



T.C.

AREL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Grafik Tasarım Anasanat Dalı

**ÇAĞDAŞ SANAT YÖNEYLEMLERİNDE
YENİ KÜLTÜREL EKOLOJİLER**

SANATTA YETERLİK

Sedat ÖZER

135602112

Danışman: Prof. Dr. Metin EKER

İSTANBUL, 2019



T.C.

AREL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Grafik Tasarım Anasanat Dalı

**ÇAĞDAŞ SANAT YÖNEYLEMLERİNDE
YENİ KÜLTÜREL EKOLOJİLER**

SANATTA YETERLİK

Sedat ÖZER

135602112

Danışman: Prof. Dr. Metin EKER

İSTANBUL, 2019


T.C.
İSTANBUL AREL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ
DOKTORA SINAV TUTANAĞI

21.06.2019


Enstitümüz Grafik Tasarımı Anasanat Dalı Sanatta Yeterlik programı öğrencilerinden **135602112** numaralı **Sedat ÖZER** “*İstanbul Arel Üniversitesi Lisansüstü Eğitim - Öğretim ve Sınav Yönetmeliği*”nin ilgili maddesine göre hazırlayarak, Enstitümüze teslim ettiği tezini, Yönetim Kurulumuzun **04/04/2019** tarih ve **2019/08** sayılı toplantısında seçilen ve 21.06.2019 tarihinde Sefaköy Yerleşkesinde toplanan biz jüri üyeleri huzurunda savunmuş ve kendisine düzeltme verilmiştir. Aday, “**ÇAĞDAŞ SANAT YÖNEYLEMLERİNDE YENİ KÜLTÜREL EKOLOJİLER**” adlı düzeltilmiş tezini Sefaköy Yerleşkesinde toplanan biz jüri üyeleri huzurunda, ilgili yönetmeliğin **39. maddesi gereğince (60)** dakika süre ile aday tarafından savunulmuş ve sonuçta adayın tezi ~~oyçokluğu~~/**oybirliği** ile **Kabul veya Red** kararı verilmiştir.

İşbu tutanak, 3 nüsha olarak hazırlanmış ve Enstitü Müdürlüğü’ne sunulmak üzere tarafımızdan düzenlenmiştir.


DANIŞMAN
PROF. METİN EKER


ÜYE
PROF.SELAHATTİN GANİZ

ÜYE
DOÇ.DR. OKAN ORMANLI


ÜYE
DR.ÖĞR.ÜYESİ DİDE AKDAĞ SATIR




ÜYE

DR.ÖĞR.ÜYESİ AHMET SÜREYYA KOÇTÜRK

YEMİN METNİ

Doktora tezi projesi olarak sunduğum “**Çağdaş Sanat Yöneylemlerinde Yeni Kültürel Ekolojiler**” başlıklı bu çalışmanın, bilimsel ahlak ve geleneklere uygun şekilde tarafımdan yazıldığını, yararlandığım eserlerin tamamının kaynaklarda gösterildiğini ve çalışmanın içinde kullandıkları her yerde bunlara atıf yapıldığını belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

Sedat ÖZER



ONAY

Tezimin/raporumun kağıt ve elektronik kopyalarının İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım:

- Tezimin/Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.
- Tezim/Raporum sadece İstanbul Arel yerleşkelerinden erişime açılabilir.
- Tezimin/Raporumun 2 yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin/raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

.../.../2019

Sedat ÖZER

ÖZET

ÇAĞDAŞ SANAT YÖNEYLEMLERİNDE YENİ KÜLTÜREL EKOLOJİLER

Sedat ÖZER

Doktora Tezi / Grafik Tasarım Anasanat Dalı

Danışman: Prof. Dr. Metin EKER

Haziran, 2019 – 123 sayfa

Kültür sosyolojisi, benzerliklerin ve farklılıkların birlikte dinamik kıldığı yerel, ulusal ve küresel yaklaşımları belli işlem sahalarında yeniden yorumlamak amacındadır. Sanat, bu işlem sahalarının başında gelmektedir. Sanatın hem kültürel antropoloji, hem kültürel psikoloji hem de kültürel ekoloji ile doğal işbirliği söz konusudur. Bugün yeni kültürel ekolojilerden bahsedebiliyoruz.

Medya, teknoloji, internet, kent yaşamları, kamusal eylem alanları, popüler kültür yönelimleri ve nihayetinde kitle kültürü hakimiyeti, yeni kültürel ekolojiler için birkaç örnektir. Kültürün çoklu nitelikleri kadar çoklu kültür teşkilleri ile temas halinde olduğumuzda sanat, özellikle kültürün sol tarafına yerleştirilen kavramlar tarafından tesir altına alınabilmektedir.

“Çağdaş Sanat Yöneylemlerinde Yeni Kültürel ekolojiler” isimli bu çalışma, kültürel genetik ve sanatsal pratikler ilişkisinde kültürel üretim süreçleri, normatif inanç, tutum, davranış ve tasavvurların kalıtsal ve geleneksel konformizmi ile çağdaş dünyanın günlük yaşama monte ettiği gereksemelere göre kültürel standart ve sistem yaratımını karşılaştırarak, kültürel genetiğin kavramsal ve toplumsal bağlamını yeniden ele almak amacını sergilemektedir.

Yeni kültürel üretim süreçleri, sanatsal üretimlerin kültürel üretimler ile kapsam ilişkisine potansiyeller ve ideolojilerin epistemolojik gerektirmesi olarak bir dönüşüm yaşamaktadır. Dolayısıyla kültürel genetiğin geleneksel, beşeri, sosyal, inançsal ve eğitsel anlamı ile yeni kapsamaları arasındaki farkı betimleme olasılığı ilgi alanımızı oluşturmuştur.

Anahtar Sözcükler: Sanat, Sanatta Çağdaşlık, Çağdaş Sanat, Kültür, Kültürel Üretim, Kültürel Tüketim, Kültür Endüstrisi, Ekoloji, Yeni Kültürel Ekolojiler, Konformizm, Estetik.

ABSTRACT

NEW CULTURAL ECOLOGIES IN CONTEMPORARY ART DIRECTION ACTIONS

Sedat ÖZER

Doctoral Thesis / Department of Graphic Design

Supervisor: Prof. Dr. Metin EKER June, 2019 – 123 pages

Cultural sociology aims to reinterpret the local, national and global approaches that are dynamic with similarities and differences in certain operation fields. Art is a topic that has a natural co-operation with both cultural anthropology, cultural psychology and also cultural ecology. Today, we can talk about new cultural ecologies.

Media, technology, internet, city lifestyles, public act areas, popular culture orientations and ultimately mass culture dominance are just a few examples for new cultural ecologies. When we are in contact with multicultural properties as well as multi-cultural formations, art can be under the influence of concepts, especially placed on the left side of the culture. In another saying, art is under the influence of culture rather than creating cultural influence.

This study, titled "New Cultural Ecologies in Contemporary Art Directions Actions", aims to deal with, in relation to cultural genetics and artistic practices, the conceptual and social context of cultural genetics by comparing cultural production processes, normative beliefs, attitudes, behaviors and connotations cultural standard and system creation according to the heritage and traditional conformism and the needs that the modern world install to the daily life.

Because new cultural production processes are shaped according to the relationship of cultural productions with artistic productions. Here, cultural genetics is experiencing a transformation as an epistemological necessity of cultural new patterns, potentials and ideologies. Therefore, the possibility of describing the difference between traditional, human, social, religious and educational meaning and new scopes of cultural genetics has generated our interest.

Keywords: Art, Modernity in art, Contemporary Culture, Cultural production, Cultural consumption, Industry of Culture, Ecology, New cultural ecological, Conformism, Aesthetics.

ÖNSÖZ

Günümüzün temel referansı niteliğine kavuşmuş kalıp ifadesiyle “çağdaş insan” için sanatın itici gücü, doğal olarak yeni motivasyonlar ile eşleştirilerek sunulmak durumundadır. Burada dikkat çeken detaylardan ziyade bütüncül (holistik) felsefenin ve küresel yeni angajmanların kültürel gerekçelerini genelleyen bir yeni ekolojiye odaklanmak doğru olacaktır. Söz konusu kültürel gerekçelerin sanat ile olan temas noktasını “çağdaş sanat için”, sanatı da içine alan ve yönleme potansiyellerine ilişkin cazibesıyla ekolojik kapsamı da “kültür için” bir bağlama iliştiirme, hem sosyolojinin hem antropolojinin hem de çağdaş sanatın bir zaruriyet halini almaktadır.

Kültürü “yeni kültür” olarak betimlemek için kültürel üretimlerin giderek “kültür üretimi” ya da “kültür mamulü” haline dönüşmesine büyük oranda katkı sunan ekolojiler, bize, insanı çevreleyen tüm yaşamsal, erişimsel, dönüşümsel veya tekno-kültürel ilintilerden gelecekçi perspektiflere kadar kesişimsel gerekçelerin karakterini de sunmaktadır. Böylece dağınık ama aynı zamanda eklentili, entropik (kaotik) ama aynı zamanda ütöpik (hayal kurgusal), gerçek ama aynı zamanda sanal, duygusal ama aynı zamanda içgüdüsel çelişkileri de besleyen bir kültürel evreni kültürel ekolojiler halinde insanlığa sunan bir küresel-kültürel paradigma, çağdaş sanat için farklı ama coşkulu güdülenmeyi başarmak amacını sergilemektedir.

“Çağdaş Sanat Yöneylemlerinde Yeni Kültürel Ekolojiler” ile detaylandırılmak istenen, sanatçının ve sanatın çağdaşlık göstergelerine ilişkin saptamaların büyük oranda kültürel başlıklar ve amaçlar ile örtüşme gayesi, kültürün sanat üzerindeki hem baskısı hem de başarısı olarak değerlendirilebilirken, kültürel üretimin başlıca pratiği olarak sanatı da yeni bunalımlara itebilmektedir. Bu kapsam ve maksat içinde çağdaş sanat, kendini kültürel kimlik örüntüleri içinde eşleştirmek ve kültürel hedefler ile de hedeflerini örtüştürmek amacını sergileme eğiliminde olacaktır.

TEŞEKKÜR

“Çağdaş Sanat Yöneylemlerinde Yeni Kültürel Ekolojiler” başlıklı bu tez çalışması, yerel, ulusal ve küresel anlamda tartışma odaklarının başında gelen “kültür” ve “sanat”ı müşterek bir temada buluşturarak, gelenekçi ve gelecekçi toplumsal değer ve kriterleri bağlamsal olarak temas ettirme potansiyeli göstermektedir. Söz konusu olgu kültürel üretimi gerçekleştirme kapasitesi ile sanatı da çağdaş rol ve karakteri ile betimleme olanağı sunmuştur.

Kültürel genetik, burada, toplumsal gerçekleştirim ve sistematik karakteri ile ilgisinde direnç ve strateji geliştirip kamuoyuna refleksif bir hassasiyet kazandırabilir beklentisine bir cevap olarak ön plana çıkarılmıştır.

Bu vesileyle tüm akademik ve sanat hayatıma gaye edindiğim kamuya fayda ve değer katabilecek bir çalışmaya imza atmamda ve böyle bir konuyu çalışmamda önderlik ve destek sağlayan tez danışmanım Prof. Dr. Metin EKER’e; doktora eğitimim boyunca gerek ders aşamasında gerek se tez çalışmam sürecinde desteklerini gördüğüm Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Grafik Tasarım Anabilim Dalı değerli öğretim elemanlarına; bu süreçte desteğini benden esirgemeyen değerli eşim Ayşe TUNCAY’a ve diğer katkıları olan yakınlarıma teşekkürü bir borç bilirim.

Sedat ÖZER

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
KABUL VE ONAY	i
YEMİN METNİ	ii
ONAY	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
ÖNSÖZ	vi
TEŞEKKÜR	vii
İÇİNDEKİLER.....	viii
KISALTMALAR	xi
TABLO LİSTESİ	xii
RESİM LİSTESİ	xiii
1. BÖLÜM	1
GİRİŞ	1
1.1. Problem	1
1.1.1. Alt Problemler	1
1.2. Araştırmanın Konusu	2
1.3. Araştırmanın Amacı	2
1.4. Araştırmanın Önemi	2
1.5. Araştırmanın Yöntemi	3
1.6. Araştırmanın Gerekçesi	3
1.7. Araştırmanın Sınırları	4
1.8. Varsayımlar	4
1.9. Literatür Bilgileri	4

2. BÖLÜM	5
KAVRAMSAL AÇILIMLAR	5
2.1. Geleneksel Tanımlar ve Tasnifler İçinde Sanat	5
2.2. Sanatın Çağdaş Belirleyici Unsurları ve Tanımsal Motivasyonlar	8
3. BÖLÜM	12
ÇAĞDAŞ SANAT KAPSAMLARI	12
3.1. Anlayışlar ve Yönelimler Açısından Sanatta Çağdaşlık	12
3.2. Modernizm, Postmodernizm ve Kültür Kapsamında Çağdaş Sanat	16
4. BÖLÜM	29
TASNİFLER VE BAĞLAMLAR AÇISINDAN KÜLTÜR	29
4.1. Kültürün Yeni Tanım kapsamaları	29
4.1.1. Kültür İçin Geleneksel Tanımlar	29
4.1.2. Kültür İçin Çağdaş Yönelimli Tanımlar	32
4.2. Sanatın Konumsal Problemleri ve Kültürün Tesirleri	38
4.3. Yeni Kültürel Ekolojiler	48
4.3.1. Yeni Ekolojiler İçin Bakış Açıları	48
4.3.2. Yeni Ekolojiler Olarak Kültürel Ekonomiler	50
4.3.3. Kitle Kültürü ve Kimlik	53
4.3.4. Tekno-Kültürel Ekoloji	56
4.3.5. Medya Ekolojileri	59
5. BÖLÜM	64
YENİ KÜLTÜREL EKOLOJİLER VE SANAT	64
5.1. Kültürel Tesirler ve Sanatın Yapılanması	64
5.2. Yeni Kültürel Ekolojiler ve Sanatsal Epistemoloji	77
5.3. Yeni Kültürel Ekolojiler ve Sanatsal Stratejiler	84

5.4. Yeni Kültürel Ekolojiler ve Sanatsal Dirençler	94
6. BÖLÜM	103
DEĞERLENDİRME	103
6.1. Değerlendirme	103
7. BÖLÜM	108
7.1. Sonuç	108
7.2. Ön Tespitler	109
7.3. Genel Tespitler	111
KAYNAKÇA	113
ÖZGEÇMİŞ	123

KISALTMALAR

Akt.	: Aktaran
Bkz.	: Bakınız
Çev.	: Çeviri
Doç.	: Doçent
Dr.	: Doktor
I.	: Issue
PC	: Masa üstü bilgisayar
Prof.	: Profesör
s.	: Sayfa
Ss.	: Sayfa sayısı
V.	: Volume
v.b.	: ve benzeri
v.s.	: ve saire
Yy.	: Yüzyıl

TABLO LİSTESİ

Tablo 1. Kùltürün geleneksel ve çağdaş kapsam özellikleri.....	25
---	----



RESİM LİSTESİ

Resim 1.	Barbara Kruger, İsimli, 1987, Mary Boone Gallery, NewYork.	15
Resim 2.	“Poster asan adam”. 1808.....	17
Resim 3.	“Zaman Uçar. Aynı zamanda sürücüler de...”, Ford GT 2003 reklamı.....	23
Resim 4.	“Engelli ve mağdur çocukların tatil yapması için 1 Milyon Euro bulunması için The Break Yardım kurumuna yardım edin” Afiş Çalışması.....	24
Resim 5.	“Dans”, Britney Spears, “The Zone Programı, ABC TV, 2003.....	27
Resim 6.	“Yarım Melek”, Cindy Cummings, 2001.....	33
Resim 7.	“Hayvani İçgüdünü Frenle”, Ilona Granet, 1996, P.P.O.W. Gallery, NewYork.	46
Resim 8.	“Efsanevi Grafik Tasarım Çaydanlık”, CAD.	47
Resim 9.	“Kediler İçin Rahat”, Stills dizisi TV reklamı, 1992.....	52
Resim 10.	“Fluxshop”, Willam de Ridder, 1964-65.....	54
Resim 11.	“Geçici Takviye”, Mary Kelly, 1983-85.....	58
Resim 12.	“Archduke Leopold William’ın Resim Galerisi”, 1650. Kustlerische Museum, Vienna.	67
Resim 13.	“Dondurma Reklamı”, 1999., London.	72
Resim 14.	“Canavarlaştırma”, Konkret Festival, İsveç, 2003.	75
Resim 15.	“Kırık Kolun Avantajı”, Marcell Duchamp, 1915.Indiana University Art Museum.....	81
Resim 16.	“Altı Yol”, Chameleons, Performance, 2004.	90

1. BÖLÜM

GİRİŞ

1.1. Problem

Sanatın ve kültürün, homojen ve hetorejen nitelikleri üzerine geçmişte olduğu kadar bugün de tartışmalar devam etmektedir. Geleneksel anlamda kültürel üretimin başlıca pratiği olarak ele alınan sanat, çağdaş nitelikler ve güncel pratikler ile ilişkisinde kültürü ne derece ve hangi kapsamda referans almaktadır sorusu dikkat çekmektedir. Bu soruyu besleyen ana gerekçe ise, kültür ve dolayısıyla sanatın postmodern muhatapları ile olan bağıdır diyebiliriz. Kültürel üretim ve sanatsal üretimin bileşke kesitlerinde çağdaş sanata ait kuramsal ya da eylemsel karakter tespitleri yapabilme olasılığının söz konusu olduğu her olanak, çalışmamızın problemini güçlendirebilecek potansiyel içerebilir. Bu bağlamda **çağdaş sanata ait yönelimlerin eylemsel çıktılarına tesir edebilecek kültürün kuramsal temellerinin gücü ile orantısında kültürel çeşitliliklerin sanatsal sabitlere dönüşebilecek bir ekolojik kapsam oluşturup oluşturamadığı** durumu, çalışmanın problemini oluşturmaktadır.

1.1.1. Alt Problemler

Çalışmanın alt problemlerini maddeler halinde şöyle sıralayabiliriz:

- Sanatın çağdaş referansları ile geleneksel referansları arasındaki farklar açısından bakıldığında çağdaş sanatta bir konumlandırma problem var mıdır?
- Çağdaş sanat kültürel üretim için bir mekanizma mıdır?
- Kültürün çoklu nitelikler ve tanımlamalarına sanat tesir etmekte midir?
- Sanatın konvensiyonel ve stratejik gücü var mıdır?
- Çoklu kültürel yapıların konformik gücü söz konusu mudur?
- Kültürel ekoloji içinde sanatın rolü nedir?
- Kültürel ekolojiler ile sanatsal ekolojilerin bileşkeleri nasıl yapılandırılabilir?

1.2. Araştırmanın Konusu

“Çağdaş Sanat Yöneylemlerinde Yeni Kültürel Ekolojiler” başlıklı bu tez çalışması, 21. Yüzyıl sanatsal uzmanlık, yönelim ve motivasyonlarında her zamankinden daha etkili ve karmaşık bir kültürel tümleşme kapsamını, özellikle kültür kavramının sol tarafına yerleştirilen yeni kültürel olguları “yeni kültürel ekolojiler” olarak değerlendirmeyi ve bu ekolojik yansı içinde sanatın yeni konum ve işlevleri üzerinde durulmaktadır.

1.3. Araştırmanın Amacı

“Çağdaş Sanat Yöneylemlerinde Yeni Kültürel Ekolojiler” konulu bu çalışma, genelde; çoğu sanatsal tartışmaya konu olan çağdaş sanatın konumsal ve bağlantısal referanslarını ele almayı düşünmek; sanat ile kültür arasındaki organik bağın ve kapsayan kapsanan ilişikisinin betimlenebilirliği üzerine temel oluşturmak; kültürün geleneksel tanım ve içerikleri ile bu güne ait tanım ve içerikleri arasındaki farkları yine kültürün tekil ya da çoğul yapısı yerine tekli ve çoklu yapısını ikame ederek analizini yapmak; ve kültürün çoklu yapı ve kapsamlarının yarattığı ekolojinin çağdaş sanata tesirlerini incelemek amacındadır. Özelde ise; kültürel potansiyeller ile sanatsal potansiyellerin müşterek bakış açılarında ve yöneylemlerinde toplum için nasıl bir güç ve tesir oluşturabileceğinin vargılarını geliştirmek amacındadır.

1.4. Araştırmanın Önemi

21. yüzyıl kültürel açıdan stratejik süreçlerin ve tartışmaların daha fazla gündem oluşturacağı bir dönem olma yolundadır. Sıcak ya da soğuk savaşların yerini alan ve tesirinin küresel kılındığı kültür savaşları iddiasına vurgu yapılabilir. Dahası sanatın da stratejik gücüne göndermede bulunulabilir. Bu savların gerekçeleri çeşitlendirilerek zenginleştirilebilir.

‘Çağdaş Sanat Yöneylemlerinde Yeni Kültürel Ekolojiler’ konulu bu çalışma, ‘sanatın ve kültürün sosyolojik stratejilerine ve evrensel güç tesirine ilişkin olarak kültür ve sanatı konumsal temelde yeniden temaslandırmak; kültürün sol tarafına yerleştirilen kavramların sağladığı yeni içeriklerin beraberinde kültürü nasıl dönüştürdüğünü betimlemek; kültürü çeşitlendiren ve çoklu kılan yeni kapsamaların

aynı zamanda yeni ekolojiler oluşturarak sanat için de yeni yönelimlere potansiyel oluşturduğunu düşünmek; ve elde edilen vargularla ilgisinde kültürel ekolojilerin sanatsal ekolojiler için de değerlendirilebilir olduğunu görmek' açısından önemlidir.

1.5. Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışma literatür desteği ile veri toplama teknikleri kullanılarak elde edilen teorik bilgi ve belgeler ışığında gerçekleştirilecek bir inceleme çalışmasıdır. Konusu ve konuya bağlı yönelimleri gereği benzer içerik ve nitelikleri haiz kitap, makale, tez vs. kaynakların kullanıldığı benzerlikleri ve farklılıkları birlikte değerlendiren bir yöntem kullanılacaktır. Verilerin analizin de çağdaş ve gelecekçi odaklanmaya destek verebilecek bir içerik yönelimi ve yapılanması söz konusu olacaktır.

1.6. Araştırmanın Gereksesi

Yaygın ve deneyimlenmiş bir kavram olarak ekoloji, doğal ve fiziki açıdan çevresel kapsam ve karşılıklı yansı tesirlerini işleyen bir kavramdır. Çağımızda ekolojik anlam ve içerik kazandığı düşünülen bir çok kültürel olgu ile karşılaşmaktayız. Gücü ile orantılı tesiri ile ilgisinde bu kültürel yeni üretimlerin yaygınlaşması ve paylaşılması için kitlesel manipülasyonlar ve yönsene eylemleri gerçekleştirilmektedir. Bir başka ifade ile kültürün sol tarafına gelen kavramların sahip olduğu yeni kapsamlar, kendini kültürel gerekçelerle insanlara sunmaktadır/sunmak zorundadır. Kendi metodolojilerini gerekçeleri ile ilintili düşünen kültür üreticilerinin bu süreci birlikte gerçekleştirebilecekleri bir alan ve müştereklere temas sağlayan bir disiplin olarak sanat devreye girmektedir. Çağdaş sanat, son zamanlarda kendini konumlandırma ve meşruiyyet kazandırma çabası sergilemek durumunda kalmıştır. Yaşanılan kaos ve bunalım için kurtuluş olarak kültür endüstrisi ve kültürel ekonomilere bağlı çalışmak ön görülmüştür.

İşte bu yöneylem karakterleri sanatın takdim, takdir ve tasdik süreçlerini epistemolojik ve ontolojik olarak dönüştürmektedir. Sanatın bu yeni kapsamları ile kültür ilintisini, sanatı daha dinamik ve masum kılmak adına yeni kültürel ekolojiler ile kurmak gerekmiştir.

1.7. Araştırmanın Sınırları

Bu çalışma, sanat ile kültür arasında kapsayan kapsanan ilişkisi çerçevesi ile sınırlandırılmıştır. Sanat, çağdaşlık potansiyelleri açısından kültür ise, sanata referans oluşturma potansiyelleri açısından bir ekolojik yapı kapsamında ele alınmıştır.

1.8. Varsayımlar

Bu çalışma,

- Sanat ile kültür arasındaki ilişkiyi çağdaş sanata dönük olarak farklı biçimde düşünülebilir olduğunu varsaymaktadır.
- Kültürün sol tarafına gelen kavramların yeni kültürel ekolojiler olduğunu varsaymaktadır.
- Kültürel üretim nitelemesinin, sanatsal üretim nitelemesinin yerini alacağını ve kültürün sanatın etkisizleşmesine katkı sağlayacak yeni ekolojiler yaratma potansiyeli olduğunu varsaymaktadır.

