’ bir pozisyona uyum sağlama, tahakküme boyun eğmenin farklı bir biçimini içerir” (Bourdieu, 1979: 448). Şu halde, “koşullara uyum sağlama”nın kendisi bile, keyfiliğe boyun eğme ve tabi olmanın en sofistike (karışık, belirsiz) görünümülerinden birisidir. Bu bakış açısından hareketle denebilir ki, varoluş koşullarıyla uyum içinde olmak, kendini gizlediği ölçüde etkili olan bir iktidar ilişkisinin en edilgin tarafını oluşturmaktır. Tahakküme ilişkin bu betimleme, Foucault’nun, iktidarın asıl etkisi ve gücünü kendini gizleyebilme potansiyelinde ve niteliğinde gören yaklaşımıyla oldukça benzerdir. İktidarın ve tahakkümün görünmezliği üzerine düşünürken karşılaştığımız aynı Bourdieu’cü eğilimi, simgesel şiddet üzerine düşünürken de tüm somutluğuyla gözlemek

mümkündür. Bourdieu, toplumsal tahakkümü, neredeyse, Althusser’in ideolojiyi kavrayışı kertesinde -yani “toplumsal faillere kendini zorla dayatan görünmez bir yapı” olarak- kavramakta, ancak bu kavrayışı Althusser’le aynı ses tonunda haykırmayıp, söz konusu tahakküme özellikle kültürel alanda olumlu bir tavır takındığını gösteren yeni bir ilavede bulunmaktadır: “zorunluluğun seçimi”. Bu, Bourdieu’nün dolaylı olarak “sınıfsal konum”ların “toplumsal konumlanış”larla ilişkisini değerlendirirken başvurduğu kavramsallaştırmalardan birisidir. Alt sınıfların ve özel olarak da işçi sınıfının kendisine sunulan farklı ve zengin kültürel menüler içinden sadece zorunlu gereksinmelerini karşılayabilecek olan ürünlerle yetindiğini ve daha fazlasına –ekonomik açıdan- gücünün yetmeyeceğini vaaz eden “zorunluluğun seçimi” kavramsallaştırması, toplumbilimsel kadercilik diyebileceğimiz bir yaklaşım biçimini de gözler önüne sermektedir. Ayrıca yine bu belirleme, siyasal ve ekonomik sermaye birikimine koşut olarak edinilen kültürel sermaye önüne çekilmiş bir bariyeri de ifade etmektedir. Dolayısıyla “zorunluluğun seçimi” kavramsallaştırması, bir yönüyle, alt sınıf üyelerinin önemli toplumsal avantajlardan –toplumsal prestij, başarı, liderlik, alicenaplık, saygınlık, itibar, v.s.- yoksun bırakılmalarına işaret eden, ancak biraz daha yakından bakıldığında, tartışmalı bir varsayımı yerleşik bir yargıya; sonrasında ise değişmez bir toplumsal doğruya ve kurama dönüştüren bir adım gibidir. Nitekim Bourdieu’ye göre, alt sınıfların söz konusu toplumsal dezavantajlarına karşılık, üst sınıfların ne tür avantajlara sahip olduklarını anlayabilmek için, sadece egemen kültürel değerlere ilişkin basit bir okuma yapmak bile yeterlidir. Söz konusu okuma, bize, Bourdieu’nün popüler kültürü analiz ederken başvurduğu ve özünde üst, orta ve alt sınıfların sahip olduğu zevklerdeki önemli farklılaşmaları, dolayısıyla aralarındaki başlıca sınıfsal “ayrım”ları ifade eden “katılım”, “uzaklık” v.b. daha başka bazı kavramları da anlama olanağı sunacaktır. Bu çalışmada, genel olarak kültürel üretim alanları, özelde ise popüler kültür pratikleri aracılığıyla şekillenen toplumsal konumlanışlar, sınıfsal yeniden üretim ilişkilerini yöneten temel mantık, Bourdieu sosyolojisine özgü bazı kavramlar –kültürel ve simgesel sermaye, habitus, neoliberal estetik, alan, tahakküm, v.s.- etrafında değerlendirilmeye çalışılacaktır.

“Kültürel Meşruiyet”-Popüler Kültür İlişkisi Ya Da Siyasala Bitiştirilmiş “Popüler”lik

Bourdieu’nün kültürel alanı analizi, en somut ifadeyle, “egemen değerleri kurgusal olarak tersine çevirerek” “toplumsal dünyanın birliğine dair bir kurgu üreten” ve böylelikle “popüler kültürün popülist bir övgüsünü yapan” (Bourdieu, 2003:66) söylemin analizidir. Çünkü söz konusu söylem, egemen değerlerin egemenlik altına alınmış kesimlerce farkında olmadan içselleştirildiği bir süreci; egemen kültür çevrelerinin çıkarlarının bir tür örtük

rasyonalizasyonu anlamına gelen “zorunluluğun seçimi”ni [1] gerekli kılar ve dayatır. Bu nedenledir ki, hangi biçimde olursa olsun, popüler kültürün popülist bir övgüsünü yapmak, kültürel pratikleri meşrulaştırıcı siyasal bir söylemin içinden konuşmaktır. Çünkü popüler hazların ve pratiklerin üretimine ve denetlenmesine eşlik eden bir söylem ve tartışma, özünde masum bir söylem ve tartışma olarak görülemez. Hele de Bourdieu’nün “*La Distinction (Ayrım)*” adlı kitabının başlığının da imlediği gibi, kültür, sınıflar ve sınıflar arasındaki fraksiyonlar içinden seçim yapmak ve bu seçimleri evrensel estetik ya da beğeni değerleri içinde konumlandırarak toplumsal doğalarını gizlemek için kullanılmakta” ise (Fiske, 1999:150). Öte yandan, şayet Bourdieu’nün saptamalarına bağlı kalarak söylersek, toplumsal sınıflarla kültürel pratikler arasında varolan dolaysız ilişkiler, kültür konusunu daha başından siyasalın dolaylarında değerlendirmemizi gerektirir. Özellikle de kültürel alanın kendisi, sınıfsal ve dolayısıyla siyasal içeriğini “bedensel katılım” ve “uzaklık” kavramlarında bulan, toplumsal sınıfları birbirinden “ayırıcı” bir algılamalar ve pratikler bütünü olarak düşünüldüğünde. Söz konusu “ayırıcı” kategoriler, temelde egemen değerler karşısında alınacak farklı tutum ve tavırları dikkate almayı gerektirir. Bu nedenledir ki: “Aralarında başarısızlık, yetersizlik duygusu ya da kültürel bayağılık vb. bazı olumsuz niteliklere karşı tümenden bağışık kılınmış olan egemen sınıfların yaşam tarzı göstergelerinin bir dökümünü yapmak, [maruz kalınmış] egemen değerleri daha yakından tanımak bakımından önemlidir” (Bourdieu, 1979: 448). Tam da bu bağlamda, özellikle de işçi sınıfının maruz bırakıldığı “zorunluluk”, bu kesimlerin kendi sınıfsal konumlanışlarının zımni olarak kabulünün temel araçlarından birisi olarak çıkar karşımıza. “Zorunluluğun seçimi”, kültürel açıdan “ayrıcalık ilişkilerinin doğallaştırılması” olduğu kadar, toplumsal sınıflar arası ilişkilerdeki sosyal mesafenin de, deyim yerindeyse, bir daha değişmemecesine belirlenmesini ifade eder. Bourdieu’ye kulak vererek söylersek, böyle bir doğallaştırma, aynı zamanda “evrensel olarak eşit bir biçimde dağıtılmamış olan üstünlüklerin [avantajların] gizlice benimsetilmesidir” (1979: 252). Bu “ayrım”lar yaratan kültürel üstünlüklere dayalı toplumsal konumlanış bir yana, Bourdieu sosyolojisi bağlamında popüler kültürü düşünürken, aynı zamanda gitgide eleştirel içeriği boşaltılmış, kültür alıcısı kitleyi aptallaştırıcı ürünler yayan küresel ticari mantığı da büsbütün bir kenara bırakmamak gerekir. Çünkü aynı mantık, popüler kültürün “estetik” boyutunu belirler. Bu mantıkta Bourdieu’ye göre “temel olan, tecimsel kaygıların, kısa vadeli en fazla kazanç arayışının ve bundan ileri gelen ‘estetiğin’ gittikçe daha çok ve gittikçe daha geniş olarak kültürel ürünlerin bütününe aşılmasıdır” (2006: 143). Yine bu anlamda, söz konusu ticari mantığın somut anlamda görünür kılındığı alanlardan birisi, medyatik popüler kültürün farklı bir formunu oluşturan ve Bourdieu’nün günümüzün