1.9. Literatür Bilgileri

“Çağdaş Sanat Yöneylemlerinde Yeni Kültürel Ekolojiler” adlı bu çalışma, literatür destekli bir çalışma olduğundan, yerli ve yabancı kitaplar, bilimsel makaleler, bildiriler ve tezlerden destek almaktadır.

Kültür kapsamlı ilgili literatür; geleneksel ve çağdaş kültür, popüler kültür, kitle kültürü, kültürel antropoloji, kültürel ekonomiler, tekno-kültür, soyo-kültür vs. merkezlidir.

Sanat kapsamlı literatür; sanat tarihi, geleneksel ve çağdaş sanatsal eğilimler, yeni sanat ekolojileri, sanatsal trendler, sanatsal üretim ve tüketim süreçleri, sanat felsefesi, sanat sosyolojisi vs. eksenli olmaktadır.

Kültürel Üretim kapsamlı ilgili literatür; kültürel üretim, kültürel tüketim, kültürel yeniden-üretim, medya tüketimleri, kültür endüstrisi vs. odaklı olmaktadır.

2. BÖLÜM

KAVRAMSAL AÇILIMLAR

2.1. Geleneksel Tanımlar ve Tasnifler İçinde Sanat

İnsanoğlunun sanat ile işigali, varlık gerekçeleri ve ihtiyaçlarına göre olmakla beraber, salt pratik gayelere göre biçimlenmiş estetik ve bilimsel temellendirmelere de temaslandırılmaktadır. Sanat insanın kendisini ve çevresini anlamasını sağlamasıyla birlikte geçmiş ve geleceği arasındaki somut ve sürdürülebilir bağı ortaya çıkarmasıyla da anlam kazanmaktadır. Bu yönüyle sanat, öncelikli olarak insanidir. İnsanın iç dünyasıyla dış dünyasını bir ilişkiler ağı içinde düşünmemizi ve pratiklere karakter oluşturabilecek yöntemlerde dışavurumsal veriler ile değerlendirmemize olanaklar sağlar.

Sanatın tarihi insanın tarihi ile koşuttur. Kendisi, çevresi ve daha genel gerekçeler çerçevesinde insanoğlu sanat yapmıştır. Sanat tarihinin yazılı ve yazılı olmayan tüm aşamalarını birçok tasnif ile sunulduğunu görmekteyiz. Nitelikleri, zaman ve mekan ilişkileri, gelişim dinamikleri ve diğer sosyal ve coğrafi bileşenler dikkate alındığında dört kategorik düzenleme ile sanat tarihini ifade edebiliriz.

Bunlar;

- Sanatsal çağlar: Primitif Çağ, Antik Çağ, Mısır Sanatı, Roma Sanatı, Ortaçağ Sanatı vs.
- Sanatsal Dönemler: Rönesans Dönemi, Barok Dönemi vs.
- Sanatsal Akımlar: Romantizm, Empresyonizm, Kübizm, Suprematizm, Fütürizm, Neoplastisizm, Soyut Ekspresyonizm vs.
- Sanatsal Anlayışlar: Kavramsal Sanat, Pop sanat, Happening, Enstalasyon, Kinetik Sanat, Arazi Sanatı vs.

Sanat tarihinin bu kategorik izahatını bir başka biçimde “Klasik Öncesi, Klasik, Modern ve Postmodern” dönemselleştirmelerle de yapabiliriz.

Sanat tarihini en indirgemeci saptama ile de ikiye bölebiliriz. “Geleneksel Sanatlar” ve ona ait tarih ile “Çağdaş Sanatlar” ve ona ait tarih. Çağdaş sanatın tarihsel skalası ve zaman derinliğine ilişkin tartışmalar daha sonra ele alınacaktır. Ancak geleneksel sanatlar, sanatın tarihsel geçmişine olan objektif tespitler ve dokümanlar dışında, sanatın içinde geliştiği diğer ekolojik bağlantıları da düşünmemizi zorunlu kılmaktadır. Özellikle sosyal boyut içinde geleneksellik bağlamına temel oluşturan kültür, dil, inanç ve diğer olgular önemlidir.

Sanatın geleneksel kapsam ve niteliklerini yerel ya da küresel ayrımlar içinde çok fazla detaylandırmaya gerek yoktur. Nitekim sanatın evrensel kriter ve değerleri, sanatın yine indirgemeci lokalizasyonlarını merkeze pek almamak taraftardır. Shils, gelenek(ler)in düzenleyici idealler olarak işlev gördüğünü öne sürer “Aktarılan”, bir şeyleri yapmanın ve eylemenin “doğal” yollarıyla karşı karşıya gelir: toplumsal uygulamaların, adetlerin ve inançların yürütülme tarzına dair bir model ya da şablon önerir. Bir toplumun üyeleri eylemenin ve iletişimin bu modellerini içselleştirirler ki bu da miras kalmış olanın yeniden onaylanmasına hizmet eder, bu yeniden onaylama gözden kaçsa dahi: geçmiş uygulamalar bir yandan geçmişle bağlantıları, şayet farkına varılıyorsa, “doğallıklarına” ve “doğruluklarına” tamamen ikincilmiş gibi görünürken sürüp giderler (Shils 1981, s. 201).

Aktarma, toplumsal değer ve kabullerin, tercihlerin ve yaşamsal karakterizasyonların zamana ve mekana dayanarak nesillere taşınması demektir. Sanat, aktarma işleminin ve sürecinin önemli aktörü konumundadır. Sadece sanatsal miras olarak değil, kültürel üretim süreçlerinin önemli bir mekanizması olarak, kültürel mirasların da aktarımında etkindir. Geçmişin geçmişte kalmamasına olanak sağlar. Değerlendirmeyi ve değer takdir etmeyi de bir ölçüde görev olarak üstlenir. Gelenekler, aynı zamanda toplumsal içselleştirmenin kanıtlarıdır. Kolektif yaşamın mekanları ve etkileşimin özneleri, bir toplumun toplumsal belirlemelerinde sanat aracılığını toplumsal içselleştirmenin estetik ve duygusal temellendirmeleri mümkün kılabilirler.

“Toplumlar bütün yapısal unsurları ile değişip dönüşebilir, hatta büsbütün yok olabilirler. Yok olmuş toplumlara ait eserlere sahip oldukça, o eserlerdeki sınırsız süreklilikle o toplumun betimleyici ve tanıtıcı bilgisine sahip olabiliriz. Çünkü sanat, silinmeyecek şekilde var olmaktır; kendini zamansal bir gelgit içinde

sonsuzluk talebiyle sabitlemektir. Yani bir tarafta hayatın akıcılığı bir tarafta ise kelime ve işaretlerin kalıcılığı söz konusudur” (Kuhn, 2002: 49).

Sanat, toplumun belgeselliğidir. İspat ve tasdik için konum alır. Muhafaza ve kontrole ait sistematiklik sergiler. Kültür ve sanatın müşterek içeriklerinden biri olarak toplumsal muhafazakarlığın ve miras olan somut ve soyut varlıkların kültürel kimlik kazanmalarını sağlamaktadır. Geleneksel modellemeler olarak sanat, kültürel olduğu kadar ekonomik, ideolojik ve pedagojik sorumluluklar da üstlenmektedir. Sosyo-kültürel uyumu ve konformik (kalıpcı) biçimleri özellikle sosyal meşruiyet bağlamında diğer sosyal bileşenlerle ilişkilendirmektedir. Jusdanis’e göre;

Sanat, kolektif bilinci harekete geçirerek toplumda bütünleşme ve dağılma etkilerini, imajlar, söylenceler, imgeler, hayaller, düşünceler vs. oluşturmak suretiyle görece bir biçimde azaltıp çoğaltabilir (Jusdanis, 1998: 227).

Sanat diğer taraftan bilinç oluşumuna da katkı sunmaktadır. Toplumsal bilinç, kolektif yaşam ve kültürel paylaşımların güncel ve geleneksel niteliklere taşınmasına vesile olur. Sanat ve sanata dair pratikler ile toplumsal diğer pratiklerin kültür olarak sabitlenmesi, toplumsal bir aradalığın ve birliğin de sürekli kılınmasına katkı sunar. Sanatın geleneksel anlamı içinde kültürel ekonomilere tesir edebilecek bir sanatsal ekonomiler hakimiyet kazanmış değildi. Sanatın kültürel tabakalar içinde farklılık gösteren sınıfsallıklardan bahsedilebilir. Sanatın halk kültürü ile elit kültür ayrımlarında bir gösterge olarak kullanıldığını biliyoruz. Elit tabakanın, zenginler sınıfını veya aristokrasinin hakimiyetinde ve himayesinde olan bir geleneksel sanat temellendirmesinde, sanatsal ekonominin de dar ve elit sınıfın elinde kıymetlendiğini ifade edebiliriz.

Sanat aynı zamanda kültürel ideolojiler için de belirli bir gösterge özelliği ile dikkate alınabilir. Sanat ile ideoloji tarihsel anlamda da temas halinde olmuşlardır. Özellikle din başta olmak üzere toplumsal inanç sistemlerinin de dahil edildiği bir tasnifte diğer toplumsal mensubiyetler ve inanışların taşıyıcısı olarak da sanat önemli görülmektedir. Batı’da dinin yayılmasında insan üzerinde tesir gücü dikkate alındığında sanat, görsel iletişim ve etkileşimin de dinin tanıtımında kullanılmıştır. Wolf, ideoloji, sanat eserinde saf haliyle ortaya çıkmaz; edilgen bir niteliğe sahiptir

demektedir. Sanat eseri, ideolojiyi, kural ve geleneklerle uyumlu bir biçimde, estetik biçimler altında yeniden üretmektedir (Wolff, 2000: 65-66).

Sanatın geleneksel genellemesi, doğal olarak sanat tarihi ile koşutluk göstermektedir. Sanatın gelenekselliği ile tarihselliği, kapsayan-kapsanan ilişkisine göre de değerlendirilebilir. Bu anlamda geleneksellik, sanatı kapsamına aldığı gibi evrensel bir sanat tarihi açılımı söz konusu olduğunda, sanatın yerel ve küresel etkileşimine de teması zorunlu görür. Sanatın geleneksel saptamalarında sadece sosyo-ekolojik ve kültürel unsurların genellemesi üzerinde duruyoruz, ancak, sanatın kendine ait teknik, teknolojik veya tematik kapsamlarına ilişkin ontolojik çalışmaları da göz ardı etmiyoruz. Zira sanatın kapsayıcılığı, izafiliği, kuramsal ve eylemsel yönelimleri ve içinde geliştiği sosyo-kültürel bağlamların toplamı olarak geleneksel anlayışlar ve kabullenişlerin standartları ve bir sitem dahilinde çözümlenebilir nitelikleri esas odak noktası olarak sunulmak durumundadır.

2.2. Sanatın Çağdaş Belirleyici Unsurları ve Tanımsal Motivasyonlar

İnsanın tarihi sanatın tarihi olarak değerlendirildiğinde, yaşamın öncesi, esnası ve sonrası gibi bir tasnif içinde çağdaş sanat, henüz tarih olabilecek bir geçmişe sahip olmamakla beraber yaşanan ana aitlik ile de simgelenebilecek bir tarihsel ve yaşamsal kesit ile sunulabilir. Bunun anlamı, bir insanın yaşadığıyla tanıklık ettiği bir organik zaman ve mekan birlikteliğidir diyebiliriz. Dolayısıyla çağdaş sanat, içinde yaşadığımız ve şahit olduğumuz sanatsal etkinlik ve disiplinler etkileşimleri kapsamaktadır. Ayrıca niteliğiyle ve anlayışıyla gelenekselde kalmış sanatsal etkileşimlerin halen etkin kılınması durumu, ayrıca çağdaşlığın dışında tutulabilir.

Çağdaşlık ile modernlik olgusunun tartışma konusu yapılan birbirini kapsamamasını ise konumuzun dışında tutmamız gerekir. Zira Modernizm, Modernite ve modernlik kavram ve olgularının epistemolojik olarak çağdaşlığı karşılamakta yetersiz olduğu konusunda zaten hemfikiriz. Çağdaşlık, ağırlıklı olarak güne ait, ana hitap eden, yaşanan kesit ve aktif olmayı ifade etmektedir. Bu maksatla çağdaş sanatı ortalama bir insan yaşamını dikkate aldığımızda günümüzden 40-50 yıl öncesi, şu anda yaşanan ve yakın geleceğe hitap edebilecek fikir, akım, anlayış veya eğilimlerin sanatsal hüviyet, tesir ve diğer bileşenlerdeki karakterizasyonu olarak

sunabiliriz. Sanatta çağdaşlık veya sanatın çağdaş belirlenimi için farklı bileşenler ön plana çıkarılabilir.

Yenidünya düzeni ile kar marjının hizmet sektörüne kayması, kültür ve sanat alanlarının yeniden yapılandırılmasını gerekli kılmıştır. Bu anlamda postmodernizmin sergi kültürü de uluslararası düzeyde seyretmektedir. Örneğin “bienaller ve bu bienallerin düzenlendiği kentler, yeni ekonomik ve politik güçlerin kültürel düzeyde geliştirilmesidir” (Stallabrass, 2010:43).

Çağdaş dünyada sanatın evrenselleşmesine koşut bir ekonomik ve politik küreselleşme yaklaşımları ile sanat, kent trendi kimliğinin yanı sıra ekonomik bir hareketliliğin aracı rolüne taşınmış durumdadır. Dünyada birçok kent bu anlamda önemli organizasyonların merkezi haline gelmiş durumdadır. Avrupa ve Amerika sanatın ekonomik ve politik küreselleşmesinde bienaller, trianeller veya festivaller ile sanatın dinamik ekolojik bir katma değer formasyonu sayesinde öncü konumdadırlar.

Zamanımızın görsel sanatçıları, her nasılsa kendini geçmişe daha az adanmış, kitle kültürünün ve yüksek kültürün her ikisine karşı farklı davranışlar göstermişlerdir. 1900’lü yılların başında İtalyan Gelecek Bilimcileri, her ne kadar toplumsal eylem için bir alan olarak sanat algılarını otoriter ve seçkinci terimlerle ifade etseler de, ‘makine ve kitle’ yi açıkça kabullendiler (Mchale 1979; s60). Sanatın geçmiş ile bağlantısını koparan bir etken olarak kültürel gerekçeler, bugün geçmişten daha fazla ön plandadır. Özellikle kültürel tüm olguların hayatiyet kazanmasını ve varlığını etkileşimsel süreçlerde belirginleştiren bir olgu biçimiyle kitlelilik, sanatın da bir amacı olmaya başladığı için geçmişin yüksek kültürü ile ilintili sanatın yerini günümüzün kitle kültürü ile ilişkisi almıştır. Sanatçı vasfı ve adlandırılması için ise görsel sanatçı adlandırması söz konusudur. Bunun anlamı, görselliğin bir kültür kapsamı ile sanatçıyı da yeniden konumlandıran bir ad olarak ortaya çıkmasıdır.

Yeni iletişim ve sürdürme metotları, hızlı bir şekilde ortaya çıkmış ve yayılmıştır. Basımın, matbaanın, iletişim bilgilerinin ve araçlarının genellikle depolanması için kullanılan bir araç haline gelmesi yaklaşık iki yüzyıl sürdü (Cowen, 2000: s.32). Kültürel üretim hızı sanatsal üretime bir hız kazandırmıştır denilebilir. Ancak bu sürat çoğaltım teknolojilerinin gelişmesi ve sanatsal üretim içinde rol

almaya başlamaları ile yeni bir dinamizm sergilemiştir. Sanatsal üretimin çoğaltılması ile biricikliği ya da orijinalliği sorgulanmaya başlanırken, sanatsal görselliğin kitleselleşmesi sağlanmış ve dolayısıyla kültürel potansiyellerini tesirli kılmıştır. Çağdaş sanatların kültürel geçerliliğiyle ilgili genelde geçerli, birleştirici bilgi olduğuna da, dolayısıyla uzmanlar sınıfının bunları yorumlamasına ihtiyaç olduğuna da inanmak zorlaşmıştır (Weiss, 2014: s.173).

Çünkü, bir taraftan kültür ile çağdaş sanatın müştereklerinin olgunlaşması devam ederken diğer taraftan sanatın geleneklerinden kopmasının yaşattığı geçiş sıkıntısı söz konusudur. Modernizm, sanatı saygın bir pozisyonda tutarken diğer disiplin ve alanlar ile ilintili olarak bunu sağlamaya çalışmıştır. Özellikle 19. yüzyılda, insan ve toplum üzerine düşünmede pozitif bir yaklaşıma geçiş, sosyoloji ve etnolojinin bilim kolu olarak ortaya çıkmasına yol açtı (Cuche, 2004: s.24).

Sanatın son trendler içinde de sosyolojik yok oluş gündeme gelir ve devamında daha endüstriyel ve güncel içeriklere boğulur. Sanatın modernizm zirvesinde yalnızlaşmasına zemin hazırlayan bir diğer olgu da kendini ispat ve onay konusundaki marjinalliği olarak gösterilebilir. Sanat manifestolarının sonunun geldiğine olan inancın giderek artması, sanatsal orijinalliğe ilişkin tavrı da etkilemiştir. Artun'a göre sonuçta her manifesto okuma seansı, bir şiddet ve anarşi sahnesine dönüşür (Artun, 2010: s.33).

Kendi sanatsal gramerini izleyiciye belletmenin endişesi ön plana çıkar. Modernizmin sanatta diğer zirve yorgunluğu ise avangardizm (öncülük) ile ortaya çıkar. Sınırlarını zorlamanın ve kamuya yönelik yeni eğilimlere odaklanma durumlarının sanatsal marjinallikleri dikkat çeker. Bu anlamda kamu ile arasında mesafe de oluşturur. Avangardın kamuya karşı derin nefretinin bir kaynağı da, sanatçıların, ne kadar direnirlerse dirensinler bir yandan ona mahkum olmalarıdır. Çünkü hayatta kalabilmek için "satılmak" zorundadırlar ve bunun için marjinal de olsa kamu desteğine muhtaçtırlar (Artun, 2010: s.43).

Çağdaş sanat, günceli ve projektif bakış açılarında hayat bulabilecek ve kendini sanat olarak ispatlayabilecek içerikleri ile bir profil amacı gütmeyiz. Bir başka ifade ile çağdaş sanat profiileri gibi çoğul bir ifade kullanabiliriz. Sanatın birden fazla ve farklı biçimleniş sistematiğini benimesme esnekliği göstermesi, sanatın

gelişme ve dönüşme pratikleri ve buna ait biçim dillerini de büyük ölçüde yeniden yapılandırmaya itmektedir diyebiliriz. Çağdaş sanat, her şeyden önce sanat olma gayesindedir. Sanatı tesir altına alacak ya da alma ihtimali olacak tüm ekolojik yeni motivasyonlardan bahsedilmeye başlandığı andan itibaren çağdaş sanat, tanımsal yeni motivasyonlar ve içerikler ile gündeme gelme olasılıklarını da süreklileştirecektir.



3. BÖLÜM

ÇAĞDAŞ SANAT KAPSAMLARI

3.1. Anlayışlar ve Yönelimler Açısından Sanatta Çağdaşlık

Bir zamansal kesit olarak bakıldığında çağdaşlık, bir bireyin yaşamı ile sınırlı bir zaman dilimi olarak sunulabilir. Örneğin bugün otuz yaşında olan biri için çağdaşlık bizzat şahit olduğu organik yaşamına ait otuz yıllık zaman ile kapsayıcılık sergileyebilir. Bu anlamıyla da geçmişin karşıtı olur. Tarihselliğin de zıttı olarak ortadadır. Bir başka açıdan ise çağdaşlık, bugüne ait, yeni ve benimsenmiş değerleri ve kriteriyumları içerdiği zaman gelenekselliğin ve klasikliğin karşısında konumlanmış olur. Çağdaşlığa ait bir diğer koşul ise, modernizm ile postmodernizm karşıtlığında, postmodernizme ait yaklaşım ve anlayışları gündeme getirmek ve geleceğe ilişkin projektif bakış açısı geliştirmenin göstergelerini işlemek anlamına da gelmektedir

Modern sanatın hakim göstergesi olan ve sonu –izm ile biten akımlar artık çağdaş sanata ait bir özellik değildir. Sanat tarihinin ve modernizmin manifestolar dönemi, sanatsal büyük eğilimlerin ve savunuların akımsal felsefi parçalılığı yavaş yavaş ortadan kalkmıştır. Bunun yerine anlayışlar ve daha kısa ömürlü ve daha bireysel üslup süreçleri almıştır. Bu bakımdan sanatsal dönemselleştirmeye çerçeve olarak sanatın çağdaş gündemi, daha dinamik, daha tematik ve orijinallik ve yenilik adına mümkün arayışların hüküm sürdüğü bir buluş ya da icat mantığına doğru yol almaktadır. Sanat ve icat, çağdaş sanat için takdir ve tasdik sorunun da ayrıca tartışma konusu edebilmektedir.

Modernizm sonrası olarak ve modernizme karşıt söylemleri kültürel ve sanatsal kulvarda işlemeye çalışan postmodernizm, çağdaş sanat ile kültür arasındaki ilişkiyi de yeniden konumlandırma çabası sergiler. “Postmodernizm, kültürel değer sorunlarını çevreleyen pek çok eski kesimliği alt üst etti. Kültürel iktidarı elinde tutanların toplumsal ve politik ilgilerine karşılık olarak, değer kanonlarının nasıl biçimlendiğini ve yeniden biçimlendiği göstermek için bir çeşit klişe haline gelmiştir” (Sim, 2006: s.181).

Çağdaşlık veya sanatta çağdaşlık bakış açısıyla kültür için bir konum analizi söz konusu olduğunda iki vargı sunulabilir. Birincisi, kültürün kavram olarak geçmiş, gelenek, klasik olgular ve zamana karşı direnip hayatta kalabilen diğer sosyal kapsamlar ile anıldığıdır. Yani kültür, olgunlaşmış, kalıplaşmış ve sanatsal stratejileriyle geleneksel kılınmış formasyonun ta kendisi olmaktadır. İkincisi ise, kültürün özellikle çağdaşlık anlamında an'a, güne, güncele, alışılana hızlı kılan süreçlere ve kitlesel konsantrasyonu güçlü tüketim olgularında kendini gösteren akım, anlayış ve yönelimlere göre karakter kazanan formasyonları ifade etmektedir.

Kültür, yaşama geçirmek için uğraşılan değer ve normlar bütünüdür. Bu değer ve normlar ilgili insanları tanımlanabilir bir grup olarak birbirine bağlamaktadır (Zicderveld, 2013: s.33). Değer ve norm, klasik kültür için önemli hedeflerdir. Bir kültürel norm, zamana, mekana ve yaşantılara göre karakter oluşturmanın standart sonucu olduğu kadar kriter olarak da önemli bağlam içermektedir. Toplumsallaşmanın da temelinde normatiflik söz konusudur. Şimdi kültür açısından bakıldığında ise norm'un zamana ve mekana bağlı gerçekliği ve deneyimlerden ibaret bir sabitliği içerdiğini tam olarak söyleyemiyoruz. Artun, "çok kültürlülüğün örgütlendiği, sanatla kültüralizmin birbirine kaynadığı karmaşık ağlar dev bir küresel 'makine' oluşturur; entelektüel ve bedensel enerjileri birbirlerine eklemeyerek, bununla biteviye semboller üreten sınırsız bir teknoloji" (Artun, 2013: s.42) biçiminde bir saptamayla teknolojinin hem sanat hem de kültürel potansiyelini keskince ortaya koymaktadır.

Sanat ile kültür için değişik çalışma başlıkları sıkça önerilir. Özellikle çok kültürlülük küresel anlamda önerilen başlıklardan biridir. Kültürel genetik ya da kültürün kalıtsal potansiyelleri ve bunların mensuplarını bir araya getiren uzaylar söz konusudur. Kent uzayı bunlardan biridir. Kozmopolit ifade ike karmaşık algı sağlayan kültürel çeşitlilik, çok kültürlülük olgusu ile daha sistematik ve homojenliğe karşı da direnç içerebilen konumlandırmaları kapsamaktadır. Kültürün modernlikle ilgili geçmişi atlanarak, kökensele (organik), etnografik bir takım geleneklere bağlanması, yani bir anlamda 'tarihe dönüş', tarihi sonlandıran tezlerle çelişkili gibi görünür. Oysa kültüralizmin tarih ile ilgisi, bir kurmaca olarak şimdinin imalatıyla ilgilidir (Artun, 2013: s.29).

Kültürün kökensel ya da etnik temellendirme ile açıklanması olgusu postmodern ele alışlarda tercih edilmeyen bir temellendirme olmasına rağmen özellikle “kültürel genetik” üzerine mikro yaklaşımların daha minimize edilen yerellik ile daha maksimize edilen küresellik arasında sıkışan veya yaşam mücadelesi veren bir konu olarak durmaktadır. Kültürel genetik, kültürün geleneksel sabitleri, toplumsal konformizmi, etnik birlik ve yaşamsal birlikteliğin geliştirmiş olduğu bileşkenin ifadesi olarak sunulmak durumundadır. Çağdaş kültür ya da kültürün postmodern koşulları içindeki yeni kültürel ekolojiler ile çelişki oluşturacak potansiyeli ile kültürel genetik, açıkçası tehditkar ya da eylemsel değil, gelenekselliğin bir formasyon kodlaması olarak değerlendirilmeye başlanmıştır denilebilir. Zaman zaman küresel kültür etkileşimlerine bağlılık ya da bağımlılık sergilenebilirken zaman zaman da karşıt kültürel yönsemeleri önemsemek çabası stratejik ele alışlara bir kesit sunabilir. Oryantalizm buna örnek gösterilebilir. “Çağdaş zamanlarda oryantalizm, kendi kültürünü ötekileştirmenin, farklılaştırmanın ve modernlikten arındırmanın bir politikası olmuştur” (Artun, 2013: s.34).

Oryantalizm bir kültürel genetik anlamı taşımamaktadır. En azından bugün böyledir denilebilir. Yeni kültürel ekolojiler içinde oryantalizm bir temsiliyet veya gösteri amaçlarına veri sunmaktan öteye geçmemektedir. Yeni kültürel ekolojiler, kalıtsal unsurları ve mirası işlemek yerine kalıpsallığı (konform) teşvik eden formasyonları önemli göstermektedir.

Sanatın çağdaş niteliklerini gözlemlemek için genel eğilim ve bireysel anlayış geliştirme çabalarını dikkate almak gerektiğine vurgu yapmıştık. Bunun nedeni ise sanatın genel kabullerinin ve stratejilerinin bir savunusu ya da manifestolarla beslenmemiş olmasıdır. Doğal olarak çağdaş sanatın daha parçalı ve bireysel gerekçeleri biçimlendiren icatları öncelemesinin yanında sanatın değeri ile ederi arasında yaşama ihtimali olan dönüşümselliği ve buna bağlı estetik kaygan zemin de önemli görülmektedir. Sanatın bir metaya dönüşmesi, sanatın ekonomik ve kültürel açıdan yaşadığı çağdaş tesirler ile olan ilintisini ortaya koymakta bir başka göstergedir. Sarup’a göre “metaların kullanım değerleri ile üretimin gereklerinin yerine modeller, kodlar, gösteriler, taklidin aşırı gerçekçiliği geçmiştir. Medya ile tüketim toplumunda insanlar dışarıyla, dış gerçeklikle yok denecek kadar az ilişkisi bulunan bir imgeler ile taklitçiler oyununa kendilerini iyice kaptırmışlardır. Gerçekten de günümüzde herhangi bir olayın doğrudan deneyiminin, göndergesinin

ya da gösterilerinin bilgisinin yerini, bu olayın imgesinin ya da göstereninin aldığı bir taklitçiler dünyasında yaşıyoruz” (Sarup, 2010: s.228,229).

Çağdaş sanat eğilimlerindeki kültürel ekonomi gerekçeleri, sanatsal metayı da kültürel üretim ve tüketim süreci için bir yönelim olarak sunabilmektedir. Yeni kültürel ekolojiler, ağırlıklı olarak tüketim olgusuyla ilişkilidirler. Tüketime yönelik motivasyonları, teşvikleri ve gerekçelendirmeleri üretmek konusunda mahir olan yeni kültürel olguları teşkil eden eğilimler, yine tüketimin yayılımını ve tanıtımını gücü ile sağlayan medya ile gerçekleşmektedir. Medya ve gösteri kitleliliği, popüler kültür içinde metaları, kodlamaları veya imgelerin tasarımsallığını taklidin odak noktalarına dönüştürmesi mümkün olmuştur. Doğal olarak değer tartışmaları, değer inderi ile yeniden tartışılır kılınmıştır.



Resim 1. Barbara Kruger, İsimlessiz, 1987, Mary Boone Gallery, NewYork.

Sim ise çağdaş sanatın meta ve Pazar aracılığıyla bir ekonomik çark işlerliği kazanmasına şöyle yaklaşmaktadır;

“Pazar aracılığıyla bireysel özgürlüğün ilerlemeci gerçekteşimine ilişkin bir büyük anlatıya başvurularak, karın meşrulaştırılmasına artık gerek yoktur; çünkü kar, kendi biricik başarı kriterini, bilginin, enformasyonun ve iktidarın üretim aracı haline gelen bir teknolojiyle paylaşarak, doğrudan doğruya haklılaştırılır. Böylece, postmodern toplumlarda iktidarı güvence altına alan üretim araçları, endüstriyel

olmaktan çok enformasyoneldir. Bir bilgisayarın minimum girdiden, enformasyon çıkışını maksimum kıldığı her seferinde, bir teknolojinin uygulamasıyla zamandan ve emekten tasarruf edilen her fırsatta, kapitalizm de doğrudan doğruya kazanır. İçinde, artık gidimli akla yüklenen hiçbir rol olmadığından dolayı kapitalizmle tartışamayız. Lyotard'ın belirttiği üzere, "postmodernizm" in "post"u, onun modernitenin sonunda değil de, başında yer aldığına işaret eder. Ancak postmodern politikadan hangi yeni modernite doğabilir?" (Sim, 2006: s.29.30).

Yeni kültürel ekolojiler bireylerin özgürlüklerini görüntüde tahakküm altına almıyor. Tahakkümü de bir tehdit olarak hissettirmiyor. Dolaylı olarak kültürel mensubiyetleri ve bireysel yönelimleri kitlelilik kamuflajı ile daha zengin kılabilmektedir. Bir başka ifade ile bireysel özgürlük değil ama kitleli özgürlük tahakküm altındadır. Kapitalizmin gülen yüzü ile somurtan yüzü, görmek isteyen için belirgindir ama görmenin engellendiği çeldiriciler ve meşguliyetler söz konusudur. İşte burada gücün endüstriyelliği ile enformasyonun gücü karşılaştırılmaktadır. Görüntüde enformasyon akışı ama görünmeyende endüstriyel ve tüketim odaklı motivasyonlar hissedilmektedir. Postmodernite de bu histen beslenmeyi önemsemektedir.

3.2. Modernizm, Postmodernizm ve Kültür Kapsamında Çağdaş Sanat

Çağdaş sanat, genel sanatsal dönemselleştirmelere baktığımız zaman, özellikle ikinci dünya savaşından itibaren günümüze kadar gelen ve kültürel, sanatsal, politik ve ekonomik kapsamlı etkileşimleri bir sistematik yapıya dayandırmaya bile sanat ile hem doğrudan hem de dolaylı ilişkiye sokan postmodernizm ile koşut olarak sunulabilir. Ancak postmodernizm salt bir dönemsel kopuşu da göstermez. Zira post ekinde dolayı modernizmin sonrasına da yönelim olarak anlam ortaya koysa, yine de modernizm ile hem organik ve eklektik hem de söylemsel etkileşimini sürdürmektedir. Buradan hareketle çağdaş sanat yönelimlerine etkisinde moderniteyi de kapsama dahil etmek, çağdaşlığın konumsallığı açısından gereklidir diyebiliriz.

“Modernlik projesi temel iki varsayıma yaslanır: Birincisi toplumsal dünyanın kavranabilir olduğunu, ikinciyse şekillendirilebilir (ya da yönetilebilir) olduğunu söyler. Modernliğin kökenlerinde, bir toplumsal düzenin nasıl işlediği

konusundaki görüşler, arzu edilebilir bir düzene erişmenin gereklilikleri konusundaki genel ve geniş kapsamlı sonuçlarla birleşmişti” (Wagner, 2005:s.317-318).

Modernizmin başlangıcı muhtelif tarihlere sabitlenmektedir. Kimine göre Roma İmparatorluğu, kimine göre Rönesans, kimine göre ise Aydınlanma süreci ya da Endüstriyel Devrim olarak sunulmaktadır. Modernlik ile modernizm kavram ve kavram yönelimleri açısından ayrılabilir. Modernizm başlı başına bir akım, devir ya da eğilimin sanatsal, kültürel, bilimsel, ideolojik, toplumsal ve Kıta Avrupa’sına ilişkin diğer belirleyenleri ile karakterize olmaktadır. Modernlik ise daha çok yaşamsal ve günlük yaşam parselasyonlarına hitap eden kalıplar, kültürel formlar, sanatsal eğilimler, yasak koşulları ve bunlara koşut diğer bileşenleri ifade etmektedir. Doğal olarak dünyanın kavranabilir ve standartlar ile ifade edilebilir kısmı daha çok modernizm ile değerlendirilebilir. Modernlik ile ise, dünyanın şekillendirilebilir ve yaşanılabilir pratiklerini dikkate almamızı ön plana çıkarmaktadır. Burada Wagner’in altını çizdiği vurgu, özellikle toplumsal düzen ile ilişkili olarak modernlik projesinin çözümlenebilir unsurları üzerinedir diyebiliriz.



Resim 2. “Poster asan adam”. 1808, Kaynak: William Henry Kyne, London.

“Modernite en belirgin ulus-devlet olan belirli toplumsal formlar üretmiştir” (Giddens, 2014: s.29). Modernitenin temel olarak küresel anlamda söz konusu ayrımların coğrafik, kültürel, ekonomik ve politik içerikleri daha çok ulus-devlet yapılarına yöneliktir. İmparatorlukların, ideolojilerin ve totaliter diğer yönetsel erklerin amacı ve kabiliyet doğrultusu daha çok emperyal hegemonyanın yaratacağı/yarattığı tesirler üzerinedir. Bu bakımdan toplumsal formların büyük ölçüde inşasını da ulus-devlet belirlemektedir.

Ulus-devletin küresel bir mücadele alanı ile tanışması için ise iki tane dünya savaşının yaşanması gerekmiştir. Zaten postmodernitenin zamanlaması ve yeni politik, ekonomik ve ideolojik zeminler oluşturması, savaşın ve savaş sonrasında tırnak içinde “yeniden” motivasyonlarında gizlidir.

Modernite özünde gelenek-ötesi bir düzendir. Yerinden-çıkarıcı mekanizmalara eşlik eden zaman ve mekanın dönüşümü toplumsal hayatı yerleşik ilkeler ve pratiklerin etkisinden uzaklaştırır. Bu, modern kurumların dinamizmi üzerindeki üçüncü etkiyi oluşturan tam refleksivite bağlamıdır (Giddens, 2014: s.35).

Giddens’in ifade ettiği biçimiyle modernite, bir düzendir. Gelenekçiliği değil ama gelenek yaratıcılığını özendirilen bir çağcıl değerlendirmedir. Modernite aynı zamanda dönüşümün yaşandığı bir geleneksellik te sunmaz bize. Dönüşümleri besleyen doymuşluk ve yaşanmışlıkların ötesine ilişkin arayışları zorunlu gösteren hedefleri belirginleştirir. Bir bakıma toplumsal hayat için dönüşümün dinamiklerini yaratır. Kültürel gerekçeler ile sosyal gerekçeleri örtüştürme gayreti ikinci planda kalır. Çünkü kültürel kalıplara yönelik operasyonları yine kültürel formüller ve kültürel üretim mekanizmaları ile değil, doğal ve yaşamsal akışın bir sonucu gibi benimsetir.

Modernitenin refleksivitesi benliğin özüne kadar uzanır. Başka türlü ifade edilirse, gelenek-ötesi düzende benlik bir refleksif tasarım haline gelir. Bireylerin yaşantılarındaki geçiş dönemleri her zaman psişik yeniden düzenlemeyi, çoğu kez geleneksel kültürlerde geçiş ritüelleri biçiminde kalıplaşan şeyleri gerektirir (Giddens, 2014: s.51). Ben’lik ile kim’lik karşılaştırmaları modernitenin odaklarından biridir denilebilir. Özellikle öznenin çok merkezli yeni kültürel tesirlere maruz kalmaya başladığı süreçlerde ben’lik olarak bireyin kendine ilişkin tanım ve

yönlendirmeleri gelişkin değildir. Daha çok hümanizma ve daha çok ideolojik mensubiyet ile paralel olarak ben'lik, bir referans kaynağa ihtiyaç duyar. Modernite içinde referanslar özellikle büyük anlatıların ideolojik ve sosyolojik kalıpları ile şekillendirilen bireyler için ön plana çıkarlar. Ben'lik böylece tasarımsal bir sonuç olarak bireyin dışında geliştirilmiş bir tipolojik karakter kalıplarına taşınırlar. Modernite birçok açıdan geleneksel bir kültür ile yeni kültürel ekolojilerin çatışmasına tanıklık edilen zamanı da içinde barındırmıştır. Bireylerin yaşantılarına ilişkin geçiş dönemleri ya da süreçleri özellikle modernitenin bir amacı olmamıştır denilebilir. Bireysel geçiş dönemleri eğer bireyin benliği ile kimliği arasında bir çatışma yaratmaya başlamışsa, orada bir kültürel erozyon ya da kültürel emperyalizmin tesirleri aktif hale geçmiştir diyebiliriz.

Modernitenin başlangıcını takiben, insanlar kitle toplumu doğacak şekilde paydaya göre tesviye edildi; bugün açıkça meydanda olduğu üzere, tam kurumlaşmış rollere uyum, bireyin entegrasyonunun ölçüsüdür. Başkaldırıya kuşkuyla bakılıyor. Bilim pratikte her hayat alanına sızdığı için, davranış daha da standartlaştı. Toplum mekanik biçimde işlediğinden, motive edici öge yok oldu. Keza, bürokrasiler toplumsal sahneye egemen olmaya başladığı ölçüde, faaliyetlerin sınıflandırılması ve düzenlenmesi en yüksek önemi kazandı. Başka bir deyişle, kitlenin ürettiği insanlar, modernitenin bekasının temelini oluşturdu (Murphy, 2000: s.29). Kitle tabiri niceliksel bir gösterge olmakla birlikte, üretim ve tüketimin toplumsal yansı ve tesirleri üzerinde niteliksel yanıtların da bir göstergesi olmaktadır. Özellikle sanayi devriminden sonra kitleselleşen mekanların kent olarak anılmasından ve bir müşterek yaşam standardizasyonunu güncelleştiren alışları da ifade etmesinden itibaren kitleselleşme, toplumsallaşmanın da dışında yeni bir içerik kazanmıştır diyebiliriz. Çünkü kitle, arz-talep yığınları ve birlikteliğin benzerliklere göre biçimlendiği ve aynı türden yaşantı durumlarını sergilemesinden dolayı kitle, belli bir kültürel muhatabın genellemesini de simgelemektedir. Bu anlamda kitle kültürü ile popüler kültür de iç içerik sergilemektedir.

Sarup, modernizmden postmoderniteye geçişte öznenin konumu ve dönüşümünü şöyle değerlendirmektedir;

“Modern dönemden postmodern dünyaya doğru kayma, öznenin yabancılaşması düşüncesinin yerini öznenin parçalanması düşüncesine bıraktığı bir dönem olarak

nitelendirilebilir. Birey öznenin yok oluşu, eşsiz kişisel bir biçimin erişilmez oluşu bu anlamda yeni bir pratiğe yol açmıştır: Pastiş. Özetlersek, yaşadığımız çağdan daha az sorunlu bir zamana geri dönmeyi arzuladığımızı ileri süren pastiş, aynı zamanda hemen her yerde rastlanan bir tarz haline gelmiştir. Burada şimdiye bağlanmayı ya da tarihsel düşünmeyi yadsıyışın yanında, Jameson'un tüketim toplumu "şizofrenisi"nin ayırt edici özelliği olarak gördüğü bir yadsıyış da söz konusuymuş gibi görünmektedir. Jameson tarih duygusunun ortadan kaybolduğunu savunur söylediğine bakılırsa, bir bütün olarak çağdaş toplum dizgemiz, geçmişi elinde tutma kapasitesini yavaş yavaş kaybederek sürekli bir şimdide yaşamaya başlamıştır" (Sarup, 2010: s.253).

Öznenin kültürel olarak parçalanması tartışmasını hangi zeminde ve tercihlerde değerlendirmek gerektiği önemli bir problem olmakla birlikte, kültürel birey olarak özne, modern ve postmodern ayırımında konumsal ve kimliksel sıkıntılar yaşatılan bir durumdadır. Ayrıca modern ve postmodern ayırımında özne başlıca aktör değildir. Kendisinin operatif konumu da söz konusu olmamıştır. Bir başka ifadeyle özne, kendi özerkliğini kültürel yeni gerekçelerin hedefi ve nesnesi olarak düşünölmeye de başladığından beri kaybetmiş ve tutunacak bir kimlik için kültürel ideolojilerin ve özellikle de kültür endüstrisinin yeniden tanımladığı edilgen bir karaktere indirgenmiştir. Bazen şizofrenik yönsemelere bazen aşırı güven bunalımına bazen de acziyetine ilişkin farkındalık noksanlığına mahkum edildiği düşünölen postmodern özne geçmişte kültürel bir aktör olarak nitelik sahibiyken şimdi ise kültürel bir hedef olarak tüm endüstriyel ve ticari bir hedef niceliği ile ilintili hale dönüştürölmüştür. Postmodern özne aslında kendine ve çevresine yabancı bırakıldığından dolayı, kültürel ekolojilerin yeni çeldiricileri karşısında mağlup başladığı bir yaşamsal sistem içinde dolaysızlaştırılmıştır. Kültürel açıdan hadım edilmiş bir öznenin ne sosyal, ne politik, ne ideolojik ne de sanatsal açıdan üretkenlik beklenen bir kültürel aktör olarak sunulmaya çalışılması ayrıca bir kandırmacadır.

Postmodernistlere göre postmodernizmin etkisi modernizmin ideolojik projesinin parçalanması ve bireylerin merkezsiz öznelere dönüşmesiydi; bireyler anlamları esnek ve kaygan olan imge, metin ve metaların bitmek tükenmez akışından istediklerini seçmekte özgürlerdi (Bennett, 2013: s.54-55). Postmodernizm modernizmin bir projesi değildir elbette. Ancak modernizme rağmen ve modernizm olmaksızın da ortaya çıkmış bir durum değildir. Modernizmin bir sonucu veya postmodernizmin oluş sürecinde modernizmin tükenmişliği üzerine vargılar ile beslenebilen bir başlangıç olarak da nitelenebilir. Aslında postmodernizm, tek başına

bir ideoloji profilini de sergileyebilmektedir denebilir. Başka bir ifadeyle postmodernizm, modernizmin ideolojik kapsamlarının zirve yaptığı bir durumun giderek çöküşünü katkı yapabilecek daha yıkıcı ve kaotik bir ideolojik görüntü ile bir başlangıç ortaya koysa da, giderek kültürel bir çerçeve ile ilişkilendirilebilecek potansiyelleri ile daha dinamik ve akışkan bir ideolojik kalıpsallığı da bize sunmaktadır. İdeoloji bir merkezilik sergiler. İnsanlar bin yıldır inanç kalıplarını ideolojik eksenler ile birlikte aktif kılar. Merkezsiz özneler olarak insanların postmodern dönemde yaşadığı en büyük sıkıntı büyük anlatı ya da ideolojilerin postmodern terimlerle söylersek, parçalanması ve düzensizleşmesidir. Kültürel imgelerin yoğun ve sıradanlığı ile mücadelede yetersiz kalan sanat ve sanatçı, özgün, özgür ve özerk kimliğini kültürün taşeronu ve kültür işçiliği uğruna feda etmek zorunda bırakılmış ya da bu hisse kapılmalarına vesile olacak gerekçeler yaratılmıştı.

Postmodern toplum ve kültür kuramlarının eleştirmenlerine göre yüzeyde geniş ölçekli gibi görünen toplumsal dokuda gerçekleşen değişiklikler aslında geç kapitalist toplumlarda boş zaman ve tüketiciliğin artan karmaşıklığı nedeniyle ortaya çıkan yerel fenomenlerdir (Bennett, 2013: s.89). Modernizmin gelenekselliğe ilişkin tarihsel bir sürece hapsedildiği 20. Yüzyılın ikinci yarısından sonra postmodernizmin kültürel kuramlara olan cazibesi, özellikle küresel kültür projeleri için mümkün ve müsait eğilimleri de teşvik edici olmuştur. Bu bağlamda toplumsallık ve toplumsallığa ilişkin göstergelerin de önemli değişimler yaşadığı görülmektedir. Yerelden küresele bakış açısı ve ardından küreselliğin kutsanmasına katkı yapan motivasyonların popüler kültür ve ona bağlı endüstrileri de canlandırdığı ifade edilebilir. Küresel kültürel motivasyonların yereldeki karşılıkları ise daha çok tüketime yönelik bir formasyonu geliştirmiştir. Kapitalist anlayış ve yayılımın kültürel izdüşümü de böylece tüketim kültürü olmuştur denilebilir.

Post-modernistler arasındaki ayrıcalıklı bir alan ya da hiç olmazsa ayrıcalıklı bir söylem varsa eğer, o da sanırım kültürdür. Belki de bu yüzden edebiyat incelemelerinde ‘post-modernizm’ terimiyle ‘postmodernlik’ teriminden daha sık karşılaşılmaktadır. Bu durum, çok doğru olarak, postmodern kuramın berisindeki etkinin özgün kaynağının kültürel alan olduğu ve temel ilgisinin kültürel modernizme yöneldiğini gösterir (Kumar, 2013: s.128). Kültür, tamamıyla postmodern bir etiket ya da afişe edilmiş bir ideolojik maske değildir. Ama postmodern dönemselleştirmenin kulağına fısıldanan isim de yine kültür ile soluna

getirilen her ne isedir. Modernizmin sabit ve tek bir kültürel hüviyete sahip olduğunu söyleyemeyiz belki, ama modernitenin sanatsal ve sosyo-politik birçok dönemecinin tesir gücü yüksek ve kalıpsal anlayışları günlük yaşama taşıdığını yadsıyamayız. Modernite ile postmodernite arasındaki ayrımın basit kültürel gerekçesi, kültürel değişimden ziyade kültürel dönüşüm ile karakterize olmasıdır. Aksi halde kültürel yeni formasyonun sosyal, politik, ekonomik, ideolojik ve sanatsal motivasyonları zamana, mekana ve mensubiyetlerin dirençlerine göre değişiklik göstermekte ve süreçsel kılınabilmektedir.

Gündelik faaliyetlere yön veren ve toplumsal kurumları yapılandıran sınıflandırmalar dizisini her kültürde bulabiliriz. Modern toplumlarda temel sınıflayıcı ayrımın bir yanında akıl ve medeniyet, öbür yanında tersi bulunur: Vahşilik, gelenek, düzensizlik, duygu, delilik (Wagner, 2005: s.87). Yeni kültürel kapsamlar, kurumsal yapılanmalar değildir. Kültürün yapılandığı yeni kurumsal yapılardan ise bahsedilebilir. Kültür taksonomik (aşamalı ve sınıflandırılmış) bir biçimleniş sürecini çok belirgin yaşamaz ya da yaşatmaz. Diğer bir ifadeyle kültür toplumu geleneksel anlamda bir sınıflamaya, kategorik düzenlemeye tabi tutmaz. Bunun yerine topluma sunduğu yeni yaşamsal kalıp, kalıp ideolojileri ya da gerekçeleri bir tasnife sokabilir. Başlıkları ve içerikleri ile ilgisinde yeni kültürel kapsamlar, süreç içinde kendilerini kültürel olgu olarak benimsetirler ve kemikleştirirler. Yeni kültürel kapsamlar giderek bir kültürel ekoloji halini alırlar. Dolayısıyla yeni kültürel ekolojiler olarak ifade edilen bir tesir ve motivasyon kalıpları içinde akıl, geleneksellik, medeniyet veya sistematik düzen ile vahşilik, düzensizlik, gelenek dışılık ve çılgınlık karşı karşıya getirilmiş olur.