ayaküstü hızlı yemek yeme alışkanlığına anıştırma yaparak kullandığı “kültürel fast-food” olgusudur. Kültürel fast-food, en geniş biçimde şöyle tanımlanabilir: geçmişin folklor ya da sözlü kültür ürünlerini, seçkin kültürün sanatsal ifade biçimleriyle birlikte “hız” efekti içinde yeniden harmanlayarak yüzeyselliğe kodlayan, içeriği basit, anlaşılması kolay, unutulması çabuk, olabildiğince standartlaştırılarak kitlenin ortalama beğenisine sunulmuş ve başta TV olmak üzere, genellikle görsel kitle iletişim araçlarının tüm kesimlere yaygınlaştırdığı, geniş bir kitle için önceden düşünülmüş, hazmedilmesi kolay kültürel gıda (Köse, 2004: 269). İşte, günümüzün sosyo-kültürel alanının tüm üretim ve yeniden-üretim boyutlarına hükmetmesi istenen ve Bourdieu’nün neoliberalizmin “yeni küresel İncil”i diye adlandırdığı şey tastamam budur. Söz konusu İncil’in, içinde bulunduğumuz küresel kültürel çağ için öngördüğü başlıca “gelişme” ve ilkelere gelince; kişisel üslupların revaçtan düşmesine, ya da Horkheimer ve Adorno’nun deyimiyle, “üslup oluşturucu gücün sönmesi”ne (1996: 15) koşut olarak gerileyen düşünsel özgünlük –Bourdieu’nün deyimiyle “farklılıkta benzerlik” durumunu ifade eden “homoloji” (2003: 92)-, toplumsal yapının her geçen gün daha da atomlaşmaya yüz tutarak, kültürel, toplumsal ve siyasal tahakküm karşısında kolektif dayanışma eğilimlerinin gitgide terk edilmeye başlanmasıyla birlikte ortaya çıkan kitlesel pasifizm, “toplumsal tahakküm ilişkilerinin bedenselleşmesinin ifadesi olan” itaat (Bourdieu, 2003: 31) vb. daha birçok eğilimin kutsanması... Daha da somutlaştırarak söylersek, günümüz medyatik kültür alanında egemen olan, “Walt Disney”in buharlı yol silindirleri, “BigBrother” tarzı mahrem yaşamın her karışını tepeleyerek her ayrıntısını fütursuzca didikleyen özel yaşam programları, versiyonları arasında küçük bazı değişiklikler olsa da tüm dünya televizyonlarında benzer örnekleri bulunan “Loft Story”, “Star Academy” vb. türdeki tele-gerçeklik yayınları; kısaca, geleneksel boş zaman etkinliklerinin sınırsızca içiştirilmesi ve sömürüsüne aracı olan tüm popüler kültürel pratikler ve biçimler... Özünde neoliberal felsefi retorik bir taşlaması olan “neoliberalizmin yeni küresel İncili” deyiminin Bourdieu’nün terminolojisinde esaslı bir “karşı ateş”i gerektirmesi de, geç kapitalizm döneminin ürünü bir popüler bilinç inşasının radikal bir eleştirisi olduğu kadar, kültürel değerlerdeki kesinlik yitişinin de –özellikle yüksek ve düşük kültür ürünleri arasındaki ayrımın silinmesinin- somut bir ifadesidir. Başka bir deyişle, “yeni küresel İncil”, gösteri ve eğlence dünyasının –*show business*-, üslupsuzluğun, kişisel ifade yoksunluğunun, yüzeysellik ve parçalılığın, yaşama ilişkin her türlü bütünsel algılama ve değerlendirme yapabilme yetisine ve analitik düşünebilme gereksinmesine galebe çaldığı bir seküler yeryüzü cennetinin bozulmuş İncil’idir. Bu bakış açısından, popüler haz da, tümüyle bilinçli yaşama özgü, toplumsal faillerin içinde yaşadıkları toplumsal dünya ve olaylar üzerine düşünme ve değerlendirmeler yapmaya elverişli, kalıcı ve tutarlı kategoriler

oluşturma yetisi değil; olsa olsa histeriğin bilinçdışı alanı kuşattığı bir söylemin dışavurumudur. Genel olarak ideolojiden arınma olarak da değerlendirebileceğimiz ve Barthes'ın *jouissance* şeklinde adlandırmayı uygun gördüğü popüler haz kavramının (Fiske, 1999: 67) hazır kalıplar içerisinde üretilmiş kitch (yoz beğeni) olgusuyla olan ilişkisi de buradan gelmektedir: eleştirel ve derinlikli bir yaşamsal / düşünsel kategorinin yokluğu. Şu halde, Bourdieu'nün, istemeye istemeye, gezegenimizin yeni kültürel çehresi olarak muştuladığı şey, yaklaşık yarım asır önce Adorno ve Horkheimer'ın ünlü *Aydınlanmanın Diyalektiği* adlı metinlerinde “kitlesel aldanım olarak aydınlanma” başlığı altında çözümlenmeye giriştikleri “kültür endüstrisi” nosyonuyla (kavramıyla) yakın bir akrabalığı açığa vurduğu gibi, söz konusu akrabalık ilişkisine konu olan çatlak da, kültür ve sanat endüstrisinin günümüzde aldığı yeni biçimle; daha doğrusu, “frenleri boşalmış” niteliğiyle daha da derinleşmiş görünmektedir.

Bourdieu'ye göre, “popüler kültürün popülist övgüsü”nü yapan söylemlerin siyasal anlamda manipüle ettiği bir başka şey de, özünde burjuva kültürü ve yaşam tarzına özgü kimi simgesel ve kültürel metâlara alt ve orta sınıfların erişimini imkansız kılacak belli bir “uzaklık” algılaması yaratarak ve böylelikle kendi yaşam tarzının yüksek kültür ürünlerinin ifade biçimlerinin kitlesel kullanımla bozuma uğratılmasını önleyerek –bir başka deyişle, orta sınıflarla işçi sınıfını yüksek kültürün avantajlarından tümüyle yoksun bırakarak- düzeyi düşük popüler kültür ürünlerine belli bir meşruiyet atfedilmesi ya da kültürel meşruiyet sorunudur. Buna göre, burjuvazi, öncülüğünü yaptığı yüksek kültür alanının simgesel ürün ve pratiklerini alt ve orta sınıfların kullanımına sunmamak – dolayısıyla bu sınıfların kültürel sermaye edinimlerinin ciddi biçimde önünü tıkamak- için, popüler kültüre geniş düzlemde meşruiyet sağlayacak teorik zemini de bilinçli olarak yaratma çabasıdadır. Geçmişte bu çabanın en somut örneklerinden birisi, şayet “sınırı *proletkült* olan ‘halk kültürü’nün yüceltilmesi ya da göklere çıkarılması” ise (Bourdieu, 2003: 66), diğeri, “populi-kült” olarak adlandırılabilir olan “tahakküm altındakilerin hâkim kültüre ya da en azından bu kültürün daha aşağı bir biçimine ulaşmalarını hedefleyen kültürel terfi politikaları”dır (Bourdieu, 2003: 66). Dolayısıyla, popüler kültürün, deyim yerindeyse, bir paketlenmiş kültürel bilinç olarak “meşru kültür”e bitleştirilmesi ve Bourdieu'nün bu çabaya yönelttiği eleştiri, özünde bir okumuşlar / avam kültürü ayırımının doğasını biçimlendiren teorik yapının zayıflığına yöneltilen sert bir eleştiri niteliği de taşır. Fabiani'nin deyimiyile (2008), “popüler kültürü yüksek kültürden ayıran soğuk bariyerin aşıldığını iddia eden bu kültürel meşruiyetçi söylem, bizzat Bourdieu'nün ‘popüler’ yapıtı *Ayırım*'ın gayrı-resmi okumalarıyla delik deşik edilmiştir”. Hatta denebilir ki, *Ayırım*'ın içerdiği iddiaların tümü, kültürel meşruiyet teorisine