Postmodern kültür bağlamında, göstergelerin aşırı üretilmesi ve göstergelerin yitirilmesi durumu, tüketim kültürünün barındırdığı içkin bir eğilimdir. Şu halde tüketim kültürü içerisinde kültürün toplumsal hayatın merkezine taşınması eğilimi vardır, ama bu kültür vasat bir ideoloji oluşturacak şekilde tutarlılık kazanamayan, bölük pörçük ve sürekli yeniden işlenen bir kültürdür (Featherstone, 2005: s.186). Postmodern kültür, öncelikli olarak kültürel üretim mekanizmalarını etkin kılmıştır. Kültürel üretime ait mekanizmaların üretimi, yine kültürel gerekçeler üretimi ile örtüşen bir durumu ortaya koymaktadır. Gösterge üretimi de bunlardan biridir. Özellikle sanat, gösterge üretiminin alanı olmaya başlamıştır postmodern dönem ile birlikte. Doğal olarak bu koşullanma doğrudan doğruya olmasa bile tüketim

kültürüne dönük bir koşullanmayı ihtiva etmektedir. Kültür kavramının sol tarafına yerleştirilen ve yine yeni kültürel ekolojileri de tarif ederken referans aldığımız kavramlar, ağırlıklı olarak tüketim kültürü ile ilişkili düşünölmek durumdadır. Modernitenin aksine postmodernitede kültür, genel postmodern ideolojinin tutarlılığına koşut olmayan ancak bir kültürel potansiyeli her zaman içinde barındıran dağınık, kaotik, değişken ve en önemlisi son derece akışkan dinamiklik sergileyen biçimde gündemde olması ile dikkat çeker.



Resim 3. “Zaman Uçar. Aynı zamanda sürücüler de...”, Ford GT 2003 reklamı.

Postmodernizmin ikna edici görünmesinin nedenlerinden biri, hem Kültür’ün hem de kültürün en kötü özelliklerinden kaçınırken, bir yandan da bunların daha cazip niteliklerini korumayı vaat etmesidir. Postmodernizm yüksek kültürün kozmopolitliğine sahip olsa da seçkinciliği reddeder; yaşama biçimi olarak kültürün popölizmine sahip olsa da organizmacı nostaljiye tahammöl edemez (Eagleton, 2011: s.93). Postmodern dönem, bir dönemselleştirme olarak çağdaş kültür motivasyonunu önemser görünür. Bunun nedeni, postmodernitenin ağırlıklı olarak kültürel bir kalıp olarak ekonomik, politik, sosyal ve ideolojik kalıpları da etkiliyor olmasının sürekli tartışılıyor olmasıdır. Böylece anılan tüm unsurlar için kültür bir ikna edici rol üstlenmektedir Eagleton’a göre. Modernite ile kıyaslandığında postmodernite de kültür daha popölist konumda ve üretken kimliktedir. Genel olarak merkezi

konumuna paralel olarak kendisine emre hazır hale getirdiği diğer disiplinleri de kullanmaktadır. Sanat da bunlardan biridir. Bu bakımdan kültürel üretim de önemli bir mekanizması olarak sanat, postmodernite ile birlikte kültür ile ilişkilendirilmeden de kimlik oluşturmakta zorlanmaktadır. Yani sanatın misyonu aynı zamanda motivasyonu olmuştur.



Resim 4. "Engelli ve mağdur çocukların tatil yapması için 1 Milyon Euro bulunması için The Break Yardım kurumuna yardım edin" Afiş alışması.

Tablo 1. Kùltürün geleneksel ve çağdaş kapsam özellikleri

PM	RM
Günümüzdeki dönüşümleri epistemolojik terimlerle anlar ya da epistemolojiyi tümüyle bir kenara iter.	Bir bölünme ve dağılma duygusu yaratan kurumsal gelişimleri belirler.
Günümüzün toplumsal dönüşümlerinin merkezkaç eğilimleri ve bunların altüst edici karakteri üzerine odaklanır.	Yüksek modernliği, dağılmanın küresel bütünleşmeye yönelik egemen eğilimlerle diyalektik olarak bağlantılı olduğu koşullar kümesi gibi görür.
Benliği, deneyimin bölünmesiyle, çözülmüş ya da parçalanmış olarak değerlendirir.	Benliği, yalnızca, kesişen güçler alanı olmaktan öte bir şey olarak görür; aktif dönüşümsel kimlik süreçleri modernlikle olasıdır.
Hakikat savlarının bağlamsallığını tartışır ya da bunları “tarihsel” olarak görür.	Küresel nitelikteki sorunların önceliği göz önüne alındığında, hakikat savlarının evrensel özelliklerinin kendilerini bize karşı konulamaz biçimde dayattığını ileri sürer. Bu gelişmelerle ilgili sistematik bilgi modernliğin düşünömselliği tarafından engellenmez.
Bireylerin küreselleştirici eğilimler karşısında hissettikleri güçsüzlüğü kuramsallaştırır. Günlük yaşamın “boşaltılmasını” soyut sistemlerin devreye girişinin bir sonucu olarak görür.	Güçsüzleşme ve güçlenme diyalektiğini hem de deneyim hem de eylem bağlamında analiz eder. Günlük yaşamı, soyut sistemlere karşı, yitimi olduğu kadar yeniden temellükü de içeren etkin bir tepkiler bütünü olarak görür.
Eşgüdümlü siyasal girişimi bağlamsallığın önceliği ve dağılma tarafından engellenen bir şey olarak ele alır.	Eşgüdümlü siyasal girişimi yerel düzeyde olduğu kadar, küresel düzeyde de hem olanaklı hem de gerekli olarak değerlendirir.
Postmodernliği, epistemolojinin, bireyin/ahlakın sonu olarak tanımlar.	Postmodernliği, modernlik kurumlarının “ötesine” yönelen olası dönüşümler olarak tanımlar.

Kaynak: “Postmodernlik” (PM) ve “Radikalleşmiş Modernlik” (RM) Düşünceleri Arasında Bir Karşılaştırma (Giddens, 1998: s.130).

Postmodernizm, kültürel ve politik boyutlarıyla birlikte bir epistemoloji, bir metodoloji ve bir toplumsal ontolojiyi içine alır. Postmodernizmin doğuşunu takiben toplum yeniden kavramlaştırılmalıdır (Murphy, 2000: s.9). Postmodernizm bir dil, imgelem, gramatik kapsam veya bir kompozisyon olarak kendini gerçekleştirim süreçleri yaşar. Kültürel epistemoloji ve metodolojiler aynı zamanda postmodernizmin de bir açılımı olarak sunulur.

Postmodernizmin dinamik kıldığı olgu, bir ontolojik olgu değildir. Ontolojik gerekçeleri yeniden tartışmak ve buna bağlı olarak epistemolojiyi de esnetmektir. Dolayısıyla kültür örneğinde olduğu gibi ontolojik ve epistemolojik bir kültürel sabitlikten bahsedemiyoruz, aksine değişken, dinamik ve kaotik varlık gerekçelerini kültürel açıdan tartışılmasının daha kolay olacağı kanaati dikkat çekici boyuta taşınmaktadır.

Postmodernizmin bir biçiminde, uluslararası iletişim ve görüntü ağlarının yarattığı “yeni uzamsallığın doğası ve bunu yaşamış olmak” vurgulanır. Burası, küresel bir görüntü, ekran ve yüzey mekânıdır ve burada gerçek ile hayal mahsulü olan birbirine karışmıştır. Merkezi ortadan kaldırılmış olan bu hiperuzamda bu mutlak yakınlık mekânı ve eşanlık, bir şaşkınlık meselesi olabilir, yerinden edilmişlik ya da parçalanmışlığın meselesi olabilir, ya da “düzensizlikle uyum sağlamaya çalışmak bir erdem” olabilir, şaşkınlığı ve parçalanmışlığı normal bir durum olarak kabul etmek mümkün olabilir (Rustin, M. (1989: 121), ‘Post-Kleinian psychoanalysis and the post-modern’, New Left Review, 173: 109-128) (Morley-Robins, 2006: s.110). Postmodernizm ve onunla karakterize bir kültürel genelleme, ilişkilerin ve etkileşimlerin marifetlilik kazandığı ulusaşırılık veya uluslararasılık ile bir genel uzam niteliği kazanmakta ve bunu ağlar ile geliştirmektedir. Bu küresel ağlar aynı zamanda yeni uzamsallığın mekanik boyutu olarak tekno-uzamlar ile yeniden biçimlenmektedir. Bir bakıma tekno-kültürel uzamlar ile kültürel uzamların bileşkesi, gerçek yaşam uzamları ile de birleştirilmektedir. Hiper-uzam bir algısal yerleşmişlik ve alışların yeni doğası olarak bir kültürel ekoloji anlamı ile de ifade edilebilir. Yeni kültürel ekolojilerin önemli bölümü, hiperuzamların kavramsal ve eylemsel çerçevesiyle örtüşmekte olan bir ele alışını belirginleştirmektedir.

"Postmodern kültür, bozulmamış bir yaratıcılık kültüründen çok, bir alıntılar kültürüdür. "Orijinal" kültürel üretim yerine, diğer kültürel üretimlerin ürünü olan kültürel üretime sahibiz. Bu kültür, "yavanlık, derinsizlik, tamı tamına yeni bir tür yüzeysellik" kültürüdür. "Gizli" olanakların olmadığı imgeler ve yüzeyler kültürü, hermenotik gücünü diğer imgelerden, diğer yüzeylerden devşirir (Sim, 2006: s.174). Modernizm, bilimsel, sanatsal ve kültürel anlamda yaşadığı gelişimi belli yaratıcılık potansiyellerini merkeze alarak gerçekleştirmiştir. Doğal olarak yaratıcılık, bir icat kültürü de geliştirmiştir. Sanatta akımlar, üsluplar ve diğer nesnel ifade olanaklarının zorlanması ve disiplinel kılınması örnek verilebilir. Bilimsel gelişmeler ile de sanatsal gelişmelerin koşut olduğu görülmektedir. Atomun parçalandığı esnada sanatta nesne parçalanıyordu. Psikanalizin gelişimiyle sanatçıların dışavurumsal potansiyelleri delik deşik edilmeye başlandı. Jazz müziği ile Fütürizm de paralel gelişim gösteren sanatsal eşleştirmeler olarak sunulabilir.



Resim 5. "Dans", Britney Spears, "The Zone Programı, ABC TV, 2003.

Bu bakımdan kökleri derinleşmiş disiplinler izahatlar, manifestolar söz konusu olmuştur. Postmodern kültürün mirasyediliği, kültürel icatlar açısından modernizmden etkilenmiştir. Derinlemesine bir yaratıcılıktan ziyade yüzeysel bir etkileşimin yeni motivasyonlardaki tesirlerinden faydalanma demek, bu noktada daha doğru olabilir. Kültürün tahvil edilebilir nitelikleri postmodern kültürde derhal

işleme sokulur ve değeri yitirilir olduğundan, imgesel göstergelerde daha çok önümüze çıkan simgeler olarak dikkat çeker. Bu bir kültürel deformasyon olmakla birlikte kültürel tükenmişlik için inandırıcı bir altyapı da gerçekleştirme potansiyeline dönüşmektedir.

Postmodern çağımız olağanüstü bir biçimde öz-bilinçlidir. Postmodern çağ, kültürel etkinliğin, önde gelen kültürel seçkinlerdense, doğrudan kamuya hitap edebilen medya endüstrileri tarafından tahakküm altına alındığı bir çağdır (Sim, 2006: s.184). Postmodern kültür, postmodern olduğu için bir tahakküm kültürü niteliği sergilemez. Öncelikli olarak kültür, postmoderniteyi dolaylı olarak tahakkümü altına alır. Daha önce de vurguladığımız gibi kültürün sol tarafına gelen kavramların biçimlendirdiği bir kültür kalıbı açılımında kültür, edilgen durmaktadır. Dolayısıyla postmoderniteyi tasvir eden unsurlar, kültürün sol tarafına yerleşen kavramlardır. Medya kültürü dediğimiz zaman medyanın bir postmodern nitelik olduğunu ve dolayısıyla kültür olarak yerleştirildiğine tanık oluyoruz. Burada medya bir kültürel formasyon olarak etkindir. Çelişkili durum postmodern kültür olarak genelleme yerine medya kültürü, tüketim kültürü, teknoloji kültürü gibi özel boyutlu kültüreliliğin postmodern olarak kabul edilmesi gerektiğidir. Altı çizilen nokta da budur.

Postmodern "yeni duyarlık" modernizmin kültürel elitizmini reddetti. Çoğu zaman popüler kültürü "alıntılama" sına rağmen modernizm, popüler olan her şeye karşı derin bir şüpheyle belirlendi. Resmi kültür olarak müze ve akademiye girmesi, şüphesiz modernizmin sınıf toplumu elitizmine hitap edişiyile ve bu elitizmle uygun ilişkisiyle kolaylaştırıldı. Postmodern yeni duyarlığın modernizmin kanonlaştırmasına karşı tepkisi, popüler kültürün bir yeniden değerlendirilişiydi. Bu yüzden, 1950'lerin sonları ve 1960'ların başlarının postmodernizmi, kısmen modernizmin elitizmine yönelik popülist bir saldırıydı (Sim, 2006: s.171). Modernizm, sanatta ve dolayısıyla kültürde elitist tavır sergilemekteydi. Popülerliğin yaygınlığı, elitliğin popülerliği ile sağlanmaktaydı. Yüksek sanat bir aracı misyona sahip olarak, kültürel elitizmi pekiştirmekteydi. Postmodernizmin kitlesel kıldığı ve manipüle ettiği tüm kültürel başlıklar, modernizmin kültürel kalıpsallığı ile sınıfsallığını da hızla dağıtmıştır. Böyle bir olayın postmodern saldırı olarak adlandırılmasının gerekçesi, kültürel yeni gerekçelerin ön plana çıkarılması olarak gösterilebilir.

4. BÖLÜM

TASNİFLER VE BAĞLAMLAR AÇISINDAN KÜLTÜR

4.1. Kültürün Yeni Tanım kapsamaları

4.1.1. Kültür İçin Geleneksel Tanımlar

Kültür, müşterek bakışın, birlik ruhunun ve bütünlük göstergelerini işleyen bir bedenin en karakteristik emarelerini ifade eden sosyal dinamiklerin tarihsel sabitliğini, özellikle işleyen bir olgudur. Diğerlerinden ayrı özellikleri haiz olmanın yanında diğerleri tarafından anlaşılabilmenin de mümkün verilerini ortaya koymak durumundadır. Bu yönüyle ayrımcı ve birleştirici duruş sergileyerek belli kimlik profili yapısını da somutlaştırmaktadır diyebiliriz. Kültür kavramı ya da olgusu, her toplumun kendi iç dinamikleri tarafından üretilen örf, adet, estetik, sanat, edebiyat, hukuk, din, ahlak gibi değerler manzumesini içeren dinamik bir sürece işaret eder. Kültür bu hali ile, üretildiği toplumu diğerlerinden ayıran ve farklı kılan bir boyuta sahiptir (Şan- Hira, 2007: s.5). Dinamik bir olgu ve dinamik bir süreç olarak kültür, genel anlamda toplumsal ayrımları ve yaşamsal farklılıkları de tasnif etme gücüne sahip olduğundan, belli açılardan “kültürel genetik” yakıştırması ile de başka bir anlam temeli üzerinde yeniden içerik kazanmaktadır.

“Kültür, bir dönemi hem destekleyen hem de aşan güçleri içeren bir fenomen olarak algılanmaktadır. Kültür, toplumsal bütünleşmenin yanı sıra değişim ve çözülmeye de eğilim gösteren tüm etkenleri kapsayan hacimli bir kavram kabul görmektedir” (Krogh, 1999: 248). Kültür kapsayıcıdır. Toplumsallığını kapsayıcılığında ve aidiyet duygusunun içini dolduran gelenekselliğinde gerçekleştirir. Toplumun ayakta tutan, refleks ve reaksiyon gücünü aktif kılan, bütünleşmeyi koşulsuz sağlayan, birliğin birincil anlamı olan hacimli bir kavram olmakla birlikte, özellikle bu kültürel genelliğin karşısına çıkan yeni kültürel formlar ve bu formların gerçeklik ve geçerlilik kazandığı ekolojik kapsam, kültürel açıdan dağılmaya ve dirençsizleşmeye de sebep olabilmektedir. “Kültür, uygulandıkları takdirde uygun ve kabul edilebilir saydığı eylemler yelpazesinde yer alabilen davranışlar üretebilen kurallar ve standartlar kümesidir” (Cevizci 2003:245). Kültür, zamana ve mekana toplumun yapıştığı bir konformizmi (toplumsal uyguculuğu) şart

koşarken, aynı kültür şimdi, zamana ve mekana direnç göstermeyip sürekli devir dayımı gerektiren bir ardışıklık prensibi ile her üretimin yerini yenisinin almasını şart koşar.

Antropologlar tarafından ilk defa, 19.yüzyılın sonlarında geliştirilmiştir ve ilk açık ve kapsamlı tanımlama İngiliz antropolog Sir Edward Burnett Tylor'a aittir. Tylor, 1871'deki yazılarında kültürü, bilgi, inanç, sanat, hukuk, ahlak, adet, gelenek ve toplumun bir üyesi olarak kişinin yaşayarak kazandığı huylar ve kabiliyetler bütünü olarak tanımlamaktadır (Haviland 2002: s.64). Kültür aynı zamanda yetenekler alanıdır. Toplumsal yetenekler olarak sıralayabileceğimiz kitlesel davranış örüntüleri ve buna ilişkin kültürel ve sanatsal tüm olanakları yaşamsallaştırırken, kendi iç dinamiklerini ve dışavurumlarını da formasyona tabi tutmuş olur. Kısaca kültürel bileşmeler, bileşke kabiliyetleri ile dikkat çekerler. Yanık'a göre ise kültür insanlar arasındaki hem temel bir benzerliklere hem de sistematik farklılıklara işaret eder, sosyal bilim alanında kültür, insani olanla; yani insanın yapıp-etmeleriyle bağlantılı olandır ve kültür kelimesi Latince cultura (colere kökünden gelen: ekip biçmek, ikamet etmek, dikkat etmek, meşguliyet, muhafaza etmek) kelimesinden türemiştir (Yanık 2013: s.19,20,23). Yanık'ın vurguladığı gibi kültür, kendi uzayında ve mikro düzeyde benzerliklerin birliğini işlerken, küresel anlamda ve makro düzeyde farklılıkların ifadesi olarak değerlendirilmesini, yakın bir zamanda terk etmeye başladık diyebiliriz. Zira kültür artık, küresel anlamda tek kültürlülük ve küresel kapsamlı ve kapitalist niyetli tüm mekanizmaların dinamiklik kazandırdığı bir çeşitliliğin birlikteliğine terfi ettirilmiş olarak değerlendirilmektedir.

Sosyolojik açıdan kültür kavramı, toplumsal hayatın simgesel özelliklerini içermektedir. Başka bir açıdan, "bir toplumun üyeleri ya da bir toplumun içindeki grupların yaşam biçimlerine, onların nasıl giyindiklerine, törelerine, çalışma kalıplarına ve dinsel törenlerine" göndermede bulunmaktadır. Raymond Williams'ın ifadesiyle antropolojik anlamda kültür, " insanların, bir toplumun üyeleri olarak edindikleri beceriler, düşünce ve davranış biçimleridir (Hançerlioğlu 2010: 231). Kültür sosyolojisi, kültürün sosyolojik süreçlerindeki hızı ve değişkenlikleri tartışma noktasında artık. Kültürel antropoloji artık yeni kültürel sosyoloji için bir yönseme ve nitelik ayrımı da değildir. Antropolojik çalışmaların etnik, etnolojik ya da yerel söylemleri terk ettiğini düşünebiliriz. Küresel anlamda da antropolojik detayların büyük bir önemi olmamaktadır diyebiliriz.

Bilgiç'ten aktaran İşçi, “Bir millete şahsiyetini veren, diğer milletlerle arasındaki farkı tespiti yarayan; tarihin seyri içerisinde teşekkül etmiş, kendine has maddi ve manevi varlık ve değerlerin ahenkli bütününe kültür adını vermektedir” (İşçi, 2000: s. 1-8) demektedir. Kültürün ahenkli bir bütün derdi yoktur günümüzde. Kültürün gerekçesi bütün değil birliktir. Belli niyetleri ve hedefleri besleyen konularda birlik sağlamak söz konusudur. “Kültür biyolojik olarak kalıtım yoluyla aktarılmaz, öğrenilir”, der antropolog Ralph Linton ve bunu insanlığın “toplumsal kalıtımı” olarak adlandırır. Kişi, kültürü içinde büyüyerek öğrenir ve kültürün bir nesilden diğerine aktarılması sürecine kültürlenme denir. Bir toplumun kültürünün bir nesilden diğerine aktarılması ve bireylerin toplumun üyesi halinde dönüşmesidir (Williman, 2008: s.113). Biyoloji, genetik olguların izahatının bir adresidir. Konu kültür olunca, kültürel genetik adına biyolojik bir temellendirmenin gereği söz konusu değildir. Burada kültürel genetik, kültürün aktarımı, yaşatılması ya da nesilden nesle taşınmasına dolaylı tesir oluşturan alışların, kanıksamaları ya da davranış örüntülerinin nesnel diğer aparatlarla birlikte bir mensubiyet karakteri olarak vücut bulmasının koşullarını ifade eder. Sonuç olarak toplumsal kalıtım da, o topluma aidiyet gerektiren bileşenlerin toplamından ibaret bir kültürel gelenek ya da özümsemeyi aynı zamanda karşılayabilme potansiyeline sahiptir.

Sonuç olarak geleneksel kültür tanımları ve yorumlarından çağdaş tanım ve yorumlara ilişkin bir genellemede karşıt ele alışların da bir geçişi tartışmak için bazı saptamalar söz konusu olabilmektedir. Örneğin Murphy, “kültür, yaratıcı eylemin düşmanı yabancı eylemin düşmanı yabancı bir şey olarak ele alınır. Bu anlamda kültür, toplumsallaşmayı saptıran bir “oyma put” türü olarak görülür. Özellikle kişinin kimliğinin kaynağı dışsallaştırılır; çünkü normatif davranışın kurallarını kültür belirlemektedir. İnsanlar, saf gerçekliği görüntülerinin aynaya yansıdığı gibi yansımazlar. Toplumsallaşmanın bu yorumu, stoacıların kendi kaderlerinin önünde hemen her zaman diz çöken bireyler olarak apatheia diye adlandırdıkları şeyle sonuçlanır. İç motivasyon imkansızdır; çünkü insan bir vehim, bir belirsiz gerçeklik suretidir. Neden insani kontrolün ötesinde bir şeyi değiştirme girişiminde bulunulsun? İnsanlar psikolojik nedenlerden dolayı duygusuz değildirler; eylemleri, gerçeklikten koparıldığı için duygusuzdurlar (Murphy, 2000: s.139). Normal ve konformal açıdan bakıldığında kültür, insan ile toplumsallık arasındaki köprünün katı ve kuralcı kriteriyumuna dönüktür. İnsan için toplumsal mensubiyetin sorgusuz

sualsiz icabeti olarak gördüğümüz aidiyet duygusunu da bu kriteriyumlar pekiştirir. Kültürün kriteriyumsuz, katı olmayan ve esnek yapılar ile yeniden tanzimini kolaylaştıran yeni kültürel ekolojiler, birey için toplumsallığın katı yapısından uzaklaşması duygusuna yöneltse bile, bireyin tutum ve davranışlarını belli bir alana kanalize eden sistemler ile yine ve yeniden kültürel kriteriyumlar devreye girmiş olmaktadır.

4.1.2. Kültür İçin Çağdaş Yönelimli Tanımlar

Sanayi öncesi geleneksel toplum yapılarında kültür, birçok alt-kültür öğelerini de içeren bir çeşitliliğe sahipken, modern sanayi toplumlarında, standart ve seri üretim gibi sanayinin doğasına uygun bir duruma getirilmiş vaziyettedir. Artık, kültür olgusu çağımız üretim gereklerine uygun bir sanayi kültürüdür. Oysa sanayinin kuralları kültürün özü ile çelişmektedir. Sanayinin rasyonalitesi seri ve standart bir üretimi gerektirmektedir. Dolayısıyla söz konusu sanayinin kuralları yaratıcılığı verimsizleştirmekte, yaratıcılığı aklın dar sınırları içine kapatmakta ve özgünlüğün giderek kaybolmasına yol açmaktadır (Şan- Hira 2007, s.5).

Kültür en nihayetinde mikro ile makro etkileşimler çerçevesinde üretim, yayılım ve paylaşım gerçekleştirdiğinden, içinde üretildiği ve kalıplaştığı toplumun da zihniyetine, gelenek-gelecek köprüsüne, pratiklerine ve kültür olarak pekişmesine katkı sağlayacak sanatsal süreçleri de canlı tutar. Kültürün bu kalıtsal ve organik bünyesine ilk dış müdahalenin sanayi toplumu olmaya geçiş ile ortaya çıktığı söylenebilir. Sanayi toplumu olmak için tarihsel hesaplaşmalar ya da savaşlar değil, gelişmenin doğası ve ekonomik gerekçelerin varlığı etkili olmuştur. Kalabalığın, fabrikasyonun, işçi sınıfının ve dolayısıyla nüfus göçleriyle birlikte kentleşmenin başlaması, kültürün doğal ve organik bünyesinin değişimine, dönüşümüne ve çoklu kültür göstergeleri biçiminde yeni bileşmelerde tanımlanmaya başlanmasına kadar sürmüştür.