karşı açılmış bir “karşı ateş” biçiminde de okunabilir. Bourdieu’nün popüler haz olarak adlandırdığı şey de, söz konusu kültürel meşruiyet kuramının afyonudur. Nitekim özellikle Fransa örneğinde “popüler haz, Beau Danube Bleu, La Traviata, Arlesienne gibi icra yoluyla değersizleşmiş yüksek müzik türleri, ya da hafif müzik yapıtlarının tercih edilmesiyle temsil edilir. Aynı şekilde, Mariano, Guetary ya da Petula Clark’inkiler gibi sanatsal kendini beğenmişlikten ya da tümüyle tutkudan yoksun olan kimi şansonlar, maksimum düzeyde yinelenmelerini yine halk tabakalarında bulunur” (Bourdieu, 1979: 17). “Halk tabakalarının” yüksek kültürün değersizleştirilmiş biçimlerine ısındırılma çabası meşru kültür yaratımının en zahmetsiz yöntemlerinden birisidir. Dahası, bu sanatsal üretimler, yine Bourdieu’ye göre, “eğitim sermayesini ters yönde değiştirmek” (1979: 17) gibi önemli bir işlevi üstlenmiştir. Bourdieu’ye göre, bu işleyişin ortaya koyduğu bir başka gerçek: “ticaret ya da endüstri patronlarının evlerinde biraz daha sık gözlenen bu [meşrulaştırma] eğiliminin yüksek kademedeki kişilerin evlerinde olduğu kadar, kültür aracılarının ve eğitimcilerin evlerinde de yine aynı ilgiyle dinleniyor olmasıdır” (1979: 17). Meşru kültür kuramının daha başka görünümüne *Ayırım*’ın ilerleyen sayfalarında da rastlamak mümkündür. Hemen belirtelim ki, kültüre belli bir “meşruiyet” atfeden çalışmaların tarihi Kültürel İncelemeler Ekolü’ne kadar götürülebilir. Nitekim kültürelci okulun belli başlı tezlerini, okulun İngiltere ve Fransa başta olmak üzere, tüm dünyadaki gelişim serüvenini irdeleyerek gelecekteki görünümüne ilişkin öngörülerde bulunmaya çalışan Armand Mattelart ve Erik Neveu, birlikte kaleme aldıkları ortak çalışmalarının giriş bölümünde bu konuya eğilerek kültürel meşruiyet kavramına ikna edici bir tanım arayışı içine girerler. Mattelart ve Neveu’nün, bizatihi “kültür” kavramı etrafında yaptıkları değerlendirmede, “meşruiyet” konusunu başta geleneksel kültürlerin yerleşik niteliklerine ilişkin tartışmasız bir ön kabul olarak görmekle birlikte, temelde kültür sanayinin ürünlerinin yaygın üretimi, dolaşımı ve tüketimiyle ilişkili biçimde düşünmektedirler. “Kültür kavramı” diye yazmaktadır Mattelart ve Neveu, “(...) bazen büyük ‘meşru’ yapıtlar panteonuna, bazen de bir toplumsal gruba özgü yaşama, duyumsama ve düşünme biçimlerini kapsamak üzere daha antropolojik bir anlama işaret edebilir. (...) ‘Meşru’ bir kültür düşüncesi ikinci bir karşıtlığı, bu kez hasredilen yapıtlar ile ‘kültür sanayileri’nin ürettiği ‘yığın kültürü’ adı verilen yapıtlar arasındaki karşıtlığı da kapsar: Mary Higgins Clark’a karşı Proust, Michael Jackson’ın şarkılarına karşı Şostakoviç” (2007: 1). Dolayısıyla kültürel meşruiyet kavramının aslında büyük kültürel yapıtlar ile kültür sanayinin ürettiği yapıtlar arasındaki bir karşıtlığa indirgenmesi rastlantı değildir. Bu belirlemenin ikinci kısmının, geleneksel kültürü bozuma uğratarak kendi sembollerini onun içinden devşiren medyatik “yığın kültürü”nü de içeriyor olması, kültürel meşruiyetin iki kaynağından birinin,

bu sonuncusundan pek de uzak olmayan popüler kültür alanıyla ilişkilendirilmesini kaçınılmaz kılmaktadır.

Öte yandan, Jean Claude Passeron da “Edebiyat ve Toplum” isimli makalesinde, “betimleme tutkusunun yüceliğine karşın ampirik dayanaklardan yoksun” bir kültürel meşruiyet kuramının eleştirisini yapmaktadır. Passeron, Bourdieu’nün itiraz ettiği anlamda (kültürün “mistifikasyon aracı” olarak kullanılması bağlamında), kültürel meşruiyet kuramını “bir tür toplumsal metafizik” şeklinde adlandırmaktadır (Passeron, 1994). Passeron’un kültürel meşruiyet kuramına yönelttiği eleştiri, temel dayanağını, belirgin biçimde, meşru bir düzenin evrensel etkisi varsayımının savunulamaz karakterinden almaktadır. Dolayısıyla popüler kültürün her alanını tümüyle içine alan bir meşru kültür kuramının ardındaki varsayım, toplumsal düzenin meşruiyeti varsayımıdır. Passeron’un “toplumsal metafizik”; Bourdieu’nün genel olarak yüksek kültür ürünlerinin yinelenme yoluyla değersizleştirilmesi dediği meşrulaştırma olgusunun gündelik yaşamdaki görünümü, tahmin edilenin de ötesinde bir yaygınlığa sahiptir. Dahası, söz konusu meşrulaştırma, kültürel beğeni ve eğilimlerin kaynaklandıkları özgün tarihsel kökleri bile gizleyen bir yanılsamalar evreni yaratmış durumdadır çoktan. Bourdieu’nün deyimiyle, aynı yanılsamadan ötürü, “gerçekte, tarihte ilk kez popüler bir kültürün (...) *en cheap* ürünleri şık diye benimsetilir; *baggy pant*’ler, yarı beline kadar düşük pantolonlar giyen yeniyetmeler, ultra şık ve ultra modern olduğunu düşündükleri giyim modasının, kimi dövme beğenileri gibi Amerika Birleşik Devletleri hapishanelerinde doğduğunu bilmemektedirler kuşkusuz!” (2006: 144). Şu halde, kültürel meşruiyetçi bir söylem üzerinden kurulmaya çalışılan popüler estetiğin beğenilerin türdeşliğine çağrı yaptığı noktada, naif siyasal bir manipülasyonu da içermesi kaçınılmazdır. Aynı nedenden ötürü, denebilir ki “estetik söylemde değerli olan (...) insanlığın tekelleştirilmesinden başka bir şey değildir” (Bourdieu’den Akt. Fiske, 1999: 160). Sözü edilen söylem, neoliberal estetiğin söylemidir. Egemen liberal ideolojiyi kültürel meşruiyet temelinde analiz etmeyi öneren Bourdieu, bu yaklaşımıyla popüler kültür alanını da egemen kültürleri çözümlmek için uydurulmuş gereçler bakımından değerlendirmeyi hedeflemektedir. Bourdieu’ye göre, “estetik ile gündelik yaşam arasındaki herhangi bir uzaklığı kesin biçimde reddeden popüler kültür”ün (Fiske, 1999: 156) siyasal olanla ilişkisi de burada başlamaktadır. Bireyleri kültürel açıdan sınıflandıran (sınırlandıran) ve onları toplumsal hiyerarşide belli bir yerde tutma amacına hizmet eden böylesi bir söylem, kapitalist düzenin ekonomik belirleyiciliğinin dışında sorunsallaştırılamaz. Çünkü Stuart Sim’in de belirttiği gibi, “kapitalist toplumlarda para, mülkiyet vb. biçimindeki ekonomik sermaye

kültürel ve toplumsal sermayeye erişimi satın alabilir” ve “beğeni [yargısı] tümüyle ideolojik bir söylemdir” (2006: 226).

Medyatik Popüler Kültür Ya Da “Ticari Küreselleşmenin Kiç’i”

Kitch olgusu (yoz beğeni), özünde endüstriyel kapitalizmin bir ürünü olup, çağlar boyunca sanatın nesnesi olan doğanın artık sanatsal üretim için bir ilk model oluşturamayacağı fikrinin sonucunda ortaya çıkmıştır. Bilindiği üzere, erken kapitalist dönemde insanlar sanat ürünlerini doğayı öykünmek suretiyle üretiyorlardı. Doğanın doğrudan doğruya taklidine dayanan bu üretim tarzı, sanatsal yaratımın özünü oluşturmaktaydı. Ne var ki, kapitalist üretim tarzının endüstrileşmesiyle birlikte, sanatsal / kültürel yaratım eyleminin zamanla doğadan uzaklaşmayı gerektirdiği yeni bir sürece girildi ve böylece üretilmiş nesnelere bakılarak daha başka nesnelere üretme fikri, gitgide başat sanatsal üretim biçimi haline gelmeye başladı. Taklide dayalı (mimesis) üretim tarzının sonunu getiren bu yeni süreçte, Kahraman’ın da belirttiği gibi, artık “kiç’in gerçeği doğa ya da doğallık değildi, taklit de değildi; *“taklidin taklidiydi”*. Dolayısıyla, kiçin içinde gerçeği değil, gerçeğin yitimini aramak gerekiyordu. Dahası, kiç denilen olgu, sanatın en temel özelliklerinden biri olan “biriciklik” özelliğini ortadan kaldırmaktaydı” (Kahraman, 2003: 25).

Endüstriyel olarak üretilen kitch ürünlerin başında biblolar, alçı heykeller, posterler, popüler edebiyat, oyuncaklar, v.s. gelmekteydi ve tüm bunlar, bir bakıma “kiç denilen ürünün, sanatın en önemli bileşenlerinden olan ‘sorun yaratma’ (‘sorun çözme’ değil) kapasitesine ve potansiyeline sırtını dönmelerini” ifade etmekteydi (Kahraman, 2003: 26). Bu sorun önemliydi, çünkü gerçek sanat yapıtının birincil işlevi olan hayat üzerine düşünme, sorular sorma ve kışkırtıcı yanıtlar arama çabasına değil, bildiğimiz, tanıdığımız, onayladığımız hayatın ikinci kez olumlamasına hizmet ediyordu. Bir başka şey, ciddi sanat yapıtı özgün bir düşüncenin ya da duyarlılığın ürünüyken, “kiç, tekrarlara dayalı olması nedeniyle, hazır kalıpların içinden üretilmekteydi” (Kahraman, 2003: 26). Dolayısıyla kitch ürünler, hayatı özgürce deneyimlemenin ötesinde, bize düşünsel yönden ziyade duygusal yönü ağır basan bir yaşam modeli önermekteydi. Söz konusu duygusal model, yaşamın içinde yeni düşünceler ve bakış açıları keşfetmeyi, yaratıcılığı, duyguları bir üst kategoriye taşıyarak bizi kışkırtmayı vb. işlevlerden de büsbütün yoksundu. Bu anlamda, Bourdieu’nün genel olarak çağdaş görsel ve popüler kültüre yaklaşımının kitch olgusuyla kesiştiği nokta, bizi kolaycılığın hazzına ilişkin esaslı bir eleştiriye götürmesi bakımından da önemlidir. Bourdieu’nün eleştirisinde daha da önemli olan, böyle bir eleştirinin küresel kapitalist gelişmeyle birlikte daha makro bir düzlemde ele alınıp değerlendirilmesidir. Öncelikle, Bourdieu’nün ironik biçimde “hisseyi sahiplerinin demokrasisi” (2006: 156) diye tarif ettiği küresel kapitalizmin kültürel

boyutuna damgasını vuran şey, ticariliktir. Frankfurt Okulu'ndan bu yana çok iyi bilindiği üzere, kültür endüstrisinde –kuşkusuz günümüz medyatik kültür alanındaki şiddeti daha da katmerlenmiş olarak-, kültürel üretimin kendisi ticarilik olmaksızın düşünülemez. Bu, başka biçimde söylendikte, neoliberal düşünce ve yaşam tarzı paradigmasının “bilişsel yapıları yıkmayı amaçlayan programı”nın (Köse, 2006: 57) kültürel bir silaha dönüşmüş şeklidir. Kültürel alanın küresel medyatik söylemi de, yine bu bağlamda, doğrudan “finansal pazarla ilişkili olan ‘dünyanın yeni efendileri’ teması üzerinden toplumsal dünya ve bireyler üzerinde total bir hâkimiyet düşüncesini devam ettirmektedir” (Le Goff'tan akt. Köse, 2006: 57). Dolayısıyla, Bourdieu'nün başlı başına küresel medyatik alanı analiz ederken başvurduğu temel parametrelerden biri, kültürel içerik üzerinde girilen “sınıflama” mücadelelerinin iktidar ilişkilerinin dağılımına yol açmış olmasıdır. Buna göre, “kitle iletişim araçları, sahip oldukları enformasyon silahı ve manipülasyon teknikleriyle (“bilgi, güçtür”) günümüzün yegane egemenlik ve iktidar kurma aygıtıdır” (Köse, 2006: 57). Dahası, modern çağın kitle iletişim araçları, salt kültürel simgelerin tüm dünyada yaygın biçimde dolaşımını sağlayarak söylemlerin gerisindeki aktörlerin –editörler, moda yazarları, gazeteciler, aydınlar, uzmanlar, v.s.- önemli hale geldikleri bir gösteri dünyasının etkili temsilini sunmakla ve söylemin faillerini her açıdan meşrulaştırmakla kalmazlar, aynı zamanda “iktidarın mitleştirilmesi” denilebilecek bir olgunun yapılandırılmasına da aracı olurlar. Medyatik söylemin aktörleri, söz konusu bu işlevlerini en başta da “toplumsal ve siyasal var oluşa ulaşmanın arabulucusu haline gelen televizyon” (Bourdieu, 2000: 26) yoluyla yerine getirirler. Ne var ki, bu işlevlerin meşruiyeti hakkında her zaman olumlu şeyler öne sürmek söz konusu değildir. Çünkü Bourdieu'ye göre, medyatik alanda faaliyet gösteren muhabirler, gazeteciler, aydınlar [ve genel olarak ‘kültür aracıları’], her şeyden önce, verili ekonomik güç merkezleriyle aralarındaki ‘mesafeyi’ her zaman doğru biçimde ayarlayamamalarından dolayı önemli ‘suç ortaklığı’ ilişkilerinin birer aktörü konumunda ciddi yıkıcı etkilere sahiptirler” (Köse, 2007: 86–87). Bourdieu'nün sözünü ettiği yıkıcı etkiler, “bir yandan, içinde yaşanan ekonomik liberal sistemin ve ticari pazar yasalarının dayatmasıyla oluşmuş ‘kültürel bir fast-food’a yol açarken; diğer yandan da, bu gelişmenin doğal bir sonucu olarak kültürel ortam, toplumsal ve siyasal rizikoyu bireylerin zihninde daha da derinleştirmektedir” (Köse, 2007: 87). Bourdieu'cü terminolojide, medyatik popüler kültürün özgül görünümünden birini simgeleyen “kültürel fast food”, popüler kültür söyleminin öznesini medya alanındaki simgesel seçkinlerin diliyle özdeş kıldığı kadar, aynı zamanda dilimize “enformasyonun nötr düzeyi” biçiminde çevrilebilecek olan “omnibus”luk boyutuna (ya da kolay anlaşılabilirlik düzeyine) göndermede bulunur –ki bu da, özünde yine finansal pazar mantığının kültür

alanına dolaysız müdahalesi ve yansımalarıyla ilgilidir. Aynı şekilde, Bourdieu’nün popüler kültürün tanımlanışında kitle iletişim araçlarına ve bu araçların etkili kullanımına hükmeden “kültür araçları” betimlemesine koşut biçimde, Erdoğan da, -her ne kadar popüler kültür nosyonunun içeriklendirilmesinde kitlelere (halka) önemli görevler atfeden yaklaşımın sözcülüğünü yapıyor gibi görünse de [2]-, aslında meseleyi küresel finans kapitalin işleyişi ile girişilen sonu gelmez bir mücadele anlatısı temelinde ele almaktadır. “Günümüzün egemen popüler kültürü” diye yazmaktadır Erdoğan, “uluslararası pazar ekonomisinin halkın toplumsal yaşam süreçleri içinde oluşan engellenmiş ve diğer istemlerinden hareket ederek, kendi için yaptığı üretimin popülerleştirilmiş tüketim olarak biçimlendirmesini anlatan ticari bir kültürdür” (1999: 49). Erdoğan’ın işaret ettiği şey, halkın kendi gereksinmelerine göre üretilmiş popüler kültürel ürünler ve pratikler alanının görece bağımsızlığına ve “özgürleştirici” niteliğine karşı yapılan dış bir müdahalenin varlığıdır. Başka bir deyişle, popüler kültürde halk zararına işleyen, alanın “egemenliğin çıkarlarına göre [yeniden] tanımlanmasıdır” (Erdoğan, 1999: 49). Erdoğan’ın popüler kültür üzerine düşünürken ortaya koymaya çalıştığı hakikat de tastamam budur, yani “bir egemenlik ve mücadele alanı olarak biçimlenmiş kültürel alana” yönelik bu *yeniden tanımlama girişiminin tanımlanmasıdır* (Erdoğan, 1999: 50). Bourdieu’nün popüler kültür olgusuna yaklaşımını da, yine bu bağlamda, Erdoğan’ın popüler kültüre farklı yaklaşımlar konusunda yaptığı sistematik sınıflandırmanın üçüncü halkası içinde değerlendirmek gerekir: “popüler kültürü sahte bilinç içine çökertme”, ya da “popüler kültürü kültürel üretimde hem materyal hem de ideolojinin (kültürün) üretimiyle ele alan” yaklaşım içinde (Erdoğan, 1999: 45). İlki –“popüler kültürü sahte bilinç içine çökerten” yaklaşım-, özellikle Bourdieu’nün popüler kültür ile meşru kültür arasında doğrudan bir özdeşlik kurmak suretiyle yaptığı şeyde; ikincisi ise –“popüler kültürü (...) ideolojinin (kültürün) üretimiyle ele alan” yaklaşım-, düşünürün ünlü “habitus” çözümlemesinde karşımıza çıkar. Çünkü bu kavram, küresel kapitalizm çağında sofistike bir görünüm kazanmış olan ideolojinin gündelik yaşama nüfuz etme biçimlerini, dolayısıyla kültürel pratikler-ideoloji ilişkisini analiz etmede anahtar bir kavram niteliği taşır. İçinde yer alınan toplumsal ve kültürel yapıların bireyler tarafından içselleştirilmesine yarayan birtakım alışkanlıklar, elverişlilikler ya da yatkınlıklar bütünü olan habitus’lar, Bourdieu’nün “dünyayla etkin ve yaratıcı ilişki olarak *habit* [alışkanlık]”ten (2003: 112) hareketle tanımladığı, ya da “toplumsal olarak bedenlerde (ya da biyolojik bireylerde) inşa edilmesiyle ortaya çıkan, dayanıklı ve aktarılabılır algı, beğeni ve eylem şeması sistemleri” (2003: 117) şeklinde yorumlanır. Wacquant’ın da deyimiyle, “bazı yorumcuların tarihin inkârını hedefleyen bir felsefenin kilit taşı olarak gördükleri habitus” kavramının (2003: 113), egemen