Kültür terimi o kadar belirsizdir ki, kuramcının ona getirdiği bütün ön yargılarla kolaylıkla doldurulabilir (Halton, 2014: s.48). 21. yüzyılın başında epistemolojik açıdan kültür, içini her şey ile doldurabileceğimiz bir kapsam içindedir. Bu açıdan tartışmaların odağındadır. Birçok entelektüel yaklaşımın nesnesi olurken, kuramcılarının üzerinde dinamik, esnek ve değişken içerikleri kolayca

yerleştirip tartışılabilir hale getirdiklerini söylemek normal görünmektedir. Çağdaş kültür kuramı çoğunlukla duyumsal bir yoksunluk biçimidir. Kültürün ‘semboller ve ifadeler sistemi’ olduğunu iddia edenler kültürün, sembollerin ve ifadelerin organik yaşama ne dokundukları ne de dokunuldukları şeklinde eleştirel olmayan bir varsayımda bulunurlar. Aslında kültür kuramı ideologları kültürle organik doğa ya da evrim arasındaki ilişkilere olan her ilgiyi kültür sisteminin ifade üzerindeki egemenliğine tehdit olarak görürler (Halton, 2014: s.55). “Semboller ve ifadeler” kültürü gibi demografik, göstergesel ve semantik kültür çerçeveleri ile meşgul olabilecek bir sanatsal, tasarımsal ve dolayısıyla kültürel yeni motivasyonlar, kültürel ekolojik tartışmalar için çok merkezi değer göstermezler. Genellikle geleneksel kültürel formasyon ve etnik göstergeler için yoğun olarak gündeme getirilen sembollerin yerini bugün daha nesnel ve hazcı motivasyonları sağlayabilecek tüketimsel göstergeler almaktadır diyebiliriz.

Kültür kendini sıfırdan yaratma kapasitesinin politik değeri adına faydalanılan, öznelliğin yargılama tiplerine yönelik ölçütte vücut bulan tarihsel devamlılık üzerine ahlaki açıdan yerinde varsayımlarla doğrulanan bir kendine iyilik değeri kazanmıştır: Başka bir deyişle bu ‘kimlik politikalarıdır’ (Valentine, 2013: s.103).



Resim 6. “Yarım Melek”, Cindy Cummings, 2001.

Kimlik politikaları kültürün aynı zamanda politik boyutlarına da gönderme yapmamızı mümkün kılar. Kimlik birçok toplum için tarihsel bir arka plan ile şekillenir. Etnolojik, antropolojik ve dini nitelikler ile kimlik aynı zamanda politik bir göstergeye de dönüşür. Kültür politikaları zaman zaman kimlik politikalarını da kapsayan tanımlandırmalara ve konumlandırmalara malzeme sunar. Bir yanda ‘arı’ kültürler diğer yanda ‘karma’ kültürler yoktur. Kültürlerin tümü, kültür temasları evrensel olgusu nedeniyle değişik derecelerde, süreklilik ve süreklilik kesintisinden yapılmış ‘karma’ kültürlerdir (Cucho, 2013: s.90). Karma kültür, kültürlerin bir karışımı olarak değerlendirilmemelidir. Kültürün genetik ya da kalıtsal özellikleri ile günlük yaşama ilişkin müştereklerin kültürelleştiği bir ortamda olası çatışma durumları, kültürel bozulmalar için açıklanabilir bir durum olarak ortaya çıkar. Başka bir deyişle çoklu kültür, karma kültür olarak değerlendirilir ise, kültürel anlamda kozmopolitliğin de altyapısı belirginleşmiş olur. Tüm bu ele alışların daha ötesine geçerek arı kültürlerin sonuna doğru geldiği söylenebilir. Diğer taraftan da karma kültür ile neyi kast etmemiz gerektiği noktasında tereddütler yaşayabiliriz.

Smelser’a göre yazın tarihinde kültürün egemenlik göstergelerini işleyen çeşitli aşamalar vardır (Smelser, 2014: s.29). Tartışılan temel unsur kültürün içeriğinden ziyade bu içeriği biçimlendiren süreç ve süreci tasarlayan aktörlerin nesneleştirdiği mekanizmalardır. Kültürel üretim ve yayılım için olası mekanizmaların teknolojik, politik, etnolojik ve ekolojik müşterekleri ile ilgisinde değerlendirilmesi mümkün kılınmaktadır.

Swingewood’un kitle kültürü kuramında iki tema öne çıkmaktadır: 1.Yoğun ekonomik ve teknolojik gelişmeler karşısında geleneksel toplumsallaşma kurumlarının zayıflaması, 2. İnsanın emek ve etkinliği sonucu ortaya çıkan nesnelere, insan kontrolünün dışında gözüken bağımsız, özerk güçlere dönüştüğü kültürün artan somutlaşması. Böylelikle kitle toplumunun parçalanmış insanı “anlaşılmaz bir zorunluluk” tarafından yönetilmektedir (Swingewood, 1996: s.32). Swingewood için kitle kültürü, geleneksel kültür ve mikro toplumsal potansiyelleri işleyen kültürü büyük ölçüde geri plana iterek daha ekonomik ve teknolojik gerekçeleri önemli kılmaktadır. Bu da kitleselleşmenin bir temeli ve tartışma konusu olan kültürel dağınıklığına ve çoklu kültür ortamlarına yönelik bir saptamayı değerli kılacaktır. Yani bu yeni kültürel kapsayıcılık ve tesir gücü karşısında insanın kitlesel olarak da acziyetini ortaya çıkaracaktır.

Kitle toplumunun yaratılmasının temel gerektirmesi olarak sunulan “kültür endüstrisi” olgusu, politik ve ekonomik kültürel kimliklerin müşterek formasyonu için belirli kalıplar ima edebilmektedir. Darder bunlardan birkaçını şöyle takdim etmektedir;

“...her şeyden evvel, kültürün ve politik anlayışımıza uzanan ve alt topluluklardan üyelerin kimlik şekillenmesine yönelik bu güçlerin etkisi ve farklılığının merkezinde olan konuların diyalektik okumasını açık bir şekilde ifade etme çabasını gösterir. Böyle yaparak, (1) etnisite ve kimlik kavramlarının tekrar incelenmesine; (2) kültürel bilginin oluşmasında deneyim gücünün yeniden kullanılmasına; (3) kültürel bilincin gelişmesi ve sömürgeleşmeyi, sömürge kolonilerinden çekilmeyi yeniden göz önünde bulundurmasına; (4) kimlik şekillenmesinin merkezi olarak maddi şartları ve sınıf ilişkilerinin tekrar kurulmasına; (5) farklılığın toplumsal algıları üzerine medyanın bozucu etkisi; (6) ırk-temelli belirlilikten, ırksallaşmaya ve ırkçılığa açık bir şekilde odaklanmaya uzaklaşmasına; (7) sınırların varlığının kültürler arası kavramlarıyla uzlaşmasına; ve (8) dünyamızı şekillendiren hakim güçlere karşı mücadele etmek için önemli bir strateji olarak farklılığın dayanışması ihtiyacının ortaya çıkmasına neden oldu” (Darder, 1995: s.16).

Kültürel kimliğin şekillenmesine tesir eden ekolojik unsurlardan önce kültürel genetiğin oluşumuna katkı sunan etnik unsurlar arasında bir ilişkiyi düşünmenin bu günkü anatomisi, özellikle kültürler arası etkileşimi ve dünyayı şekillendiren diğer tüm kültürel ekolojik karakterlerin betimlenmesi ile daha iyi anlaşılabilir. Kültür bir mücadele alanı olduğu kadar bir ittifaklar alanıdır da. Dolayısıyla etkileşim, bir kültürel motivasyon için inşa edilmesi gereken müşterekleri daha da anlamlı hale getirmektedir.

Horheimer Adorno "Kültür Endüstrisi" kavramını, bir kültür kuramından ziyade bir endüstri kuramı olarak geliştirmiştir. (Horheimer, 1996:7-8). Adorno ve Horkheimer, 20. Yüzyılın ilk yarısından ikinci yarısına geçişin mühendislik ve projektif gerçekliği hakkında bizim fikir edinmemizi kolaylaştıracak argümanlar sunmaktadırlar. Frankfurt Okulu bünyesinde yeni bir kültürel evren kurgusunun özellikle endüstriyel kapsam ile olan münasebetini tartışmaya açarak, kültürün endüstriyel içerikleri ile buluşmasının felsefesini de işlemeye olanak sunmuşlardır.

Kültür endüstrisi, endüstrinin kültürel formlar ürettiği ve endüstriyel üretimin bir kültürel üretim olduğu tezini işlemez. Aksine kültürel kimlik ve formasyon için yeni bir dünya düzeninin özellikle küresellik olarak bir genel kültürel formu insanlığa dayatmalarının söz konusu olmasını sağlamıştır. Bir başka ifade ile kültürel yeni formların aynı zamanda endüstriyel formlar olarak ileri sürülmesini dile getirmektedir. Böylece kültürel üretim ya da kültür üreticileri adlandırmalarıyla karşılaşmaya başlıyoruz. Sonuç olarak kültür endüstrisi, bir yeni ekolojik açılamdır. Hatta kültürel ekolojiler olarak işleyeceğimiz yönelimlerden en önemlisini teşkil etmektedir. Çünkü kültür endüstrisi, kültürün üretilebilir, tüketilebilir, yeniden üretilebilir ve satılabilir olmasına olanak sunan meta kavramını da ön plana çıkarmaktadır. Kültür endüstrisi bir kültürel ekoloji olarak, kendi içinden türeyebilecek gelecek trendlerine de kültürel içerik yüklemekte güçlü ve maharetli olabilmektedir. Bu bağlamda endüstri sözcüğü doğrudan doğruya üretim sürecini değil, kültürel bir ürünün standardizasyonunu ve dağıtım tekniklerinin rasyonelleştirilmesini anlatmak amacıyla kullanılmaktadır (Adorno, 2003: 78; Held, 1984:90).

Endüstri sözcüğü ile kültür sözcüğünü yan yana getiren olgular yerel ya da mikro kültürel olgular değildir. Daha makro ve küresel olgular, endüstriyel bir kimlik ile kültürü yeniden önümüze yerleştirmiştir. Kültürel her üretimin ya da ürünün rasyonelleşmesi için bir kültür ekolojisi gereklidir. Zira bir ekolojik katkı, yayılımın da rasyonelleştirmenin de odağı olarak dikkat çeker.

Kültürel kimlik sorunu mantıksal olarak bir ilk aşamada daha geniş boyutlu ve bileşenlerinden biri olduğu sosyal kimlik sorununa gönderme yapar. Sosyal psikoloji için kimlik, bireyde psikolojiklikle sosyal bağlamaya yarayan bir araçtır... Bir bireyin sosyal kimliği onun sosyal sistemdeki aidiyetlerinin tümüyle özellik kazanır (Cuche, 2013: s.115). Kültürel kimlik 21. Yüzyılın başlarında olduğumuz bu günlerde sadece kültürel anlamda müşterekleri ve aidiyetleri ifade etmekte oldukça yeterlidir, ancak, sosyolojik ve dolayısıyla sosyal-psikolojik anlamda bir aidiyeti tam olarak karşılamayabilir. Bunun nedeni, bireyi sosyalleştiren olgular ile kültürel olguların zaman zaman aynı şeyleri karşılamadığıdır diyebiliriz. Kültür yalnızca ona uygun olarak yaşadığımız şey değildir. Aynı zamanda, büyük ölçüde uğruna yaşadığımız şeydir (Eagleton, 2011: s.152).

Kültür bir ideal kalıpsallıktır. İdeal olarak kültür, mensubiyetin ya da aidiyetin hem maddi hem de manevi bileşenlerine bakmamızı gerektirir. Kültür ekolojik kapsamını etnolojik olmaktan çıkardıktan sonra, daha güncel ve yaşamsal parçalar ile özdeş kurgulamak durumunda bırakılmıştır. Doğal olarak bir ideal olarak kültür yerine bir kültür olarak ideal konuşlandırılmaktadır diyebiliriz. Toplumsal olgular, üç ana özellik aracılığıyla tipleştirilir: dışsallık, sınırlama ve genellik (Jenks, 2007: s.52). Jenks'in toplumsallığın olgusal tasnifi için karşıt kavramsal teşkiller tercih etmesi ilginçtir. Bu olgular için kültür, her üç tasnif maddesi ile ilintili ve homojen görülebilir.

Küreselleşmenin ekonomik tabanı post-fordist ya da esnek üretim biçimine, kültürel tabanı bilgi ve enformasyonun küreselleşmesine dayalıdır. Bu geçiş, iletişim teknolojilerindeki gelişmenin ekonomik, kültürel, siyasal alanın yeniden yapılanmasındaki aracılık rolüyle yakından ilişkilidir (Timisi, 2003, s. 110). Küreselleşme özünde kültürel tesirleri olan ama ekonomik bir süreç olarak anılabilir. Küreselleşmenin ekonomiye atıfta bulunan kavramlarından başlıcalarını ise “üretim ve tüketim” kavramları oluşturmaktadır. Özellikle üretimin felsefi temellerini atarken (fordizm, postfordizm gibi) tüketimin ise kültürel kodlarını ön plana çıkaran küreselleşme, böylece emre hazır hale getirdiği mekanizmaları da kültürel potansiyel olarak sunuyordu.

Görsel kültürün teşkili ile buna bağlı teknolojiler ve enformasyonun yayılım hızı, müşterek gayeleri başarmakta etkin ve yetkin kılınmışlardı. Endüstriyel olan ile kentsel olanın kaynaşması, ikincisinin ilkinde eylemler hiyerarşisi içinde tabi hale getirilmesine, bunun bir ek iş, bir sonuç, bir araç olarak düşünülmesine yol açar; bu kaynaşmanın ağır sonuçları vardır. Ortaya çıkan sonuç, sözde bir kent kavramı, yani şehircilik, sanayi rasyonalitesinin uygulanması, kent rasyonalitesinin tasfiye edilmesidir (Lefebvre, 2014: s.43). Kentleşmenin ana dinamiği ve kentlerin yatay olarak genişlemesini sağlayan temel olgu endüstrileşme olarak kabul edilir. Sonuçta merkez unsur ekonomiktir. Buradan hareketle kent uzayları ve kent ekolojileri içinde bir kültür kapsamı, her şeyden önce kitleseldir ve dolayısıyla ekonomiktir. Tüketimci yaklaşım, tamamen metalaşmış bir ontolojide yansıttığı öznelliğe esir düşer. Olmak, sahip olmaya, muhtaç olma arzusuna indirgenmiştir... Tatmin daima bir nesne ya da programlanmış bir deneyim dolanımıyla gelir ve kaçınılmaz olarak bir bedeli vardır (Wernick, 1996: s.63). Wernick'in yaklaşımında sahip olmak ile muhtaç olmak

arasındaki ayrımın tüketim olan gerektirmesi, muhtaç olmaya doğru odaklanmaktadır. Özellikle ihtiyaçlara dönük ihtiyaçlar üretmek, aslında ihtiyaçları kültür olarak düşünmeyi de sağlayabilir.

4.2. Sanatın Konumsal Problemleri ve Kültürün Tesirleri

Kültürel çalışmalar, metodoloji ve metodun belirli türleri ve belirli çalışma konularına, kültürel teorinin, belirli türlerine odaklanmasıyla göreceli olarak kısa tarihi aracılığıyla kontrol edilen bir alandır. Bunu söylemekle, kültürel çalışmaların, dolayısıyla, disiplinler arasında olmadığını ya da çevreleyen ve destekleyen disiplinlerce şekillenmediğini ancak herhangi bir bilginin ve herhangi bir alandaki bilginin gerekliliği ve anlamının şekilleri ve belirli yapılarında yer aldığı iddia edilemez (Oswell, 2006: s.9). Kültürel çalışmaları disiplinel bir yerleşik sistem niteliğine taşımak biraz zordur. Metodolojik açıdan çeşitli sıkıntılar içerebilir. Çünkü kültürel metodolojiler ile kültüre olan olgusallığın içerdiği metodoloji uyum sergilemeyebilir. Burada kültürel ekolojiler olarak değerlendirilebilir bir disiplinler ilişkisi tartışmak, disiplin olarak ele alınacak sosyal, kültürel, bilimsel ya da sanatsal kapsamların kültürel münasebetlerde kültürün hakimiyetine ilişkin tesirlere maruz kalması söz konusu olabilir. Yani kültür, bir disiplin olarak değil ama disiplin kültürel kılınabilir.

Mekansal ilişkilerin toplumsal çoğalmasının objektifinden bakıldığında, yeniden bir araya gelmiş kültürel ülke/bölge, en başlıca şehir merkezlerinde, şehir toplumunu tekrar tanımlamaktadır. Günlük mekanın kesişen yollarında, farklılık kavramı, popüler kültürün bölgesini önemli derecede etkileyen, dönüşen kültürel düzende en derin anlamına sahiptir (Darder, 1995: s.124).

Kültürel uzaylar, 21. Yüzyılın içinde kentsel mekanlar ve kitlesel yaşam koşullarına ait mekan tasvir ve tasavvurlarında oldukça fazla gündeme gelmeye başlayan bir kullanımdır. Doğal olarak kent hem kültürel bir ekolojiyi hem de kitlesel yaşamın koşullarının inşa ettiği yeni ekolojiyi de ayrıca sınırlandırmaktadır. Kentler fiziki ve yaşamsal benzerlikleriyle aslında standartların ve sistem kapsamlarının da benzerliklerini ortaya koymaktadır. Popüler kültüre ait uzay olarak kent uzayı artık, popüler kültürün kendisini yeniden kurguladığı ya da yaşadığı değişimleri bir tür kültürel kalıba taşıdığı mekan olarak dikkat çekmektedir. Kültürel entegrasyon ya da

kültürel konformizmin ikamesini ve taşıyıcılığını yapan kent, aynı zamanda, bu ekolojinin yaratımında kültür endüstrisini ve sanatı da doğrudan kullanmaktadır diyebiliriz.

Kültürel olarak uzman olan ve farklılıkları destekleyen değişiklikleri yapan kurumları arayınız. Kültürel grupları ve temsil ettiği kültürü yapısal olarak anlamayı sağlayan tasarım sergilerini birleştiren örnekler, müzelerdir (Andrus, 2001: s.14).

Kültürel anlamda uzmanlık sağlamış kurumsal yapılara olan ihtiyaç, özellikle çağımızda iki türlü gelişmek zorundadır. Birinci kültürel uzmanlık gelişimi, daha çok kültürel üretim konusunda söz konusu olacak uzmanlıktır. İkinci uzmanlık ise kültürel tüketim konusunda söz konusu olacak bir stratejik uzmanlık olacaktır. Her iki uzmanlığın kurumsal anlamda da iki türünden bahsedebiliriz. Kurumsal yapının birincisi, kültürel uzmanlığın birinci özelliğini ifade eden üretime ait kapitalist, şirket ve kar amaçlı olanlar olarak gösterilebilir. Kurumsal yapının ikincisi ise stratejik kurumsallık ise pedagojik kurumlar olarak gösterilebilir. Bunun içine sanat ve sanat eğitimi de katmak zorundayız. Tüketim kültürü ve tüketim estetiği olgusunu pedagojik gerekçeleri, bizi bu noktada haklı göstermekte yeterlidir.

Modernizm ve postmodernizm için sanatsal odak oluşturmanın hedefleri ve yönelimleri farklılıklar göstermektedir. Sanatın çağdaş yeni motivasyonlarında miras alınan kalıpsallığın hızlı deformasyonu ve eklektik tercihler, kültürel anlamda sanatın misyonuna da yeni odaklar ilave edebilmektedir. Gerçekten, modernlik ötesi olarak karakterize edilebilen çeşitli kültürel eserlerin ilk icat edildiklerinde, cezp edicilikleri, bu gibi ayrı cinsten stiller ve ürünlerin 'aile benzerliği'ni ve hepsinin şöyle ya da böyle reaksiyon halinde durduğu estetik ve ürünlerin kendilerinde değil, ancak bazı yaygın yüksek modernlik dürtüsünde aramak kadar güçlüdür (Jameson, 1998: s.21).

Modernizm bir proje olmak için oldukça karakteristik ve uzun soluklu bir tarihsel kesittir. Modernizmin ötesi, modernizm sonrası olarak ele alındığında, modernizmin alternatifi ve karşıtı bir projeden bahsedebiliriz. Adına postmodernizm denilen bu dönemselleştirmenin ana gayesi de zaten modernizme yönelik bir operasyondan dinamik alan geçiş evresinin kültürel, sanatsal, ekonomik ve politik kapsamıdır diyebiliriz. Bu süreç, sanatı kullanarak bir kültürel icat alanları

geliştirmek biçiminde de değerlendirilebilir. Yüksek modernizm, kültürel zirve ile yeni başlangıçların gerekçelerinin birlikte tartışılmaya başlandığı bir nokta olarak gösterilebilir.

Çağdaş kültür tartışmaları, değer-nötr açısı ve değer-yüklü açısının her ikisini gerektirir. Değer-nötr açısı, piyasa zenginliğinin, farklı zevklere hitap eden pek çok farklı yaratıcı sanat eserlerini desteklediğini göstermek ister. Estetik çoğulculuğumun favori çeşitliliği, kültürde, değerler çeşitliliğinde zıt bakış açılarının geçerli olduğunu kabul eder ve pek çok sanatsal değerlerin son derece ölçülemez olduğunu belirtir (Cowen, 2000: s.234). Çağdaş kültürde ya da popüler kültürde estetik olgu, değer gelişimi ya da oluşumu değil, değer paylaşımı ve ekonomik tahvili olarak görülmektedir. Doğal olarak adına estetik çoğulculuk dediğimiz bir yaklaşım biçimi, değer’i değerli kılan değil, değer’i eder’li kılan biçimine dönüşmektedir. Sanat bu noktada oldukça tavizkar ve tacizkardır diyebiliriz. Taviz vermektedir çünkü asli formasyonunun gayesini meta ile özdeşleştirmektedir. Tacizkardır çünkü, kitlesel manipülasyonlarda kapitalist tacizi mümkün kılan çabaların hem içinde yer alır hem de destekler niteliktedir.

Kültür, gelişerek ya da geriye giderek bir süreç halinde iken, oyun ve oyun olmayan arasında kabul ettiğimiz orijinal ilişki, statik olarak kalmaz. Kural olarak oyun elementi, kutsal küredeki/alandaki en fazla bölümü içine dahil edilerek, yavaş yavaş geri plana çekilir. Geri kalan, folklor, şiir, felsefe ya da sosyal ve hukuki hayatın farklı şekillerindeki bilgi olarak kristalleşir/billurlaşır (Huizinga,1980: s.46). Kültürün yatay olarak genişlemesi, dikey gelişmesine bağlıdır. Ülkelerde, kentlerde, kültürel anlamda kitlesel genişlemeler, kültürel tesir ve gerekçeleri de aynı zamanda değiştirip dönüştürme yetisine sahiptir. Kültürel genişlemenin toplumsal bellek ya da toplumsal ritüeller, gelenekler, folklor ya da diğer bazı sanatsal pratikler ile ilişkisinde oyunun dinamik metodolojisinden faydalanabilir diyebiliriz.

Kültür alanının özerkliğini tehdit eden koşullar, sembolik ‘kutsal’ entelektüel ve sanat hiyerarşilerini sarsan yaygınlaştırma süreçleri içermiştir. Bu durumla birlikte harici kültür uzmanı gurupların alternatif zevkleri onaylamalarına ve daha önce dışlanan popüler gelenekleri ve kitlesel kültür mallarını içeren genişletilmiş bir repertuarı meşrulaştırma çalışmalarına müsaade edebilir (Featherstone, 2014: s.135).

Kültür kendini meşru kılmak için belirli mekanizmalara görevler yükler. Sosyal, iletişimsel, etkileşimsel olarak tasnif edebileceğimiz bu mekanizmaların başında gelen sanat ve sanat entelektüalitesi, yeterli ve kapsamlı biçimde tesir oluşturmak yerine kendi mecrandan çıkan görev tercihleri içinde olmaktadır. Sanatın bugün için bir kültür taşıyıcısı görüntüsünü destekleyen çalışmalar içinde olması tamamıyla politik olmasa bile özellikle ekonomik gerekçelerle örülmüş bir meşguliyeti de meşhur etme gayreti sergilemektedir diyebiliriz. Genel terimlerle söylenirse, kurumları açık bir şekilde kurum şekillenmeleri olarak, kurumları da yerleşik pratikler olarak görmek daha uygun olur. Pratiklerin sürekli tekrarlanması kurumları oluşturur. Kurumları görece istikrarlı toplumsal uzlaşım dizileri olarak görürsek eğer, bu kurumların inşasını da uzlaşım sağlama süreci olarak, bu krizi de uzlaşımın bozulması eğilimi olarak ele alabiliriz (Wagner, 2005: s.74). Kültür hem toplumsal bir olgu hem de yapısal ve fonksiyonel olarak bir kurumsal karakter sergilemektedir. Diğer bir ifade ile kültür kurumsallığını üretim ve tüketim motivasyonları için meşru bir zemin olma özelliği ile kazanır. Kültür müşterekler alanı, ittifaklar ortamı ve uzlaşımın kamusuna karşılık gelen kitlesel tesirler yaratımının kurumsallığını ortaya koymaktadır.