popüler kültür biçimleriyle bir başka dolaysız ilişkisi de, güncel olanın gereklerine göre tasarlanıp üretilmiş, sürekli bir değişim ve ticarilik içinde oluşan ve yok olan, revaçta ve rağbette oluşuyla tanımlanıp bu niteliği dolayısıyla sürekli yenilenmeye muhtaç bir kültürel formun tarihsel nitelikten yoksunluğunun açıklanışına ışık tutmasıdır. Şu halde, Bourdieu'cü popüler kültür nosyonunun eleştirel arka planı, habitus-ideoloji ve meşru kültür-yanlış bilinç çifte ilişkisi anlaşılmeden anlaşılabilir. Ya da en azından, günümüz popüler kültür olgusunun eksiksiz bir çözümlemesi bunu gerektirir. Grignon ve Passeron'un da belirttikleri gibi, “sosyolog, yorumlayıcı hipotezler kurup geliştirme gücünden yoksunsa, popüler kültürle birlikte gözden yitirdiği şey, diğer kültürel biçimlerin egemenliği bir yana, bizzatıhi sembolik bir üretkenlik potansiyeli taşıyan popüler kültürün kendisi olacaktır” (Grignon ve Passeron, 1989: 75'ten Akt. Pasquier, 2005: 61). İşte Bourdieu, tam da bu noktada, kültürel alanın analizi için yorumlayıcı hipotezler kurup geliştirmesine imkân sağlayacak özgül kavramları keşfetmiş görünmektedir. Bourdieu'yü kültürel alana ilişkin tartışmanın her düzeyinde ilgilendiren, gitgide daha karmaşık ve daha fazla iç içe geçmiş gözükken kültürel hiyerarşilerin tarihsel karakterini aydınlatmaya çalışmaktan ibarettir. Hatta deyim yerindeyse, *Ayırım* adlı eserinin tüm yapmaya çalıştığı şey bundan ibarettir. Yer yer kültürel ekonomi politüğün sularında, yer yer de kültürel incelemelerin bulanık ve çalkantılı ırmağında kulaç atan bu eğilim, ne ekonomik sermayeyi kültürel sermayenin uzağında; ne de kültürel sermayeyi toplumsal ve simgesel sermayenin dışında bir yerde konumlandırır. Tümdengelimci bir yöntemi araştırma alanlarının odak noktasına yerleştiren bu eğilim, Pasquier'nin de dediği gibi, sadece kültür alanında değil, aynı zamanda her alanda “toplumsal kademenin yukarisından aşağısına doğru seyreden bir tek yayılma modelini öngörür” (2005: 66). Aynı şekilde, Bourdieu'nün edebiyat, sanat ya da fotoğraf üzerine çalışmaları da -tıpkı Barthes'ın *Çağdaş Söylenler*'i gibi-, kültürel üretim ve pratiklerin herhangi bir toplumsal etkinlik biçimi gibi ele alınıp incelenebileceği ilkesinden hareket eder. Bu çalışmalar, aynı zamanda, “yaratıcının dehası, saf sanat, beğeni yargısının evrenselliği gibi kavramlar aracılığıyla, egemenler ve tabi kılınmış toplumsal sınıflar arasındaki kapatılamaz bir uçurum içine demirlemiş ayırıcı bazı ölçütlere, toplumsal yapılara işaret eder” (Lits, 2003: 13).

Peki ama kültürün bireyleri sınıflandırıcı / tanımlayıcı ve ayırıştırıcı boyutunu tecimsel kaygıların nesnesi kılarak küresel çapta “kiç” bir değere dönüştüren gelişmeler, kaynağını hangi ekonomik, siyasal ya da toplumsal pratiklerden almaktadır? Bourdieu'nün, kültürün ticarileşmesinde ve sonrasında kiç bir değere dönüşümünde rol oynayan etkenlere ilişkin yaklaşımı, özünde, medyatik alanın *heteronom* bir nitelik kazandığı tarihsel saptamasıyla ilgilidir. Jacques Bolo'nun da belirttiği gibi, “Bourdieu, TV ve genel olarak medya

konusundaki eleştirilerinde, daha önce Raymond Williams tarafından geliştirilmiş olan şu hipotezi yeniden ele alarak, bize medyaya tepkisinin anahtarını sunmaktadır. Söz konusu hipotez şudur: ‘Şiirdeki tüm romantik devrim, kitle basınının ortaya çıkışının İngiliz yazarlara esinlediği korkudan doğmuştur’” (Bolo, 2008). Gerçekten de, medya içeriklerine karşı duyulan entelektüel / elitist nefretin bir dışavurumu olarak da okunabilecek bu yargı, Bourdieu’nün gerek *Karşı Ateşler*, gerekse *Televizyon Üzerine* isimli özlü çalışmasının arka planlarında belirgin biçimde hissedilmektedir. Her ne kadar, eleştirilerini tanık olduğu güncel medya alanının ölümcül aksaklıkları içinden devşirse de, Bourdieu, birçoklarının belirttiği gibi, Fransız televizyonunun geçmişteki “pedagojik / paternalist” niteliğine benzer bir idealizasyon çabası içine girmez ya da böyle bir hataya düşmez. Vladimir de Semir’in de belirttiği üzere, şayet Bourdieu’nün yakındığı “gazeteciler ve onların pek çok türevlerinden birisi olan televizyon yayıncıları temsilcileri ve yöneticileri, sadece günümüzün kamuoyunun oluşumuna katkıda bulunan biricik enformasyon araçları olmayıp, aynı zamanda toplumların büyük bölümünün kültürünün de yaratıcıları” ise (1998); ya da “gazeteciler ve medya kuruluşları gitgide düşünmek için çok az zamanı olan ve kesintisiz iletişim açlığına boyun eğen bir kitle toplumunda kültürel formasyonu yönetiyorlar” ise (1998), söz konusu elitist nefretin dayanağı daha da güçlenecek demektir. Temelde kültürel içeriğin ticarileşmesinin yol açtığı, kendi hayatımız üzerine karar verme güçsüzlüğü biçiminde dışa vurulan bilinç kaybı ve kendi kültürel siyasal tercihlerimizin sorumluluğunu gazetecilere ve genel olarak kültür üreticileri ve aracısı çevreye devrederek maruz kaldığımız özerklik yitimi, üzerinde ciddi biçimde durmamızı gerektiren konulardır. Bu bağlamda, özellikle Bolo’nun da altını çizdiği ve Bourdieu’nün “enformasyonun döngüsel dolaşımı” [3] adını verdiği kavrama atfen yaptığı saptama yerindedir: “Biz gazeteciler” diye yazmaktadır Bolo, “topluma gitgide daha fazla bir redondans [ağdalı tekrar, aşırı belirlilik] ve geçicilik temeline dayalı bir kültür sokmaya başladık. Bu, tam da Fransız sosyolog Pierre Bourdieu’nün ‘enformasyonun döngüsel yayılımı’ dediği şeydir” (2008). Aslında Bolo’nun bir gazeteci olarak kendi mesleki pratiğine dair yaptığı itiraf, gerek medya kuruluşları aracılığıyla kamusal alana pompalanan enformasyonun niteliği ve düzeyi; gerekse medyatik söylem yoluyla inşa edilmeye çalışılan (popüler) kültür alanının ne tür güven verici süreçlere bağlı olarak oluştuğuna ilişkin de bir çeşit *insider information* değeri taşımaktadır. Bu bağlamda, yine Bolo’ya kulak verirse, “Fast-thinking’le birlikte, biz gazeteciler, toplumsal eleştiri anlayışı[mızı] ve kültürel seçim kapasite[mizi] zorla kabul ettirmekteyiz; aynı zamanda, televizyonu başlıca kültür kaynağı olarak kullanan herkes tarafından desteklenen kültürel bir bakış açısına yatırım yapmaktayız” (2008) diye yazmaktadır. Bolo’nun altını çizdiği ve demokrasinin de önemli değerlerinden

olan “kültürel seçim”ler ve “toplumsal eleştiri” konularında gazetecilerin tartışmasız yetkesine bırakılan alan, Bourdieu’nün “medyatik cemaatin bozulması” dediği şeyin sosyo-kültürel zeminini oluşturmaktadır. Bu tür bir yetkenin geniş çaplı bir kitlesel onayı gerektirmesi, en başta da “kültürel sermaye” bakımından yeterli olmayan kişilerin “toplumun kültürsüzleştirilmesi” hareketine destek vermeleri anlamına gelmektedir ki, bu da, aşağı yukarı medyatik söylemin her düzeyinde karşılaştığımız bir “kiç” (yoz beğeni) kültür oluşumuna işaret eder [4]. Söz konusu kiç, kültürel küreselleşmenin kiçi’dir. Bu sayede, “sürekli olarak medyaların sunumu, özel olarak da televizyondaki sunumlar, ‘halkın isteği’ varsayımı üzerine kurulu sunumlar biçiminde haklılaştırılır; oysa bu, gerçekte bir tuzaktır. Birçok örnek de göstermektedir ki, kültürel ve eğitim içerikli yayınlar düzenli aralıklarla (...) toplumdaki kültürsüzleşme sürecini yerleştirmenin biçimleridir” (Bolo, 2008). Hemen belirtelim ki, kiç’ten anlaşılması gereken şey, gerçeği doğa ya da doğallık olmayan, taklidin taklidi yoluyla üretilmiş bir kültürel düşünce ya da nesnenin *duplikasyonudur* (Kahraman, 2003: 25). Bu açıdan kiç, salt endüstriyel olarak hazır kalıplara dayalı olarak üretilen kültürel ve sanatsal ürünlerdeki bir derinliksizliği değil, aynı zamanda tüm enformasyon türlerindeki bir içerik benzeşmesi ya da daha doğru bir deyişle, içeriksizleşmeyi ifade etmektedir. Kahraman’a göre, felsefi temeli “pragmatizmin kültürel alandaki yansıması olan popüler kültür” de (2003: 136), yine bu çerçevede düşünüldüğünde, büyük oranda kiç özellikler taşır; özellikle de “somut sonuçlarla ilgili oluşu” ve düşünmeyi, sorun çözme yeteneğini geliştirmeyi değil de “temel dürtüleri uyarmayı hedef alması” bağlamında (Kahraman, 2003: 136). Meseleyi bilimsel kültür ve enformasyonun ilerlemesi açısından tasavvur eden kimilerine göre ise, kültür, en zor zamanlarını yaşamaktadır. Nitekim *New York Times*’ın ünlü sağlık muhabiri Lawrence Altman, yaklaşık otuz yıllık mesleki deneyimiyle, *Quart*’ta, Aralık 1997’de yayımlanan bir söyleşisinde şunları söylemektedir: “Bugün yazılı basın kuruluşları, ‘homojen enformasyon’ ve tembel gazeteciliği desteklemektedirler. Hemen hemen herkes, tüm gazete sayfalarında aynı şeyleri söylemekte ve yine hemen hemen sadece anektodik düzeyde bir bilimsel enformasyon yaymaktadırlar ortalığa. O da, gün geçtikçe daha da sansasyonel bir hal almaktadır” (Altman’dan akt.Bolo, 2008).

Kültürel alanın ticari görünüm kazanmasında, salt kitle medyasının izlenirlik ölçümlerinin (audimat / raiting) yoğun baskısı altında iş yapıyor olmasının değil, aynı zamanda kültürel etkinliklerin sınıf temelli tarihsel paradigmasında gözlenen farklılaşmaların da büyük etkisi olduğu söylenebilir. Bourdieu, tam da bu noktada, kültürel alanın popüler metinler ve pratiklerle yoğun bir şekilde etkileşime girmesinde *proletkült* kavramındaki dönüşümlerin oynadığı role işaret etmektedir. “Popüler kültür kültü” diye yazmaktadır

Bourdieu, “tarihsel paradigması proletkült’e dayanan bir kökencilik formudur; aynı terim, başka bir ifadeyle, popüler pratikleri barbarlığa indirgeyen bir sınıf ırkçılığını da imâ eder. Söz konusu kült, radikal gösteriden, gösterişli yıkımdan kâr sağlar” (1994: 232–233). Proletkült, burjuva kültürüne karşılık, emekçi kesimin; daha da özelleştirerek söylersek, Sovyet işçi sınıfının, proletaryanın kültürüdür [5]. Ne var ki, Bourdieu’nün, bu kavramı yorumlayışı, tümüyle pejoratif anlamdadır. O, daha ziyade, kültürel alan üzerinde bir tür “alt sınıf tahakkümü”, ya da “ırkçılığı” dediği şeyin de karşısındadır. Proletkült kavramının arkasında, vasatlık ve yüzeyselliğe vurgu yapan “popülist estetikçi” bir anlayış gören Bourdieu, bu bağlamda, çağdaş popüler kültürü de “dolaysız skolastik yolun beklenmedik sonuçlarından biri” şeklinde değerlendirir (Bourdieu, 1994: 233). Bourdieu, aynı kuşkucu bakış açısını, *Pascal’yen Düşünceler* adlı yapıtında da sürdürür: “Popüler kültür kültü (...), sonuçsuz, sahte biçimde devrimci, halkçıl pratikleri yozluğa, vasatlığa indirgeyen bir sınıf ırkçılığı [olarak], kimi kadın ritüellerinin eril tahakkümü sadece güçlendirmesi gibi, ‘halka saygı duyma’ şeklindeki bu oldukça konforlu tanımlama da, o çok methedilmiş görünümü altında (...) yıkıcı ve paradoksal bir cömertlik çalımından sağlanabilecek tüm yararları sağlar” (Bourdieu, 1997: 91–92). Bourdieu’nün, titiz bir sosyolog olarak, çağdaş popüler kültür hakkında sahip olduğu önyargıların ötesine geçme zorluğunun ardında, “halka saygı” söylemi kılıfına bürünmüş bir ticari kültürel mantık / toplumsal çıkar suç ortaklığı ilişkisi ve bu ilişkiden doğmuş pragmatik (faydacı) aklın kültüre attığı esaslı bir “çalım” yatmaktadır. Nitekim popüler kültür alanı, salt üretim / yaratım süreci bağlamında yararcı mantıktan büsbütün arınmamış olmasıyla değil, aynı zamanda büyük ve biricik yapıtların üretildiği üretim / yaratım koşullarını tarihsel açıdan yavaş yavaş ortadan kaldıran bir sürece destek vermesinden dolayı da eleştiriye açıktır. Bourdieu’yu (1999) “artık kültürden ve kültürel etkinliklerden söz etmek mümkün müdür? Ya da daha ne kadar mümkün olabilecektir?” türünden sorular sormaya iten de yine aynı sahte kültürel gelişmelerdir. Kültürün artık insanal ve toplumsal var oluşa arabuluculuk edemeyecek bir nitelik kazanmasında “gitgide -kendini ‘minimum zamanda maksimum kâr elde etmek için mücadele’ şeklinde ortaya koyan- hızlı ve kâr hırısıyla uyarılmış yararcı mantık” (Bourdieu, 1999) etkili olduğu gibi, aynı gelişmeler, bir zamanların büyük yapıtlarıyla birlikte kolektif kültür üreticisi güçlerini de enerjisiz bırakmıştır. Çünkü “bugün müzelerde sergilendikleri şekliyle, bizim için klasik yapıtlar olan tüm edebi yaratımlar, sinemateklerde korunan tüm filmler, azar azar gazetelerin yasalarından ve özellikle de kâr mantığından bağlarını çözerek gelişebilmiş olan toplumsal evrenlerin kolektif çalışmasının bir ürünüdür” (Bourdieu, 1999). Bourdieu’ye göre, klasik yapıtlar çağını kapatan, teknolojinin güçlerinin ekonominin güçleriyle birleşerek, kazanç ve rekabet