Küresel kitle kültürünün bir diğer önemli özelliği kendine özgü türdeşleştirme biçimidir. Bu kültür, türdeşleştirici bir kültürel temsil biçimidir, eskiden de olduğu gibi müthiş derecede özümseyicidir (Hall, 1998: s.49). Kitle kültürü için kitlenin anlamı daha çok küresel nitelikleriyle belirginleşir. Yerel kültürler için kitlesel olduğu yaklaşımı yeterli değildir. Kitle nitelikten çok niceliği ifade ettiğinden küresel anlamda kültürel üretimler için muhatap niceliğini de ifade etmektedir. Küreselleşmenin ekonomik yayılıma ve kapitalist yaklaşıma yönelik hedef doğrultusu için kültür bir taşıyıcı ve türdeşleştirici eylem alanı olmaktadır. Kültür savaşlarımız, uygarlık olarak kültür, özdeşlik olarak kültür ve ticari ya da postmodern olarak kültür arasında olmak üzere üç yönlüdür (s.79). 21. yüzyıl yerel ve küresel kültür mücadelelerinin son bulacağı ve küresel tek tipleştirme politikalarının kültürel entegrasyonu üzerinden gelişeceği bir yüzyıl olacak gibi görünüyor. Kültür savaşlarının ana muharrik unsurları küresel kapitalist şirket ekonomilerinin planlı eylemi ve beklentileri baştan öngörmenin kültürel inşası olmaktadır. Burada yaratılan ana bağlam, ekolojik bağlamdır. Ticareti ve endüstriyel mukabelesi ile tecelli edecek bir kültürel ekoloji yaratımının sağlayacağı avantaj,

küresel politikaların kültür üzerinden nasıl metalaşmaya taşınabileceği noktasında oluşturacağı vargıya dikkat çekmektedir.

Küresel medyanın, izleyicilerin gönüllerini ve düşüncelerini sorunsuz bir biçimde fethettiği ve gittikçe benzeşen bir küresel kültür ve bilinç oluşturduğu görülmektedir. Şimdi artık, Peet'e göre "kültür-ötesi" çağdayız ve insanlar, "kapital üretim ve tüketim makinesinin birer çarkı haline gelmiş bulunuyorlar" (Peet, R. (1982: 298) ten aktaran (Morley-Robins, 2006: s.105).

Küresel kültür, uzlaşım sallaık süreci için mesafeleri ortadan kaldıran bir perspektifi motivasyona dönüştürmektedir. Medya bu anlamda yetkinlik sergiler. Medyanın gücü ile orantılı tesirinin yerel ya da küresel olarak ayrımı da ayrıca dikkate alınmamaktadır. Zira küresel kültür bir bakıma medya kültürü ya da medyanın yaydığı ticari kültürdür diyebiliriz. Homojenitenin küreselliği, kitlesel manipülasyon operasyonlarının başarısını da ortaya çıkarmaktadır. Medya üretimi, böylelikle, güç ilişkilerinde samimi olarak üst üste bindirilir ve mücadele ve karşı koyma için ya hakimiyeti ya da bireyleri teşvik ederek güçlü toplumsal kuvvetlerin ilgisini tekrar ortaya çıkarmak için çaba harcar. Ancak, aynı zamanda kültürel maddecilik/materyalizm, resimlerin, seyircilerin, manzaraların, söylemlerin ve işaretlerin seyirci üzerine maddesel etkisi olduğunda ısrar ederek, medya kültürünün maddesel etkilerine odaklanır (Keller, 1995: s.43). 21. yüzyıl medyanın bir güç olduğuna kani olunan ve hatta ürkütecek potansiyeli ile değerlendirilen bir alan olarak önümüzdedir. "Güç" tabiri için öncelikli kapsam tabii ki ekonomik göstergedir. Daha sonra ise kültürel ve politik kapsam devreye girmektedir. Medyanın en temel güç kabulü, bence "kültürel ekonomik" tesir alanları ile belirginleşebilir. Hem kültürel hem de ekonomik bir silah haline gelen medya üretimleri, hem stratejik hem de tepkisel konum almaları da beraberinde gündeme getirmektedir.

Yüksek sosyal belirsizliğin bulunduğu yerde, kültürel ürünlerin üreticileri taklitçilik yaparlar ve çalışmalarının kabulü ve meşrulaştırılması için kurumlarla ve aktörlerle irtibata geçerler (Petersa- Anand, 2004: s;322). Sosyal belirsizlik, özellikle kozmopolit ve yerleşke kültürleri için daha çok geçerlidir. Nitekim kent ekolojileri ve içinde geliştirmeye ya da yerleştirmeye çalıştığı kültürel homojenitenin kapsamı, belirsizliğin ya da kaotikliğin ortadan kalkması için kullanılabilir. Sonuç olarak

sosyal belirsizliğin kültür ile olan ilintisi, yine kültürel yönsemelerin aşabileceği bir sorun olarak değerlendirilebilir. Moda, bireylerin kendi kimliklerine yönelik tanımlayıcı görsel ifadelerde bulunabildiği en uygun araçlardan birini oluşturur (Bennett, 2013: s.155). Moda kitlesel müştereklerin en somut kodlamalarını yine en kolay yapabilen bir tasarımsal olgudur. Moda planlı bir örüntüyü rotasyona dönüştürür. Gerekseme üretiminin de tüketimin de en somut alanı olarak dikkat çeker. Özellikle de kültürel kodlamaların moda kodlamaları içinde sinsice yerleştirilmesini ve devamında ekonomik tahvile dönüştürüldüğü kapitalist bir niteliği de temsil eder. Döngü olarak moda, bireyin anlık, geçici ve değişken gibi bir kimlik profili için son derece olumsuz sonuçları aktif kılmaktadır.

Sonunda kültürlü insanı olduğu kadar, otodidaktı, geleneksel kültürün kendi kendini yetiştiren marjinal kahramanını da dışlayan bu 'kültür'le bireylerin başına gelen, kültürel 'yeniden çevrim', bireyin yaygınlaşmış 'kişiselleşmesi'nin, rekabetçi üretim toplumunda kendini kültürel olarak değerli kılmamanın öğelerinden biri olan ve nesnenin hoş görünür hale getirilerek değer kazanmasına eşdeğer olan estetik bir yeniden çevrimdir (Baudrillard, 2010: s.134). İnsan kültürün doğal bir parçasıdır. Hatta en küçük birimdir. Geneli ya da bütünü karakter olarak parçada görebileceğiniz bir temsiliyettir.

Çağdaş kültür ve yeni kültürel ekolojiler içinde bireyin muhatap alınma biçimi değişime uğramaktadır. Zira bireyin kültürün odağı ya da bir parçası olmaktan çok kültürün bir hedefi ve hayatiyetinin gayesi biçiminde dönüşüm yaşaması söz konusu olmuştur. Bireyin kültürel olarak değerli olabilmesi ya da kendini kültürel olarak değerli hissedebilmesi için estetiği bir değer üretimi ve paylaşımı olarak düşünmesi gerekmektedir.

Genel olarak kültür ile sanat arasındaki ilintiyi ve zorunlu ilişkiyi

Gaunlet-Stirne yaklaşımında şöyle görmekteyiz:

- Kültürler yaratıcılığın içerisinde meydana geldiği bağlamdır.
- Kültürler ortak kavrayış, anlam ve değerler bütünüdürler.

- Bu çalışma genellikle “kültürel farklılıklar” dan bahsedilmesine rağmen insan kültürlerinin farklılıktan çok benzerlikleri ile karakterize olduklarını ortaya çıkarmaktadır.
- İnsanlar kendilerine fikirleri kaydetme, paylaşma ve manipüle etme yolu sunan yazma ve çizme gibi “kültürel hafıza sistemleri” geliştirdiklerinde çok büyük bir evrimsel avantaj kazandılar.
- İnternet bu dış depolama sistemlerinin en olağanüstüsüdür. Çok geniş bir bilgi dizisine, metin ve görsel-işitsel materyallere ulaşımı sağlar ve insanlara fikirlerini paylaşma ve birlikte projelerde işbirliği yapma platformu sağlar.
- Yaratıcılık sadece bireylerde veya kültürlerde değil, bu ikisi arasındaki etkileşimden ortaya çıkar. Her iki taraf da önemlidir: yeni fikirler üreten yaratıcı birey ve hem bu fikirlere ilham veren hem de gelişmelerine yardımcı olan destekleyici kültür.
- Kültür fikirler için bir çeşit “iskele” görevi görebilir, onları istikrarlı ve manipüle edilebilir hale getirebilir ve onları diğer insanların anlayabileceği, kullanabileceği veya değiştirebileceği ortak bir dil haline getirebilir (Gauntlet-Stierne, 2014, s.5).

Yaratıcılık, kültürel üretim için daha önemli hale gelmiştir. Öncelik kültürel üretimlerin üretimi, dolaşımı ve satımı olunca yaratıcılığın da sanatsal niteliğinde dönüşüm gerçekleşmekte ve özellikle hem kültürel üretimde hem de tüketim kültüründe daha stratejik hale gelmektedir. Yaratıcılık toplumsal pratiklerin ve günlük yaşantı düzenlemelerinin içinde pedagojik ve sanatsal mahiyetinin dışında bir tür mühendisliğin, toplum ya da imaj mühendisliğinin bir parçası haline gelmiştir.

Kültürel emperyalizm tezi, büyük medya holdinglerinin egemenliğinin bir sonucu olan, küresel kültürün farktan ziyade aynılık aracılığıyla oluşturulduğunu öne sürer. Bu bakış açısına göre kültür endüstrisi, Madonna ve McDonald’s’ın Amerikalaştırılmış küresel kültürünü üretir. Öte yandan, ulusalcı tez, modern kimlikleri küresel değil, ulusal kültürlerin oluşturduğunu iddia eder (Stevenson, 2008: s.49). Kültürel emperyalizm, modern-postmodern ayrımında postmodernizmin modernizme alternatif olarak yerleşiklik kazanmasını hızlandırmıştır. Postmodernizm, bir proje olarak iki dünya savaşının ardından hayata

geçirilebilmiştir. Küresel kültürün ve paralelinde tekno-kültürün hakimiyetini pekiştiren bir dönemselleştirme olmuştur. Postmodernizm ulusal kültür göstergelerine küresel kültür göstergelerini ve kodlamalarını baskın kılan metodolojileri de kutsamaktadır diyebiliriz. Yeni pazarlar sağladığı ve bireyci bir kültürü teşvik ettiği için, izleyicinin kültürel olarak parçalanmış doğasının kültür endüstrisinin çıkarları doğrultusunda işlediği savunulabilir (Stevenson, 2008: s.162). Parçalanmış öznellik tartışması aslında kültürel ve sanatsal pratiklerin içinde daha anlamlı sonuçları gündeme getirebilir. Yeni kültürel ekolojiler olarak sunduğumuz kültürel üretim, kültürel tüketim ve kültürel yeniden-üretim süreçlerini bünyesinde bir sistematik eylem alanı ve ekonomik çıkarlar doğrultusu olarak belirleyen unsurlara sahiptir. Bu durum aynı zamanda, öznenin parçalanması olarak değerlendirilebileceğimiz algı, alımlama, değerlendirme, yorumlama ve tepkide bulunma açısından çeşitlilik ve farklılıkları da yaratmaktadır.

Birinci kuşak sanatçılar, eleştirmenler ve sanat tarihçileri sanat dünyasındaki ayrımcılığı ifşa etme, reformları savunma, bugünün ve dünün kadın sanatçılarını sergileme gibi işlerde genellikle başarılı olurlar. İkinci kuşak feministler ise bu sorunlarla uğraşmak yerine farklı bir bakış açısı benimserler. Genellikle eleştirel postmodernizm açısından önemli konularla bağlantılı olan bir perspektif geliştirirler. Edebi post-yapısalcılığı, psikanalizi, göstergebilimi ve Marksizm gibi siyaset felsefesi çalışmalarını kullanan, disiplinler arası yönü daha güçlü bir analiz gerçekleştirirler (PetersonMathews, 2008: s.64). Sanatın erkek egemen geleneği içinde kadının kendini farketmesi için postmodernizm özellikli zeminler oluşturmuştur. Özellikle sanat ile kültürel bağların yeniden tasarlandığı ikinci dünya savaşı sonrasındaki feminist bakış açısı, kültürel açıdan da kadının yeniden konumlanma süreçlerini gündeme getirmiştir. Son yıllarda kadın hem sanatsal üretimin içinde hemde tüketim kültürünün ve reklam endüstrisinin cazibe yaratım odaklarından olmakta daha fazla gündem oluşturmaktadır. Kültürel yeni ekolojiler içinde kadının iki tür konumunu da bu ilişkiler belirlemektedir: sanatçı kadın ile reklamın hedefi kadın. Feministler de, postmodern kültür filozofları da temsili, nihai gerçekliğin taklidi olarak değil, kültürün kendi hakkındaki vizyonunu yansıtmasının bir yolu olarak kavrarlar. Yani temsil, kültürdeki hakim ideolojiyi meşrulaştırır, dolayısıyla mutlaka politik saiklerle oluşturulur (Peterson-Mathews, 2008: s.37).

Gerçekliği ve gerçeklik algısına müdahale eder bir hale gelmeye başladığından itibaren kültür, günümüzde gerçekliği tktir diyebiliriz.



Resim 7. “Hayvani İğgdn Frenle”, Ilona Granet, 1996, P.P.O.W. Gallery, NewYork.

Postmodernizmin politik söylemlerinde kültür, hakim kültürel formasyonların meşrulaştırılmasına katkı sunmaktadır. Çağımızda kadınlar, kültürün üretilmesi ve yayılmasında söz sahibi olma sorumluluğunu ve ayrıcalığını yeniden kazanmak için savaştılar ve bunu başardılar. Feministler, kanonik söylemde sanatçı ve eleştirmen olarak kadınlara yer amayı başardılar. Ancak gelinen bu aşamada yalnızca söyleme dahil edilmek yeterli olmaz. Feminist pratik, akademik sanat tarihi alanına ve kanonuna meydan okumak için bazı stratejiler geliştirdi. Bunlar arasında en önemlisi, geçmişteki kadın yaratıcıların keşfedilip gün yüzüne çıkarılması. İkinçisi ise, kadınların eleştirmen ve yorumcu olarak ortaya çıkmaları, sanat eserlerini kendi açılarından anlamlı olacak şekilde kavrayıp değişime uğratmaları. Bu iki gelişme, yani kadın sanatçıların keşfi ile kadın eleştirmenlerin ortaya çıkması, kuşkusuz çok çeşitli ve birbiriyle bağlantılı sonuçlar doğurdu (Solomon, 2008: s.170-171).

İnsanlar artık coğrafi yakınlık esnasında değil, elektronik olarak bağlanmaktadır birbirlerine. Sınır ötesi yayınların elektronik topluluklar yaratabilmekteki önemini inceleyen Claus Dieter Rath, “ulusal, bölgesel ve kültürel sınırlar artık önem ifade etmemektedir. Bundan çok daha önemlisi, yayının yapıldığı topraklardır... ki bu da ulus-devletlerin toprakları ile pek ilişkili değildir” (Rath, C.-D. (1985: 202’ten aktaran Morley-Robins, 2006: s.92).

Yeni kültürel ekolojilerin gerçeklik örüntüsü ile sanal örüntüsü biçiminde bir karşılaştırmayı olanaklı kıldığı söylenebilir. Gerçek hayatın kültürel motivasyonları daha çok tüketim kültürü üzerinde tartışılır durumdadır. Diğer tarafta sanal ya da elektronik kültürel ortamlar da ortaya çıkmıştır. Sanal dünyaların kapalı uzaylarında hakimiyet sağlayan elektronik etkileşim ağları ile küçük kitleler kendi evrenlerini yine elektronik olarak kurgulayabilmektedirler. Özel kültürel ortamlar olarak sanal uzayların paylaşım özelliği ile örgütsel tutumları, mesafesiz ama daha yakın temasları yine sanal olarak mümkün kıldığından dolayı bir tür etkileşim kültürü yaratımını gerçekleştirebilmektedir.



Resim 8. “Efsanevi Grafik Tasarım Çaydanlık”, CAD.

Okulda teknolojik yaratıcılığın gelişimi bilgi ve beceri kaynakların kazanç için önemli bir tamamlayıcıdır. Teknoloji uzmanlarının bilgi ve beceri kaynaklarının gelişmesi gereklidir. Fakat teknolojik yaratıcılık, okullardaki bilim ya da benzer bölümler içerisinde şansa bırakılamaz. Çünkü bu gelişmenin olmasına engel olacak çok fazla faktör vardır. Bu sorunun üstünde bilinçli bir şekilde durulmalı. Aynı zamanda bu eğitimin önemli bölümünün sorumluluğunu alması gereken bir kişi olmalıdır (Harrison, 1970-71: s.142). Teknoloji her kesimden insan ile muhataptır. Meşguliyet ile işgal arasında teknolojik bunalımın bertaraf edilmesi de ayrı bir sosyo-psikolojik problemin habercisidir. Eğitim-öğretim süreçlerinde ve müfredat tasarımlarında teknoloji içeriği ciddi halde gündem oluşturmaktadır.

Dış Motivasyon Yararlı Bilgi Teknolojisi gereklilikleri olan gelişimsel ve mantıksal tasarım; (1) fazla para ya da avantaj sağlayan, (2) riskli ödül havası başarılı mı, değil mi, gibi ödül yapılarında orta seviyede uygun dış motivasyonun teşvikiyle geliştirilebilir (Cooper, 2000: s.259).

4.3. Yeni Kültürel Ekolojiler

4.3.1. Yeni Ekolojiler İçin Bakış Açıları

Geçmişte insanlara hitap eden kültürel alanlar farklılaşmıştır. Burjuva toplumlarında yüksek kültür ve eğlence kültürü arasında kesin çizgilerle bir ayrım vardı. Kitle toplumunda ise yüksek kültür, eğlence kültürüne ve popüler kültüre karıştırılarak tümünden kitlesel ve ticari bir hale dönüştürülmüştür. Kişiyi ancak kurulu düzenin işleyişine engel olmayan son derece dar bir alanda farklılaşma imkanı tanınmaktadır. Sonuçta kişi hem sistemin gücü ile özdeşleşme hem de onun tarafından araçsallaştırılma baskısına boyun eğmektedir (Adorno: 1998: s.206-207).

Kültürel ekoloji tabiri, hem kültür odaklı hem de ekoloji odaklı bir yaklaşımın ifadesidir. Kültürel odaklıdır; çünkü, belli açılardan kültürel ayrımları ve kültür merkezli sınıf ayrımlarını ortadan kaldırır. Bunu yaparken yeni ve farklı bileşenleri kültürel kapsam yaparak çoklu bir algıya kültürel içerik kazandırır. Ekoloji odaklıdır; çünkü, kültürel çeşitliliklerin aynı uzayı paylaşmaları ve aynı gerekçelere hayatiyet kazandırmaları gerekmektedir. Bu yüzden yeni kültürel ekolojilerin kültürler arasındaki tasnifi ve ayrımları ortadan kaldırırken benzerliklerin bir ardalığına ilişkin algıyı da gerekli görür. Kültür endüstrisinin tartışmaya açtığı sistemler karşısında bireyin mi kitlenin mi daha önemli olduğudur. Ya da ikisi arasındaki bağı pekiştirecek bir kalıbın hem sosyal hem de kültürel önemiyet kazanmasını mümkün kılmaktır. “Kültürel çalışmalar, böylece, kültürü, kültür hakimiyetini ya da karşı koymayı teşvik eden ve itaati besleyen kültür şekillerini eleştiren sosyo-tarihsel bir yapıya yerleştirir. Bu şekilde, kültürel çalışmalar, idealist, metinsel ve öznellik ve kültürün temeli olarak dilbilimsel şekillerin farkına varan aşırı söylem teorilerinden ayrılabilir. Aksine yapılan kültürel çalışmalar, maddecidir ve maddesel kökenlerine ve kültürün etkilerine ve hakimiyet ya da karşı karşıya koyma sürecinde kültürü üst üste bindirme yöntemlerine vurgu yapar” (Keller,1995: s.32). Çağdaş kültürel çalışmalarda dikkat çeken noktalardan biri, sosyo-tarihsel

olgulara ve dolayısıyla metinlere daha eleştirel bakmak istenmesine koşul oluşturan teorilerdir.

Kültürel farklılığın ve ayrıntının dinamiklerinin geniş sosyo-politik yapılarda kaçınılmaz olarak zemin bulması bakımından kolay, ancak kosmopolitanizmin genel bir tarihi olmadığı fakat sınırlı sayıda spesifik ve ulusal kültürlerin ve kültürel söylemlerin şekillenmesinde birbirleriyle örtüşen tarihler bakımından zordur. Burada, kültürel kurumların kültürel değişiklik sürecinde yerlilik ve küresellik arasındaki gerginlikleri nasıl müzakere ettiğini gösteren kozmopolitanizmin politik sosyolojisi için açık bir alan vardır (Andrus, 2001: s. 159).

Kültürel farklılıklar genel olarak kozmopolitik kalıpta düşünülür. Yerleştirilen kültürler bağlamında küresel kültürel yaklaşımlar ile küresel kültürleri bozulmanın ve kültürel asimilasyonun potansiyeli olarak gören bazı yerel kültürel potansiyeller arasında mücadele olarak gösterilebilecek direnç politikaları söz konusu olabilmektedir. Bu kozmopolitik üzerine kurulu bir direnç politikası olmamaktadır. Aslında söz konusu durum, kültürel yeni icatlar ve gereksemelerin çok süratli nüfuz ettiği kitleler üzerinde defansif mücadele olarak gösterilebilir.

“Değerler, normlar ve anlamlar geleneğe aittirler ve kültür sosyolojisinin en büyüleyici görevlerinden biri, farklı kuşaklar boyunca süregelen büyük dayanıklılığına rağmen bu geleneğin nasıl değiştiğini araştırmaktır” (Zicderweld, 2013: s.45). Geleneksel ve tarihsel bir potansiyeli olan kültürler, kültür sosyolojisi için önemli gerektirmeleri ifade etmektedir. Gelenekselliği olmayan bir kültürel kapsam dolayısıyla kültür sosyolojisinden bahsedemez.

Ancak günümüzün koşulları ve kültürel ekolojilerine ilişkin saptamalara rağmen bu durumun aynı derecede geçerli olacağını savunamayız. Çünkü günümüzün kültürel ekolojileri yeni bir kültür sosyolojisi formasyonu ile ilişkili düşünülmelidir. Dolayısıyla sosyolojik yeni bakış açılarından ve yeni motivasyonlardan bahsetmenin kültürel olanaklılığı, kültürel ekolojiler ile daha değerli ve detaylı kılınabilir. Meşrulaştırma, toplumsallaşma ve özellikle demokratikleştirme, kültürel eşitlenmeye yol açmaktadır. Kültürel eşitlenmeyi, statü farklılıklarının azalması ile birlikte, belirsiz ve genel değer, norm ve anlamlarıyla tek

tip bir kültüre sahip olan orta statünün ortaya çıkışı olarak tanımlayabiliriz (Zicderweld, 2013: s.109).

Kültür birçok açıdan eşitlenmeyi bir gerektirme olarak kabul eder. Toplumsal ve inançsal unsurların müşterek kıldığı birçok olgu, insanların sosyaliteleri olarak eşitlenmeyi zorunlu görmektedir. Kültürel eşitlenme için yeteri koşul demokratik ve normatif özellikler yeterli değildir. Mensubiyet ve müşterekliğin şart koştuğu eşitlenme aynı zamanda insani niteliklerin de bir karşılığı olabilmektedir. Somut toplumda insanlar özgürlüklerinden feragat ederken, anlamlılığı kazanırlar. Soyut toplumda ise insanlar anlamlılıktan feragat ederken, özgürlüklerini kazanırlar. Somut toplum-soyut toplum ayırımına sadece özgürlükler açısından bakmamak gerekmektedir. Çağdaş toplum ve kültür olgusu için soyut toplum tespitini mümkün gören bu anlayış, aynı zamanda, kültürel özgürlüğün kısıtladığı bir normatif-kalıpsal tüketim davranışları üzerinde bireysel özgürlüğün ortaya çıktığını iddia etmektedir. Burada varsayımımız olan yeni kültürel ekolojilerin bir özgürlük olarak insanlara sınırsızlıklar sunmadığıdır.