yasalarıyla birlikte kültürel alanı işgal etmesidir. Dolayısıyla, düşünürün “kültürün tehlikede” [6] olduğunu haykırırken söylemeye çalıştığı da budur. Bourdieu’ye göre (1999), “tüm bunlar bugün tehdit altındadır; sanat yapıtının artık yalnızca bir mal olarak değerlendirildiği bir çağdayız. Yaratıcıların kendi hakları için güncel mücadeleleri ve yapıt hakkında nihai kararı veren yapımcılara karşı giriştikleri kavgalar, tüm bu çatışmalar, bir zamanlar ressamların *quattrocento ressamı* olarak [7] verdikleri mücadelelerden bu yana devam edegelen şeylerdir.” Şu halde, kültürel alanda verilen mücadelelerin günümüzde vardığı nokta – Bourdieu’nün yukarıda sözünü ettiği temel işleyiş fazlaca değişmemiş olmakla birlikte-, ortaya yeni “kültür üreticilerinin” ve ilişkilerinin çıktığı karmaşık bir çağı analiz etmeyi gerektirmektedir. Quattrocento ressamlarından günümüze –kuşkusuz yine yapıt hakkında nihai kararı veren benzer yapımcıların etkili varlığını unutmamak koşuluyla-, kültür üreticisinin aldığı yeni isimler, somut karşılıklarını iki yeni medya figüründe bulmaktadır: uzman ve iletişim danışmanı. Bourdieu’ye göre (2006), “ilki, yani uzman, bakanlık kulislerinin gölgesinde ya da think-thank kuruluşlarının sıraları içine gömülmüş olarak, teknik düzeyi yüksek dokümanlar hazırlayıp mümkün olduğunca matematiksel ve ekonomik bir dilde kendini ifade ederek gizlerken; diğeri, yani iletişim danışmanı, geçmişin üniversiter birikimini -en önemli misyonları Devlet’in ve işletmelerin yeni aristokrasisini politik tasarımlara dönüştürmek olan- egemenlerin hizmetine sunar.” Uzman ve iletişim danışmanının üniversiter (bilimsel) bilgiyi topluma yayma çabası, özünde masum bir çaba değildir; çünkü her iki figür de, özellikle medyadaki egemen söylemin, neoliberalizmin toplumsal “dünyayı olduğu biçimiyle yansıtabileceği” yönündeki tartışmalı iddiasına düşünsel cephaneye sağlamaktadır. Yine her iki figür, ticari kültür pazarının oluşumuna gitgide daha fazla katkıda bulunan bazı liberal sinik yazarlarla işbirliği içinde, kültürel alandaki “tutucu devrim”e giden yolu açan girişimlerin havarilerindedir. Bourdieu’nün kültürel üretim alanlarındaki sözünü ettiği tutucu devrimin uzantıları, kurumsallaşmış bir niteliğe sahip sanatçıların ortaya koyduğu “yeni kuşak” romanesk yapıtlardan, “biçimciliğin sonu”, “gerçeğe dönüş”, vb. izlekleri edebi alanda ‘ölümsüzleştirilen’ yazarlara varıncaya kadar oldukça geniş bir kuşatıcılığa sahiptir. Aynı tutucu devrimin yansımalarını tekelleşmiş yayıncılık kuruluşlarının başat kültürel eğilimlerinde de gözlemlemek mümkündür: “Edebiyat yayıncılığında olduğu gibi, büyük basın organlarında da hissedilen bir tekelleşme eğilimine, ticari mantığın genelleştirilmiş zaferi eşlik etmektedir (...) Açıkça denebilir ki, yayıncılık alanı gün geçtikçe kitap okumayan, ama satış listeleri hazırlamakta ustallaşmış kişiler tarafından yönetilmektedir” (Bourdieu, 1998: 11). Kültürel değeri kısa vadeli ticari tahvile dönüştüren kusursuz ve saf bir pazarın neoliberal ütopyasında, kültüre tahsis edilen yer, sermayenin pürüzsüz, sürtünmesiz

saydamlığı ile sınırdadır. Özellikle ekonomik ilişkilere egemen olanların kültürel ve simgesel sermayeyi satın alabilme yeteneği her zaman daha fazladır. Bourdieu’nün işaret ettiği şey, özünde budur. Söz konusu ütopyanın edebi ve kültürel “tutucu devrimi”, kökeni ne olursa olsun, her tür bilgiyi mutlaka toplumsal bir çıkara eşitleyen kapitalist ilişkiler yumağının bir ürünüdür ve bu ürün, gelecekte hükmedilmeye çalışılan kültür pazarının temel girdisi, hammaddesi, hatta çıktısıdır. Bu değişmez mantıksal döngünün sosyolojik inkârı, Bourdieu’nün kültürel seçkinciliği ile birleştiğinde, ortaya çıkan manzaranın –özellikle kültürel ürünler ve pratiklere yansıyan- “mide bulandırıcılığı”, “fazlasıyla sulandırılmışlığı” ve “bıkkınlık vericiliği”ni anlamak daha da kolaylaşmaktadır (Fiske, 1999: 151).

SONUÇ

Bourdieu, kapitalist küreselleşme sürecinde uygulamaya konulan mali kuralızsızlık (deregülasyon) politikalarıyla mümkün kılınmaya çalışılan kültürel programların dönüştürücülüğüne olan inancını yitirmiştir. Söz konusu kuralızsızlığa dayalı kültürel alanın mantığı, gerek içinde barındırdığı ve “tarihin inkârını hedefleyen bir felsefenin kilit taşı”nı oluşturan habitus’ların belirleyici varlığından dolayı, gerekse artık geçmişin rasyonel yaşam ve eylem programları öneren tarihsel koşullarının içinden doğmuş ilişkilerin geçerliliğini yitirmiş olmasından dolayı “tutucu”dur. Varlığını ve egemenliğini belli bir sürekliliğe ve kalıcılığa bağlanarak değil de, sürekli yenilenmeye ve değişkenliğe borçlu olan popüler kültür nosyonu da aynı mantığın bir ürünüdür. Kültür alanında verilen mücadele, bu anlamda belli bir kültürel forma meşruiyet temeli kazandırmak için verilen bir mücadeledir. Bourdieu’nün tasarladığı biçimiyle popüler kültür, kendi sembolik gücünü ve güç ilişkilerini aynı meşru kültür zemininde üreten, ya da daha doğrusu, egemen kültürel üretim tarzlarının ve tüketim pratiklerinin alt ve orta sınıfların gözünde meşru kılınması sayesinde elde eden bir “kültürel sermaye” bağlamında anlaşılabilir. Yine bu bağlamda, kültürel sermayeyi ellerinde bulunduranlar, -büyük ölçüde ekonomik sermayenin genetik aktarımı yoluyla- toplumsal ve simgesel güç ilişkilerinin belirleyiciliğini de ellerinde bulundururlar. Kültürel alanın kendisi, geç kapitalist dönemde özgürlük simgesi altında geçerli kılınmış yerleşik ilişkiler, düşünceler ve inançların bir tür meşrulaştırılma yeri olarak düşünüldüğünde, Bourdieu’nün sözünü ettiği anlamda kültürel pratikler, alışkanlıklar ve *yatkınlıkların* –üretmiş ve üretici habitusların-, bizatihi toplumsal sınıfların kendisini de yeniden üretmesi söz konusudur. Çünkü meşruiyet kavramı, Bourdieu’ye göre, her bakımdan, keyfiliğin yanlış kavranılmasına yol açar ve yine aynı kavrayış nedeniyledir ki, toplumsal failer kendilerine yönelik tahakküme fazlaca direnmeden boyun eğme eğilimi içine girerler. Kendi politik, toplumsal ve simgesel

meşruluğunu, çıkarlarını dile getirdiği kişilerin ekonomik sermayelerinden alan kültürel alan, yüksek kültüre özgü incelmış beğeni yargıları ile *kitch* estetiğin tarihsel çatışmasının hüküm sürdüğü bir alan olduğu kadar, gerek popüler metinlerin aşırı “kolaycılığı”, gerekse yaygın ve dilsel bir alışveriş formu olarak iktidar ilişkilerinin gücüllüğünü içinde barındırır. Daha da önemlisi, popüler kültür biçimlerinin yaygınlığı ve meşruluğu, toplumsal dünyayı “olduğu biçimiyle yansıtmaya” iddiasındaki egemen (neoliberal) söyleme sosyo-politik bir gerekçe oluşturur.

Notlar

[1] “Zorunluluğun seçimi” ifadesi, en basit anlamıyla, alt ve orta sınıfların kültürel sermayelerinin sınırlandırılmasıdır. Söz konusu sınırlandırma, temelde naif biçimde işleyen siyasal bir sürecin sonucu olarak dayatılan bir tür “yanlış bilinç” şeklinde de okunabilir. Bu bağlamda, kültürel alanda “zorunluluğun seçimi” yanılısamasına maruz kalanlar, egemen değerlere boyun eğme koşullarını bizzat rıza yoluyla kendileri üreten alt ve orta sınıf üyesi toplumsal faillerdir. Fiske’ye kulak vererek söylersek, zorunluluğun seçimi, “işçi sınıfının her imgeden bir işlevi yerine getirmesini beklemesidir. Bu işlevi de hazzın, ahlakın ya da toplumsal sıradanlık normlarına göre değerlendirebilmeyi umar” Fiske, 1999; 171.

[2] Erdoğan’a göre, finans kapitalin ağına düşerek ve doğrudan kültür üretici sermaye lehine yeniden biçimlendirilip tanımlanmış bir popüler kültür algılamasında, halkın, bizzat kendi kolektif hayal gücü yoluyla ürettiği yaşama koşullarının tüm özgürlüğünü –düşünme, algılama, yaşama, beğeni, v.s.- fethetmesini ifade eden bir kültürel pratikler alanının “vahşice” gaspı söz konusudur. Egemen popüler kültürün, kendi sürekliliğini sağlama almak için halk kültüründen çaldığı şey, onun kültürel formlarının özgünlüğü, -dolayısıyla- halkın kaybedilmiş özgürlüğüdür. Erdoğan, 1999, 38.