4.3.2. Yeni Ekolojiler Olarak Kültürel Ekonomiler

Kültür, özünde, ekonomik bir değer taşır. Dahası, yaşam şekillerinin ve ticari malların, kültürel farklılaşmasının ekonomik değerinin tahmin edildiği toplumsal şekillenmede ve yaşam şekillerinin ve ticari eşyalar hakkındaki dolaşım bilgisinde, bilgi fazlalığını sabit anlamın komple çözülmesine götüren bilginin aşırı üretilmesi potansiyelini görürüz (Oswell, 2006: s.165). 21. yüzyılda kültürü tanımlamak yerine kültürleri tanımlamak söz konusudur. Literatür açısından kültüre ilişkin çalışmalar ve yayımlar oldukça kabarık olmaya başlamıştır. Diğer taraftan kültürler olarak tabir ettiğimiz kültürel çeşitlilikleri tanımlarken faydalanılan en önemli referans ise ekonomi olmaktadır. Değer açısından olduğu kadar eder açısından da kültürün konumsal nedenleri vardır artık. Böylece kültürün değer ile eder arasındaki konumsal gerekçelerini besleyen unsurların ekonomik olgular ile karakterize olması artık alışılan bir durum olarak ortadadır.

İleri kapitalist toplumda finans ve üretici güçler kültür tekellerini de ellerinde bulundurmaktaydılar. Bu yapı temel olarak, kültürü metalaştırarak, bireyleri kitle kültürünün ürünleri aracılığıyla ait oldukları statü gruplarına uygun tüketim

biçimlerine motive ederek statükoyu rasyonelleştirmek amacındaydı. Kültürel ekolojilerin en önemsedikleri konu, yeni kültürel gerekçelerin ya da gerekçe üretimlerinin merkezine ekonomik olguları almasıdır. Dolayısıyla kültürün finanssallaşması ve beli açılardan tekelleşmesi için emre hazır zeminler hazırlanmakta ve kültür için taşeronlar geliştirilmektedir. Bazen de gönüllü taşeron kurumsal yapılar da iştahla bu misyonu yüklenmektedirler. Sanat bu yolda zaman zaman ön plana çıkmaktadır ya da çıkarılmaktadır. Burada dikkat çeken ana yönelim, kültürel bir mensubiyetin sosyalliği yerine kültürel bir statü kazanımının bireyselliğinin olduğu söylenebilir. Sonuç olarak kültürel statüyü işleyen göstergelerin kitle kültürü içinde bir kültürel elitizm yarattığı yanılsaması ile karşı karşıya kalabiliyoruz. Çünkü aynı tüketim kültürü yönsemeleri gerçekleştiren her fert ya da toplumsal sınıf, tüketim kültürü ya da kültür endüstrisi açısından aynı bileşkeyi paylaşmaktadırlar.

Ekonomi, tüketicide tüketime yönelik yaşam biçimleri ve dolayısıyla yanlış ihtiyaçlar yaratmak amacıyla kültürü araçsallaştırmaktadır (Atiker, 1998: 52). Yaşam biçimleri ve bunda kapsam oluşturan kültürel anlayışlar, tüketimi belirler görüşü artık mümkün olmamaktadır. Tüketim kültürünün yaşam biçimlerini belirlediği görüşünün ağırlık kazanmasından sonra, kültürel üretimin birincil gayesini de “gerekseme üretmek” teşkil etmektedir diyebiliriz rahatlıkla. Beğeniler ve nesnel hakimiyet gösteren tüketim motivasyonlarının hazza ilişkin beklentileri, tüketici olarak adlandırılan bireysel karakteri kitlesel bir anlam ile örtüştürerek, tüketimin özneleri olarak kültürel çevre yaratımının önemli aşamasını hayata geçirmiş olmaktadır.



Resim 9. “Kediler İçin Rahat”, Stills dizisi TV reklamı, 1992.

Kesinlikle kültürel faktör, ekonomik ve siyasal faktörün esaslı bir parçasıdır (Zicderweld, 2013: s.28). Kültürel ekolojik bir yaklaşımın temellendirici kavramı olan ekoloji, sadece sosyo-kültürel eylemler ve yaşantı donatılarıyla ilintili değil, sanatsal, ekonomik, politik ve pedagojik içeriklerle de ilintilidir. Ekoloji; birbiriyle yansı oluşturabilecek ve tesir geliştirebilecek etkileşimsel potansiyelleri ifade eden bir kavramdır. Ve kültür aslında tamamen ekolojik deneyimlemenin nihai durumuna ait nesnel sabitler ve dinamiklerin toplamıdır. Farklılıkların kaynağı, gücün kültürel ayırmadan kaynaklandığı görüntüsü vermek suretiyle, sembolik olarak ekonomik alandan kültürel alana kaydırılır. Böylece kültürel alanın yaratılması ve yeniden oluşturulması sosyal alanı ve sınıf farklarını yaratıp yeniden oluşturmuş olur (Storey, 2000: s.139). Ekonomik olandan kültürel olana kaydırılan sosyal ve sınıfsal farklılıkların sembolik olarak bir kültürel farklılık oluşturması beklenemez. Çünkü kültürel olan ile ekonomik olan arasında ayırım olma ihtimali günümüzde geçerli bir ihtimal olarak görülemez. Çünkü kültür zaten ekonomiktir.

4.3.3. Kitle Kültürü ve Kimlik

Popüler kültür, teknolojik yenilik ve birleşik dünyanın gücü, son 150 yıldır Amerikan hayat tarzını hakim kılan itici güçlerdir. Üçünün kesişme noktasında durma ve onları insanların günlük hayatlarının derinliğine itmesi, pazarlamadır ki bu da halkla ilişkiler, reklam ve pazarlamanın iletişim alanlarını tanımlamak için kullanılan şemsiye bir terimdir. “Pazarlama, toplumun artan tüketim kültürünü elden ele aktararak modern Amerika’da görülen, sismik toplumsal değişimlerin önemli bir katalizördür. Çünkü ortaklıklar, halka daha çok iletişim kampanyaları, reklam, halkla ilişkiler ile konuşurlar ve pazarlama, insanların bireysel değer sistemlerini nasıl oluşturduğunu belirlemede önemli rol oynar” (Batchelor, 2009: s.56). Genel olarak küresel kültürün kaynağı ve muharrik unsuru Amerika’dır kanısı yaygındır. Amerika kültürel geçmişi ve gelenekselliği olmayan bir ülke ve coğrafya olarak yeni kültür ekolojileri yaratımının ilk ve en önemli adresi olmuştur. Amerika popüler kültür yaratıcılarının hem sosyal hem de akademik gelişkenliğinin de sergilendiği yerdir. Kültür endüstrisi Avrupa’da tartışılırken Amerika’da vücut bulmuştu ve halen bu durum devam ediyor. Kültür endüstrisi olgusunda merkeze oturan endüstri kavramı, aynı zamanda kültürel ekoloji potansiyelini ne kadar haiz olduğunu ispatlamaktadır.



Resim 10. “Fluxshop”, Willam de Ridder, 1964-65.

Batchelor’a göre birçokları, muhtemelen insanların birbirlerini, favori aktörleri, müzik grupları ya da televizyon şovları açısından başlıca etkilemesinden dolayı, popüler kültürün, şöhret spektrumuna/tayfına karşı çıkan bireyler hakkında olduğunu ileri sürmektedir. Diğerleri ise kültürün, gerçekten teknoloji, yönetim, ekonomik yapı ve milli değerler gibi toplumu sürükleyen daha büyük etkiler olduğu fikriyle karşı çıkmaktadır (Batchelor, 2009: s.4). Buradaki ayrıma dikkat çekmek gerekmektedir. İlk olarak betimlenen durum, kültürün popülist yaklaşımlarda ve buna ilişkin beklenti ya da cevaplarda söz konusu olan ele alıştır. İkinci olarak ise kültürün özellikle ekolojik kapsamalarını detaylandıran eğilimleri besleyen teknoloji, ekonomi, politika ve diğer unsurların oluşturduğu ele alıştır. İkincisi birincisine hakimiyet kurmuş durumdadır.

Kitle kültürü yukarıdan dayatılır. İş adamlarının tuttuğu teknisyenler tarafından imal edilir; izler kitlesi pasif tüketicilerdir ve onların katılımları, almak ya da almamak arasındaki seçimle sınırlanmıştır (Bennett, 2013: s.25). Bennet'in kitle kültürü tanımında bir güç ve onun sistematik yönlendirmeleri ile dayatılan bir kalıpsallığı ifade ederken, imalat olarak taşeronlar, taşeron görevi üstlenen toplum mühendisleri, sanatçılar ve diğer aktörler devreye sokulmaktadır. Pasif ama kitle olarak bir yığın olan sosyal bireylere odaklanan imal kültür formları, otoriter ve uzmanlık sahibi donanımlı kişiler tarafından reklama edilir ve tüketime sunulur.

Bütüncül (bütünleştirici-bütünleşmiş) rasyonaliteye inanan ve bunu isteyen analitik düşünce, yalnızca aracı yoluyla etkili bir şekilde işlev görebilir. Bu nedenle rasyonel ereklilik hakimiyetinin yerini her türden aracının önemi alır. Gerçekte bu rasyonalite kötü amaçlı bir yaygınlaştırmadan, şirketlere özgü organizasyonel işlemlerin ve operasyonların yaygınlaştırılmasından doğmaktadır. Bu yaygınlaştırma da, kısmi görevleri, özerklik elde etmeye ve bunu ortaya koymaya çalışan yardımcı toplumsal aktörlere havale eder: bürokratlar, tüccarlar, gazeteciler ve reklamcılar (Lefebvre, 2014: s.38). Kültür artık bir tür mühendislik hadisesi haline taşınmıştır. Söz konusu mühendisler farklı alan ve uzmanlıklarda olabilir. Toplum mühendisliği, imaj mühendisliği ya da kültür üreticileri gibi gruplandırmalar arasındaki nüansı ortadan kaldıran detay, aynı amaca yani kültürel ekonomilere göre eylem ve dizayn peşinde olmalarıdır. Kültürün toplumsal uzamı doldurmak üzere genişlemesi ve dönüşümü, özsel olarak kültürün toplumsalla ya da iktidarla olan ilişkisinin olumlayıcı ya da modernist kavrayışlara dayanmayan, ama bizim uzun zamandır kültürü tahayyül etme biçimimizle aynı şekilde olmasa da, içerisinde her şeyin her nasılsa kültürel olduğu bu yeni durumla ilgilenen kültürel çalışmaların yeni biçimlerini zorunlu kılar (Szeman, 2013: s.314).

Artık kültürel çalışmalar için yeni bir istikamet belirmiştir. Hızlı ve dinamik yaşam olgularının günlük parselasyonları içinde kültür, yaşam parselasyonlarına uygun biçimde parçalanmalar yaşayabilmektedir. Kültür bünyesinde toplumsal uzlaşma olanak veren anlayışları destekler ve toplumsallaşmanın yeni bir eylem karakterini belirler. Buna toplumsal trendlerin kültürel olma durumu da diyebiliriz. Toplumlar arasındaki kültürel farklılıkların eskisi gibi belirleyici ve ayırıştırıcı olmadığı şimdi, kültürün üretilebilir ve tüketilebilir olduğu bir trend bağlamı söz konusudur.

Kolektif kimliğin bütünlüğü zaman içerisinde, kolektif bellek ve ortak gelenekler, ortak ve yaşanmış bir tarih duygusu vasıtasıyla sürdürülmelidir. Bunun aynı zamanda uzam içerisinde, karmaşık bir biçimde toprak ve sınır belirlenmesi, “onlar” karşısında “bizi” tanımlayan içerme ve dışlama koşulları vasıtasıyla sürdürülmesi gerekir. Belirli anlarda, kültürel kimliğin yerleşik ve normatif tabanı bunalıma düşer (Morley-Robins, 2006: s.107). Kitle kimliği ile kolektif kimlik arasındaki ilişkiyi betimlemekte yarar vardır. Her kitlesel kimlik kolektif olabilir ancak her kolektif kimlik kitlesel olmayabilir. Kitlesel kimlik yeni kültürel ekolojilerin hedefi olan ve yaratılmak istenen bir kimliktir. Kolektif kimlik geleneksel ve kalıtsal kültürle alakalı bir kimlik profilidir.

İkinci Dünya Savaşından bu yana, kültür emperyalizmi stratejisi, Amerikan dış politikasının tamamen belirgin ve bilinçli bir ögesi olmuştur (Morley-Robins, 2006: s.288). Amerika, kültürel üretimin ve dolayısıyla yeni kültürel ekolojilerin ham muharrir ülkesi hem de dinamik olgusunu ifade etmektedir.

Kişiyi çevreleyen kültürel değerler, inanışlar ve normlar; kişinin esnekliğe kavuşmasına, gevşek işleyişe, tuhaf - rahatsız edici fikir ve anlayışların ortaya çıkmasından dolayı alay edilmekten korkmayıp risk alarak bilinmeyi keşfetmesi için uygun ortamı hazırlar. Özellikle, bireysel özgürlük ve bağımsızlık vurgusu yapan Batı kültür normları; bireyleri esneklik yoluna yönlendirirken, sosyal bağlılık ve dayanışma vurgusu yapan Doğu kültür normları ise; bireyleri devamlılık yolunda sürüklüyor (Wolbers, 2014: s.86). Küresel kültürün doğduğu ve yayıldığı coğrafya ağırlıklı olarak batı'dır. Doğu daha çok yeni kültürel operasyonların ve kültür stratejilerinin deneyimlendiği coğrafyalar olarak gösterilebilir. Kültürel değerlerin karşılık bulacağı toplumsal yansılar açısından da Batı ile Doğu arasında farklar mevcuttur. Her ne olursa olsun Doğu, kapitalizmin, emperyalizmin, ekonomik genişlemenin ve stratejik küresel tektipleştirmenin zıttı olabilecek yerel kültürel bölgeler olarak parçalanmasının odağı olmaya geçmişte olduğu gibi yine bugün de devam etmektedir.

4.3.4. Tekno-Kültürel Ekoloji

Şu ana kadar, kültürel geleceğimizin belirleyici faktörleri olarak belirgin teknolojik değişimlere daha fazla alışılabilmiş/geleneksel perspektiften bakmaktan

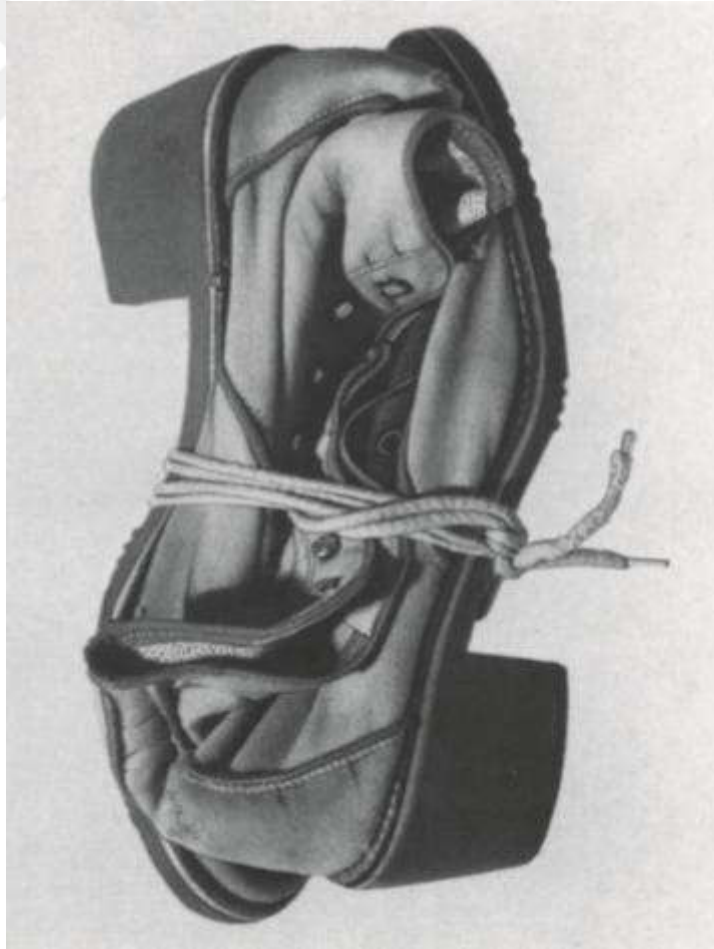
kaçındık. Ancak, değişimlerin bir grubu, yani bilgi ve iletişim teknolojilerinde ve onlara bağlı yazılımlarda süregelen ilerleme göz ardı edilemez. Gelişmenin bu iki standardının bir noktada birleşen ilişkisi, gerçekte yeni bir bilgi ortamının ne olduğunu ortaya çıkarır. Onlar sadece deneyim ve iletişim bilgisi ve işlem kapasitemizi güçlendiremezler aynı zamanda toplumun kendisinin algısını ve kültürel içeriğini ‘ekran’ gibi işlev görerek yeniden şekillendirir (Mchale 1979,s; 62). Teknoloji bir kültürel dönüşüm için gerekli koşul olsa bile yeterli koşul değildir. Görsel kültür ve buna bağlı ekolojiler içinde teknolojinin ikame edildiği ağırlıklı alan medya olunca, medya kültürü ve dolayısıyla tekno-kültür olgusu, bir kültürel malzeme ve ortam yaratımında oldukça güçlüdürler. Teknoloji gelişimseldir ve gelecektir. Geleceğe ilişkin öngörüye da ön deneyimleri önce teknoloji ile yaşamaya gayret göstermekteyiz. Bu anlamda teknolojik evrim, gelişmenin geleceğe ilişkin referansları olma özelliğini de ayrıca sergiler. Teknolojinin kültürel referans olarak değerlendirilmesine olanak tanıyan bir diğer deneyim alanı da, kültürel yeni icatların ya da tasarımların büyük çoğunluğunun insanlarla temasını sağlamadaki maharetidir denilebilir.

Teknobilim, böylece, teknik-hesaplama uygulamalarının pratik olasılıklarının ayrıntıları aracılığıyla, kapitalizmin günlük hayatına tekrar yatırım yapar; elbette, ‘dıştaki’ ilgilerin kendilerine yönelik bilimin (kendileri için ve kendilerindeki bilgilerin oluşturmaya adanmış uygulama olarak desteklediği mit, bilimi temsil eder) toplanması ve uzlaşmasında en belirgin ve fark edilebilendir (Jenks, 1993: s.148). Teknoloji kültürünün tekno-kültüre dönüşümünün dışarıdan yönlendirici tesirini kapitalizm yaratmaktadır. Doğal olarak teknobilim ile tekno-kültür arasında bir ilinti kurmak için çağımızda kapitalizmin günlük hayatın parçası yaptığı bir ihtiyaçlar koşullandırması dikkat çekmektedir.

İletişim sistemlerinin yeni bir toplum ya da yeni toplumsal koşullar yarattığını söylemek için elverişli bir tek tarihsel belge bulamazsınız. Endüstri üretiminin ilk ve kararlı dönüşümleri ve yeni toplumsal sınıflar sermaye dolaşımının uzun tarihi süreci ve teknik ilerlemeler sonucu ortaya çıkmış, yeni ihtiyaçlar yanı sıra yeni olanaklar ve yeni iletişim biçimleri yaratmıştır. Televizyona kadar gelen iletişim araçları gelişmesi bu sürecin ürünüdür (Williams, 1974: s.19). İletişim sistemleri toplumsal bir sistem yaratımında tesirli kılınabilir. İletişimin etkileşime dönüşmesinde de teknolojinin devreye girdiğini düşünürsek, başlı başına bir

toplumsal tesir kapsamı oluşturmak durumunda olmadığını gururuz. Tarihsel açıdan bakıldığında da ağ açıp kapatan donuşumlerin içinde teknolojik yenilikler anılsa da, gunumuzdeki durum çok daha farklıdır. Bugün teknolojinin kendisi bir kültür olmuştur. Teknoloji kültüründen tekno-kültüre doğru evrilen bir kültür biçiminde bunu gerçekleştirmiştir. Tekno-kültür doğal olarak bir kültürel ekoloji için en önemli örneklere biri olarak gösterilebilir. Teknoloji, kültürde ve kişilik sistemlerinde bir unsurdur; hem anlamlıdır hem de gudulenmiştir (Alexander, 2014: s.370).

Teknolojik kimlik yerine tekno-kültürel kimlik tabiriuzerinde odaklanmak istediğimizde, teknolojinin önce kültürel gucunu insana dönük kimlik inşası için kullandığını sonra da bunu bir tür bağımlılık duygusuna taşıdığını ve nihayetinde tekno-birey olarak adlandırıldığını görmekteyiz. Bu yonuyle güdülenme (motivasyon), bir kültürel güdülenme olsa bile aslında teknolojik güdülenme olarak değerlendirilebilir.



Resim 11. “Geçici Takviye”, Mary Kelly, 1983-85.

Tehlikede olan şey toplumbilimsel ifadelerin doğruluğundan ya da çarpıtılmasından fazladır. Rasyonelleşme varsayımının yanlış olması teknolojiyi iyi huylu bir güç yapmaz. Teknolojinin modern yaşam için oluşturduğu büyük tehlike ne insan bilincinin ezilmesi ne de onun ekonomik ya da siyasi realiteye köle olması değildir. Tersine, teknoloji gerçek dışı selamet ve kıyamet fantezileri içine sokulduğu için tehlikeler içermektedir (Alexander, 2014: s.370). İnsanlık, teknolojinin tehlikesine daha çok teknolojiyi kullandıktan sonra deneyimleyerek inanmaktadırlar. Teknoloji kullanmanın dezavantajlarından biri de bu deneyimin köretilmesidir. İnsani yaklaşım, davranış ve doğal deneyimlerin yerini almaya başlayan teknolojik deneyimin yaptığı tahribat bilişsel ve duyuşsal olduğu kadar psikomotor anlamda da ortaya çıkmaktadır. Sanatın deneyimleri ile teknolojik deneyimlerin örtüştürülmesi çabaları da ayrıca bu noktada tesirli olabilmektedir.

Teknoloji, yaratılmış bir görsel çevrenin olay yayılımı ile seyirciler arasında yer alır. Olgunun fiziksel olarak bir parçası olmasak bile (örneğin televizyondaki bir ayaklanmayı seyrederken zarar görmeyiz) araçların uzay-zaman boşluğunu aştığını, insanların uzaklığını ortadan kaldırdığını ve böylelikle ham, tarafsız ve gerçek şeyleri izlediğimizi inanmaya hazırızdır. Olgu ile ilişkili bazı duyguları meydana getirebileceğimiz için de bu etki güçlenir (Guback, 1974: s.70). Teknoloji, kurgu demektir. Planlanmışlık ve deneyimsellik içerir. Araçsaldır, neseldir ve estetikseidir. Bu yüzden teknoloji-kültür ilişkisinin betimlenme olanaklarını en iyi açıklamak, ekolojik fiziksellik ile etkileşimsel pratiksellik arasında görmek gerekmektedir.

4.3.5. Medya Ekolojileri

Medya ve kültürel politikanın önemini gösteren kültürel çalışmalarda aynı zamanda bir başarısızlık vardır. Geleceğin medyasını kimin kontrol edeceği sorusu ve halkın medyaya erişmesi üzerine yapılan tartışmalar, medya hesap verebilirliği ve sorumluluğu, medyayı fonlama ve düzenleme ve bireysel özgürlüğü geliştirmek için ne tür kültürün en iyi olduğunu, demokrasi ve insan mutluluğu ve refahı, gelecekte artan bir şekilde önemli hale getirecektir. Medya kültürünün ve teknolojilerinin çoğalması, dikkatleri medya politikası ve medya kültürünün geleceği ve bilgi otoyolunda iletişimlerin ve geleceğin eğlence yan yolları üzerine yapılan tartışmalardaki halkın müdahalesi ihtiyacına dikkatleri çekmektedir (Keller, 1995:

s.337). Medya, bir kültürel donanımın sosyal çıktısı olarak bireyin ya da kitlenin kuşatıcılığını anlatmaktadır. Bu yönüyle kültür kuşatıcılığı önemsemektedir. Kuşatıcılığın bir başka ifadesi de kültürel ekolojidir. Kültürel kuşatıcılık ya da kültürel ekolojinin donanım tarafını büyük oranda üstlenen yapılar ise medya olmaktadır. Kültürün sol tarafına yerleşmiş ve kültürü dönüştüren önemli gerekçe kapsamlarından biri olan medya, daha sonra medya kültürü biçiminde kendi ekolojisini de ortaya çıkarmış olmaktadır. Geleceğin medyasının yeniden kurgulayacağı veya değişime uğratacağı medya ekolojisinin nasıl bir kültürel ekoloji betimleyeceğini şimdiden tahmin etmenin mümkün olacağını düşünebiliriz.