[3] Bourdieu, düşüncelerimizi, yargılarımızı, gereği gibi seçim yapmamızı engelleyen “fast-thinking” kavramından söz eder; bu kavramın içinde yaşadığımız ve geliştığımız kültürü engellediğini belirtir. Fast-thinking, “hızlı düşünme” ya da “hızın içinde düşünme”dir; başka bir deyişle, “daima daha fazla hız, daha az düşünce”dir. Medyatik dil, özellikle de televizyonun dili, bu ilke uyarınca işlemektedir. Medyatik dilin hız kavramıyla bütünleşmesinin kaçınılmaz sonucu, düşünsel ve “kültürel fast-food”tur. Hız yüzünden, daha doğrusu, zaman baskısı altında ve vahşi rekabet koşullarında iş yapmak zorunda olan

gazeteciler, aldıkları enformasyonu doğrulayacak olanağı her zaman bulamadıklarından ve bir an önce “scoop” habere ulaşma kaygısı duyduklarından, çoğu zaman hızlı düşünüp hızlı biçimde karar vermek zorundadırlar. Bu durum da onları, kaçınılmaz biçimde, ciddi hatalar yapmaya, yanlış ve eksik bilgiler vermeye iter. Yine aynı olumsuz koşullarda iş yapıyor olmalarından dolayı, gazeteciler ve özellikle de TV gazetecileri gitgide birbirlerinden beslenen kişiler haline gelirler. Söz konusu “döngüsel enformasyon dolaşımı”, muhabirlerin, aldıkları enformasyonu haber kaynaklarından değil de birbirlerinden doğrulamaya çalışmaları biçiminde karşımıza çıkabileceği gibi, bir köşe yazısının doğrudan doğruya bir TV programının içeriğinde yansıma bulması, bir yazarın son çıkan yapıtının tanıtım yazısını bir “gazeteci dostu”na sipariş etmesi, bir gazetecinin başka bir TV gazetecisinin programına konuk olması ya da bizzat kendi TV programını yapması vb. kılıklara da bürünebilir.

[4] Bourdieu’nün “gel-geç olaylar” dediği, ayrıca tüm küresel medya alanında bolca örneklerini gördüğümüz “tele-vole”, “celebrity show” türü içerikten yoksun gösteri, manipüle edilmiş enformasyon, magazin ve özel yaşam öyküsü programları, v.s...

[5] Bilindiği üzere, özellikle tarihsel açıdan 1920’li yıllarda adına halk eğitim merkezleri, tiyatro toplulukları ve konferanslar düzenlenen proletkült kavramı, eski Sovyetler Birliği’nde, kültür, sanat ve düşünce alanında Stalin’e kadar etkisini sürdürmüş olan sosyalist gerçekçilik akımının, işçi sınıfının kültürel aydınlanmasına hizmet etmiş kültürel kanadını ifade etmektedir. György Lukacs’tan Ernst Fischer’e kadar pek çok edebiyat kuramcısının, “kültürel ve toplumsal çöküntü”nün tescillendiği başlıca ortam olarak tarif ettikleri kapitalist sistemin yazar ve sanatçıların “insanca gerçeğin yitirilmesine” dair yaktıkları ağıt, yeni bir *proletarya kültürünün* teorik dayanaklarından birini oluşturmuştur. Lukacs, tümüyle “bütün geleneklerden bağımsız, basbayağı laboratuarlarda üretilmiş yepyeni bir proleter kültür yaratılabileceği düşünür” kurarken, Fischer, “sanatın gerekliliği”nin, deyim yerindeyse, tıpkı bir büyü gibi, toplumun tabanına yaymak gerekliliğinin altını çizmektedir. Bu konuda daha fazla bilgi için bkz: Fischer, *Sanatın Gerekliliği*, De Yayınları, İstanbul, 1968; Lukacs, *Birey ve Toplum*, Günebakan Yayınları, İstanbul, 1978.

[6] Bu konuda, Bourdieu’nün 13 Kasım 1998 tarihli *Le Revue française*’de yayımlanan “La Culture est en danger” başlıklı yazısına bakılabilir.

{7} “Quattrocento ressamı”, yaklaşık beş yüzyıl önce, ressamların, gerek yapıtlarının boyutuna ve içeriklerine özgürce karar verme hakkı, gerekse kullanacakları renkleri özgürce seçebilme hakkı elde edebilmek için verdikleri mücadeleyi simgeleyen bir deyim haline gelmiştir.

KAYNAKÇA

ADORNO, Theodor W. & HORKHEIMER, Max (1996), Aydınlanmanın Diyalektiği II, Çev. Oğuz Özgül, Ankara, Kabcı Yayınları.

BOLO, Jacques (2008), “Bourdieu, sociologue de la communication?”, www.exergue.com/h/2005-07/medias/faute02.html, (erişim tarihi: 17 Ocak 2008).

BOURDIEU, Pierre (1979), La Distinction: Critique social du jugement, Paris, Éditions de Minuit.

BOURDIEU, Pierre (1994), Les Raisons pratiques, Paris, Ed. du Seuil.

BOURDIEU, Pierre (1997), Les Méditations pascaliennes, Paris, Ed. du Seuil.

BOURDIEU, Pierre (1998), “Contre le fléau neo-liberal”, Entretien avec Pierre Bourdieu, Le Temps, 28-29 Mars, p:11.

BOURDIEU, Pierre (1999), “Les changes de survie de la culture”, Tages Anzeiger, 8 Décembre.

BOURDIEU, Pierre (2000), Televizyon Üzerine, Çev. Turhan Ilgaz, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları.

BOURDIEU, Pierre & Wacquant D.J. Loic (2003), Düşünsel Bir Antropoloji İçin Cevaplar, Çev. Nazlı Ökten, İstanbul, İletişim Yayınları.

BOURDIEU, Pierre (2006), Karşı Ateşler, Çev. Halime Yücel, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları.

BOURDIEU, Pierre (2006), “Bourdieu / La vulgate planétaire”, <http://www.paris-philo.com/article-3540803.html>, (erişim tarihi; 17 Ağustos).

ERDOĞAN, İrfan (1999), “Popüler Kültür: Kültür Alanında Egemenlik ve Mücadele”, (der) Nazife Güngör, Popüler Kültür ve İktidar içinde, Ankara, Vadi Yayınları, s.18-52.

FABIANI, Jean-Louis (2008), “Peut-on encore parler de légitimité culturelle?”, <http://www2.culture.gouv.fr/deps/colloque/fabiani.pdf>, (erişim tarihi: 31 Ocak).

FISKE, John (1999), Popüler Kültürü Anlamak, Çev. Süleyman İrvan, Ankara, Bilim ve Sanat Yayınları.

GRIGNON, Claude & PASSERON, Jean-Claude (1982), Sur les cultures populaire, Les Cahier du cercom. Seuil, Paris, in Dominique Pasquier, “La ‘culture populaire’ à l’épreuve des débats sociologiques”, HERMES, no: 42, 2005, pp: 60–69.

KAHRAMAN, Hasan Bùlent (2003), Kitle Kùltürü Kitlelerin Afyonu, İstanbul, Agora Kitaplığı Yayınları.

KOZANOĞLU, Hayri, GÜR, Nurullah, ÖZDEN, Barış Alp (2008), Neoliberalizmin Gerçek 100’ü, İstanbul: İletişim Yayınları.

KÖSE, Hüseyin (2004), Bourdieu Medyaya Karşı, İstanbul, Papirüs Yayınları.

KÖSE, Hüseyin (2006), Medyatik Parodigma, İstanbul, Yirmi Dört Yayınları.

KÖSE, Hüseyin (2007), Alternatif Medya, İstanbul, Yirmi Dört Yayınları.

LITS, Marc (2003), “De la Pléiade à la Star Academy”, Louvain, no: 144, Décembre, pp: 12–14.

MATTELART, Armand ve NEVEU, Erik (2007), Kùltürel İncelemelere Giriş, Çev: Hüsnü Dilli, İstanbul, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

PASSERON, Jean-Claude (1994), “Littérature et sociologie”, in L’Art de la recherche, (J. Lautman et P.M Menger), Paris, La Documentation française.

SEMIR, de Vladimir (1998), “La Derive du journalisme”, Alliage, no: 37–38. <http://www.tribunes.com/tribune/alliage/37-38/semir.htm>, (erişim tarihi: 10 Ocak 2008).

SIM, Stuart (2006), Postmodern Düşüncenin Eleştirel Sözlüğü, Çev. Mukadder Erkan-Ali Utku, Ankara, Ebabel Yayınları.