Medya planlaması, okuma uygulamaları ve ‘madde/konu’ nun doğası, rekabet eden reklamlar ve yer alan reklamlar arasında zihni çağrışım örnekleri hakkında, karmaşık kararlarla ilgilidir. Bu kararlar, tabiatı gereği ne kültürel ne de ekonomik, ancak bütünsel olarak her ikisi de olan hükümlerle ilgilidir. Böylece, mekanın ekonomik değeri, kendi kültürel değeri dışında hesaplanamaz (McFall,2004: s.146). Medya kültürü, kültür endüstrisi için üretimler sergiler. Medya üretimlerinin ekonomik tarafı ise reklam kültürü ile ilişkilendirilebilir. Yani reklam endüstrisi ve tüketime ilişkin motivasyonların dorudan ya da dolaylı tesirleri ile yapılan bir kültürel etkileşimin haliyle bireyleri etkilemesi mümkün olur.

Yeni medyayla birlikte yeni kültürel formların, ürünlerin ortaya çıkması ve kültürün dönüşüme uğraması siber kültür alanının doğmasına sebep olmuştur. Siber kültür kavramı akademik alanda 1990’ların ortasından beri kullanılmaya başlanmıştır. David Bell, giderek genişleyen bir kavram olarak gördüğü siber kültür çalışmalarını insan ve dijital teknolojilerin nasıl etkileşime girdiğini, birlikte nasıl var olduğunu düşünme yolları olarak görmektedir. Bu anlamda siber kültür bütünleşik uygulama ve temsillerin matrisi olan siber alandaki yaşam tarzları ya da siber alanın şekillendirdiği yaşam tarzları olarak görülebilmektedir. Bu bağlamda siber kültür yeni teknolojilerin insan yaşamını ve yaşamındaki temsilleri, imajları, anlamları nasıl değiştirdiği üzerine düşünmeyi içermektedir (Bell, 2007: s.73). Siber kültür, etkileşimin hakimiyetine dönük epistemolojik bir sorgulamaya da müsaade etmektedir. Özellikle insanın teknolojiye karşı hakimiyetini değil ama zafiyetini ve esaretini bir tür yaşamsal değer algısına tahvil ettirdiği duygusuyla belirginleştirir. Siber kültür, yeni bir kültürel formasyonu “yeni medya” bağlamıyla kültürel ve dolayısıyla sanatsal bir ekolojiye taşımaktadır. Siber kültür, büyük oranda yaşamın

değiştirdiği algısını belirginleştirerek, insanı ve yaşamsal projeksiyonları dönüştürmektedir.

Kitle iletişim araçları üstünde canlandırılan resimlerin bu sonsuz döngünün gücü olarak görülenden şeyden, bazı yazarlar kaçınmaya yönelik çabalar sarf edeceklerdir. Aslında bazı entelektüeller, medya kadar kötü gördükleri dilin kendi gücünden kaçınmak için oyunu kullanmaya başvurmuşlardır. Çünkü tamamen dolaylı olarak stereo tipik hegemonyalar - ekonomik, ırkçılık ve cinsiyetçilik nispeten kaçınılmazdır ve de bütün düşüncelerimizi kontrol eder (Foucault, 1972, 1973), (Sutton, 2001: s.146147). Görsel kültür yaratımının ve buna bağlı teknolojilerin insanlar üzerinde belli bir hakimiyet gücü sağladığı kuşkusuzdur. Teknolojik evrim, insanı yeni ve hızlı adaptasyon süreçlerine itmiş bulunmaktadır. Buradan hareketle, bu çalışmanın odak olgusu olarak sunduğumuz kültürel ekolojilerin de hızlı ve devinimsel bir görüntüsünü gündeme getirmekteyiz. Kitle iletişim araçlarını tüm insanlara yaş ve cinsiyet ayırmaksızın yöneltmenin gayesi de, bahsettiğimiz ekolojinin bir sonucudur. Bu yüzden, özel eğitici oyun eşyaları çocukların fiziksel, entelektüel, sosyal ve duygusal gelişimini artırmada fikirler(ve ideoloji) bağlamı ile yakından ilişkilidir. 19. Yüzyıl reformcuları somut derslerle öğretmeye çalışırken, hırslı yirminci yüzyıl ebeveynleri çocukları için erken fırsatlar sağlamak adına eğitici oyuncak fikrini benimsemişlerdir (Ogata, 2004: s.132). Oyun, çocukların ilgisini ve ilgi yönelimlerini teknolojiye ve yeni kültür ürünlerine motive etmek için önemli bir vasıta olarak organik ve nesnel geçmiş formasyonundan oldukça uzaklaşmış durumdadır.

Kültürel seçimler, sınıf ve insanların diğer özellikleri arasındaki ilişkilerde kesinlikle bazı değişiklikler olmuştur. Kültür sosyologları bunları sık sık yaklaşma/benzeşme, uzaklaşma/farklılaşma (convergence, divergence yerine kullanılmış) ve hepçilik başlıkları altında tartışırlar. Bir yandan farklı sınıflardan kimi kültürel seçimlerin birbirine yaklaşmakta, benzeşmekte, böylece yaptıkları seçimlerde sınıfları eskisinden daha çok birbirine benzetmekte olduğunu gözlemliyoruz (Gans, 2005: s.26). Kültürler birleştirici değildir. Kültür birleştiricidir. Birden fazla kültürel etki, bireyde parçalanmış davranış ve tutum örüntüleri icat eder. Çok kültürlülük burada farklı bir noktadadır. Kültürlerin bir arada yaşayabileceği tezi için tutulacak dal olan çok kültürlülük aslında, hakim kültürlerin altında bir müddet ayakta kalabilen, daha sonra zayıflayan ve nihayetinde yok olmaya yüz tutmaya

başlayan bir seviyeye geriler. “Kültür göçü” olanaksızlık sergiler. Çok kültürlülük, kültür göçlerinin doğal sonucu da olsa, göçün gerekçeleri doyurulduğunda ortadan kalkacak bir serüven başlayabilir. Çok kültürcülüğün karşısına konuşturduğumuz çoklu kültürel olgular, kültürel yeni ekolojileri de kapsayan ve kültürün sol tarafına gelen kavramlardan müteşekkil olguları ifade eder. Medya kültürü, tüketim kültürü, kitle kültürü vb. kültür türleri hem yeni kültürel ekolojileri hem de kültürel üretim sistemlerini muhatap alanlar olarak gösterilebilir.

Hall, yeni zamanların en etkili iletişim aracı olarak nitelenebilecek olan internet ve diğer kitle iletişim araçlarına önemli işlevler atfetmektedir. Ona göre medya, 20. yüzyılın ileri kapitalizminde nicel ve nitel olarak kültürel alanda tayin edici ve temel bir önderlik tesis etmiştir. Kitle iletişim araçları ekonomik, teknik, toplumsal ve kültürel kaynakları bazında, ayakta kalabilmiş daha eski, daha geleneksel kültürel kanallardan nitel olarak daha büyük bir dilimi yönetimi altına almıştır (Hall, 1999, s. 232). Hall, kapitalizmin kültürel alana ilişkin önderlik saptaması ile bize, kültürün güç ile olan bağlantısının gerekçesine odaklanmamızı kolaylaştırmakta ve kültürün taşeron kimliği ile gücün yönlendirdiği tesirin de tesisini başarabilmektedir. Kitle iletişimi, kitle yönlendiriciliği ve motivasyonu için kapitalizmin öncelikli hedefidir. Kültür, kitle iletişiminin etkileşime dönüşmesine katkı sağlar. Böylece kapitalist bir kültür ekolojisini de dolaylı olarak yaratmış olur. Ekolojinin uzayından ziyade teknolojisi kültürel potansiyel demektir.

İnternet, pek çok gözlemcinin ilk günlerindeki hayal ettiği gibi ‘Vahşi Batı’ bölgesinde kalmadı. Küçük şirketler ve işletmeler yenilik yapmaya devam ettiler, ancak çok daha sık olarak belli bir ölçüğe ve öneme kadar büyüyebilirdi, daha sonra büyük bir şirket ortaya çıktı ve hepsini silip süpürdü. Yeni bin yılda, birleşmelerin çoğu, ortaya çıkan teknoloji tabanlı firmaları satın almak için nakit parası ve borsa hissesi olan medya holdingleri arasında oldu (Batchelor, 2009: s.8). Örneğin kültürel ekoloji tabirine uygun bir teknoloji dünyası olarak iletişimin ve etkileşimin küresel ağ düzenlemeleri ve internet ile nasıl bireyleri tesirine aldığını göstermek istediğimizde, internet için ekolojik anlamda zaman ve mekanın daha soyut ama etkileşimin somutluğu dikkat çekmektedir. Bir kültürel ekolojik varlık, insanı kuşatan tüm kültürel gerekçelerin inşa ettiği bir teknolojik donatının açılımı da olabilmektedir.

Tüketme tutkusunun iki biçimi vardır: İmaj yaratımına etkin katılım ve güç vasıtasıyla tahrik. İmaj, pazarlama oyununa katılan tüketici, altın kaplamalı platformla, bir nesnenin gerçek değerini karıştırarak oran duygusunu kaybedebilir. Gücün yüceltilmesi de risk yaratır; hem firmalar hem de bireyler açısından (Sennett, 2009: s.109). Güç, kendi anlamı kadar tesir edeceği sahalara göre de anlam kazanmaktadır. Örneğin güç ideoloji ise, burada kültürün politik açıdan sosyal değer ve idealleri tesir altına almak amacı güder. Eğer güç bir kültürel üretim sistemi ise, burada kültür maddi ve manevi açıdan sosyal karşılık bulabileceği süreçleri amaçlar. Eğer güç bir toplumsal norm ya da konform ise, burada kültür kalıtsal ve kalıpsal yapıları hedefler. Eğer güç bir endüstri ve kapitalist gerekçe üretimi ise burada kültür çok daha tesirli ve dinamik değişkenleri hedef olarak belirler ve tamamıyla kitlesel manipülasyonların ekonomik karşılıklarını hedefler.

5. BÖLÜM

YENİ KÜLTÜREL EKOLOJİLER VE SANAT

5.1. Kültürel Tesirler ve Sanatın Yapılanması

Sanat tarihi bir görsel tarih belgeselliği sergilemektedir. Görselliğin tarihselliği ile kültürel bir yapıya dönüşmesi süreci, birbirine koşut değildir. Bir başka ifade ile sanatın görselliği, bir görsel kültür kalıbı ile gündeme gelmemiştir. Görsel kültür olgusu ise özellikle 20. Yüzyılın içinde gelişen ve teknoloji ile karakterize olan bir görsel çağı işaret eden kültürdür. Ancak çağdaş sanatın geleneksel sanattan farkı, postmodernizmin modernizmden kopuşu ve kültürel gelenekselliğin yerini kültürel yeni ekolojilerin alması ile sanatın da bir konumsal aşama geçirdiği söylenebilir.

Sanat ve kültür kavramlarımızda değişikliklerin temel dayanaklarını anlamak için, sanat ve kültür ifadelerinin kullanıldığı temel değişmez insan doğası fikrinden ziyade, bütün değişkenleri ile insanın kendi içindeki potansiyel değişim duygusuyla başlamalıyız (Mchale, 1979: s.64).

İnsan için biçimlendirme güdüsü ve gayesi temelde ilk insandan beri değişmemiştir. İnsan için iyi, doğru, güzel ve faydalıyı gerçekleştirmek bir kalıp davranış ve biçimlendirme içeriğidir. Estetik olmadan da diğerlerinin bir anlam kazandığı söylenemez. İnsan için değişimin doğası aslında insanın ürettiklerinden kendisine bir değişim yaşatmasıdır. Araçsal ve amaçsal uyum zaten bu doğayı yaratmıştır. Bugün de bu kalıp yaklaşım devam etmektedir. Bugün adına teknoloji-kültür dediğimiz bir sarmal kültür olgusu içinde insan yine kendi projeksiyonunu sanatsallaştırmak ve dolayısıyla kültürel açıdan konumlandırmak amacıyla olmaya devam etmektedir.

Toplumsal ve kültürel bir üretim olarak sanat, sosyolojik bilgi için bir kaynak niteliği taşır. Çünkü sanat, üretildiği toplumun yapısıyla direkt bir ilişki içindedir. Bütün toplumsal kurumların birbirlerinden etkilenmesi gibi, sanat da diğer tüm toplumsal kurumlardan etkilenerek var olur. Bu etkileşimin niteliğini hem sanat eserinin kendisinden, hem kültürel pazarın kendisinden hareketle anlamaya çalışmak sosyolojik bilgi için bir imkândır (Çağan, 2006: s.1). Çağan, kültürün sanattan

faydalandığını, toplumsal kurumların kültürel davranmalarına sanatın olanaklar tanıdığını ifade etmektedir. Bugün aksi bir durum söz konusudur. Sanat, kültürün tahakkümü altındadır. Kültürel kurumlar, sanatı ne yapacağı, nasıl yapacağı ya da niçin yapacağı üzerinde söz sahibidir. Sanatın kültürel ekolojiler ile organik bağının bulunması gerekliliğini de bu vargılar beslemektedir diyebiliriz.

Kültürün edebiyat, sanat, mimarlık, hatta gündelik kültürel hayat biçimleriyle ilişkili olduğu kültürel üretim tartışmalarından farklı olarak, yönetim ile iş örgütlenmesini konu alan çalışmalarda kültür ile ekonomi-politik arasındaki yakın ilişki ayan-beyan ortadadır (Dirlik, 2014: s.32). Kültürel ekonomi, finanssal sanat, kültür endüstrisi, ekonomi politik, kültür politikaları ya da meta estetiği gibi birçok birbirine temas halinde olan içerik ve alanların müşterekleri parça parça ayrımlaştırılabilir olsa da sonuçta hepsi yeni kültür yönelimlerini destekleyen gerekçelerin adresi olmaktadır.

Kültürel ve sanatsal düşünceler genellikle bir toplumdan diğerine yayılırlar. Bunun için sömürgeleştirmek ya da politik ve ekonomik yakınlaşma veya dönüşüm gerekmemektedir (Wolff, 200: s.72-73). Sanatın küreselliğinden önce sanatın evrenselliği sabittir. Küresel sanat yerine evrensel sanat denmesinin sebebi, yine sanatın geçmişi ile şimdiki arasındaki anlayış, yönelim, tahvil edildiği değerler ve estetik karşılık ve muhatap dereceleridir. Bugün küreselleşme daha çok ekonomik ve kültürel. Küreselleşmenin kültürel kapsamı içinde sanat, kimlik ve geleneksel kalıpları ile de hesaplaştığı için, kültürel kimliği açısından bugün küreselleşmektedir diyebiliriz. Değişen bilinç içinde sanatın dönüştürücü etkisi olduğuna göre, tüm kültür alanları bu etki gücünü az ya da çok içermektedir (Wolff, 2000: s.90). Sanatın algı ve manipülasyon konusunda dönüştürme etkisi vardır. İnsanlara tesir oluşturmak için görev üstlenmektedir ve bu gücü, orantılı bir tesir ile dönüştürme potansiyeli içermektedir. Kültür mü sanatı dönüştürüyor sanat mı kültürü dönüştürüyor sorusu ile muhatap olurken, özellikle yeni kültürel ekolojilere bağlı bir saptama ile kültürü önceleyebiliriz. Dolayısıyla kültürün sanatı dönüştürdüğünü söylemek daha doğrudur.

Toplumsal normlar, tüm aygıtın eksenini oluşturur; onlar, sistemdeki (toplumsal sistem) bütün eylemlerin hem araçları hem de amaçları olarak tasavvur edilir. Bunun ötesinde, toplumsal normlar, ayrıca, bireysel failin kimliği ve bütün

sistem arasındaki ‘özdeşleşme’nin kaynağını sağlar ve tüm toplumsal düzen, bizatihi, fail ve sistem arasındaki kimlik özdeşleşmesinde yatar (Jenks, 2007: s.109). Sistem normları yönetir. Sistem normlarla hayatıyet kazanır. Toplumsal sistemin katı ve geleneksel kültürel üstünlüklerinden bahsedilebilir. Şimdinin normları ile kültürel kalıpların arasındaki çelişkiler, kültürün daha dağınık ve dinamik projeksiyonlarıyla izlenebilir durumdadır. Kültürel sistemin yerini alan parçalı kültürel sistemler, dinamik ve değişkenlik özellikleri itibarıyla toplumsal normlar olarak yeterlik ve kapsayıcılık sergileyememektedir.

Kültürün hem bir sorun hem de bir yönetim faaliyetinin temel bir nesnesi olarak ortaya çıkışı, yeni doğan küresel kapitalizmin ve onu mümkün kılan, yönetim ve çalışma mefhumlarında “devrim yaratması” beklenen teknolojilerin neden olduğu yapısal ve kültürel sorunlarla yakından bağlantılıdır (Dirlik, 2014: s.32). Çağdaş yönetim için kültür önemli bir amaç olarak yeni trend kapsamı ile gündeme gelmektedir. Kültürel üretim ve tüketim süreçlerinden ve kültür endüstrisi uzun zamandır gündemdedir. Dolayısıyla toplum mühendisliği kadar kültür mühendisliği gibi yeni bir mühendislikten ve kültür üreticilerine dönük konumlandırmalarda sanatın ve sanatçının da devreye girmesinden dolayı, kültür yönetimi yepyeni bir yönetim çerçevesi sunmaktadır. Bu yönetimin uzmanlık sahası sanat ve estetik kimlikli olmasına rağmen genel karakter ise ekonomik kimliklilik sergilemek durumundadır.

Sanat kendi kendisini belirler diyen ortak akıl idealizmine karşı duran sosyoloji, aktörlere özgü kültür yetilerini öne çıkarır, yapıtlara özgü estetik özelliklere pek dikkat etmez (Heinrich, 2013: s.65). Sosyolojik açıdan sanatın özerk toplumsal kurumsallığı ile tasarımsal özgünlüğü için koşul olarak estetiğin ve yaratıcılığın değeri, tahvil edilebilir meta olarak kültürel potansiyeli ile eşleştirilir. Sanatçı kariyerleri anlatılmak istendiği zaman da aynı durumla karşılaşyoruz. Pozitivist ve açıklamalı sosyoloji, istatistik kullanarak, benzerlik taşıyan kariyer profillerinin dönüşlü olarak ortaya çıktığını ve sanat dışı faktörlerin buradaki rolün de ortaya koyar: sosyal köken, yüksek sosyete içi stratejiler, siyasal sempati, sanatçı değerinin gözükmesine uygun düşen araçlar ve seyirciler grubuyla zihinsel yakınlık da bu faktörlerdendir (Heinrich, 2013s.110). Sanatçının stratejik gücü ve konumunu pekiştiren izleyici ile olan bağındaki sihir, sanatçının isteği ile geri plana alınmıştır. Sanatçının değeri bir toplumsal konum ya da geleneksel entelektüelliği ile karşılık

bulmuyor. Sanatçının değeri, kültürel aracı olarak toplum mühendisliği ile kitle kültürü tacirliği arasında sıkışan ve can çekişen bir hal almıştır diyebiliriz.



Resim 12. “Archduke Leopold William’ın Resim Galerisi”, 1650. Kustlerische Museum, Vienna.

Sanatta modernizm, öncesinde ressamların insanları, manzaraları ve tarihsel olayları aynı bunların göze görüneceği gibi resmederek, dünyayı onun kendini sunduğu biçimde temsil etmeye giriştiği bir noktaya işaret eder. Modernizmle birlikte bizatihi temsilin koşulları merkeze oturur: böylece sanat da bir anlamda kendi kendinin süjesi haline gelir (Danto, 2010: s.29). Sanat bugün temsil yeteneğini kaybetmiş değildir. Bu konuda daha yetenekli olma gayreti vardır. Özellikle kültürel göstergelere ilişkin temsiliyet gayesi açıkça ortadadır. Sanatsal temsiliyet bir bakıma uzlaşım kamuları yaratmaya dönük kültürel teslimiyeti yaşamaktadır. Modern ile çağdaş arasındaki ayırım yetmişlerle seksenlerin ortalarına kadar netleşemedi. Çağdaş sanat uzun süre “çağdaşlarımızın ürettiği modern sanat” olarak kaldı (Danto, 2010: s.34).

Artık, çağdaş sanatı belki de 1400’den bu yana üretilen sanattan ayıran bir özellik var: Çağdaş sanatın birincil hırsları estetik değildir. Öncelikli ilişkilene biçimi izleyici olarak izleyicilere doğru değil, sanatın seslendiği kişilerin diğer

yönlerine doğrudur (Danto: 2010: s.224). Çağdaş sanatın bir hırsı ve inadı vardır. O da ekonomiktir. Ekonomik açıdan sanatsal endişe ve beklentiler inşa etmek, sanatın izleyiciye dönük bakış açısının da hem ekonomik hem de kültürel gerekçelerden etkilendiği gerçeğini pekiştirir. Stallabras'a göre; çağdaş sanatçılar tüketim kültürünü genellikle büyülenme ve tedirginlikle ele alırlar; doğrusu her iki tepki için de yeterli neden var. Büyülenme: çünkü tüketimcilik her zamankinden daha kültürel olmaya başlamıştır; maddi ürünler kadar, imgelerin, seslerin ve sözcüklerin satışını ya da teşhirini de kapsar. Tedirginlik: Çünkü kitle kültürünün sonsuz genişlikteki motorlarına cömertçe yakıt doldurulmakta, küstah ürünleri her yeri doldurmaktadır. İyi ama metalar kültürel bir veçhe kazanıyorsa sanata yapacak ne kalır? (Stallabras, 2009: s.72).

14. Yüzyılda baskının, 19.Yüzyılda fotoğrafın modern toplum ve kültürün gelişimindeki devrimci etkisi gibi; günümüzde yeni medya devrimini yaşamaktayız. Yeni medya devrimi tüm kültürün üretim, dağıtım ve iletişimin bilgisayar aracılı formlarına doğru kayması anlamına gelmektedir. Manovich, basılı basının sadece kültürel iletişimin dağıtım basamağını; fotoğrafın kültürel iletişimin türünü etkilerken, yeni medyanın iletişimin oluşturulma, saklanma ve dağıtıma kadar tüm aşamalarını; duran görüntü, hareketli görüntü, ses, metin gibi tüm türlerini etkilediğini savunmaktadır (Manovich, 2001: s.48). Yeni medya teknolojik gelişmenin nihai istikameti olmuştur. Medyanın görsel kültür çalışmalarındaki yeri ve önemi dikkate alındığında, geleneksel anlamda bir yerleştirme olarak medya ile çağdaş anlamda bir strateji olarak medya arasındaki farkı “yeni” olarak belirlemek, yeni'nin içeriğinde söz konusu olan yaratıcılık olanaklarını dikkate almak demektir. Yeni medya ve tekno-kültürün pedagojik ve sanatsal yaratıcılık potansiyellerini farklı bir kategoride konumlandırmak istemesinin nedeni, aslında sanatın bu sürece ve teknolojiye olan ihtiyacını ve adaptasyon sürecini de değerlendirmemizi şart koşar.

Küreselleşme ile toplumsal ve kolektif kimlikler parçalanmış, kültürel kodlar silinerek yeni global kültürel kodlar, alt-kimlik, üst-kimlik ve melezleşme kavramları ön plana çıkmıştır. Postmodern kimlik daha çok imaj, rol ve tüketim kültürü üzerine kurulu bir kimliktir (Kellner, 2001:s.207). Kellner'in görüşüne postmodern sanat açısından da katılmak mümkündür. Kültüre koşut bir sanatsal pratikleriyle postmodern dönem, sanatçı ve izleyicide ayrı ayrı kimlik profilleri oluşturmak için

işlevler göstermektedir diyebiliriz. Kişilik, şahsiyet ya da kimlik açısından postmodern kültür ve sanat homojen davranışlar sergiler. Kimlik profillerinin dışarıdan tesirlere ve gerekçelendirilmiş yaşantı planlamalarına göre tasarlanması ile aslında benlik oluşumları da olumsuz süreçlere taşınmaktadır. Gerekçelendirilmiş ve planlanmış yaşantı formları kültürel bir çerçeve içerir. Bu formları tasarlamak işi ise sanattır. Yaşantı parselasyonu ve sosyal münasebetlerin konforme edilmesi ise daha çok kültürel yeni ekolojilerin tesiri altında gerçekleşir.

Frankfurt Okulu'nun başlattığı kültür endüstrisi ve kitle kültürü çalışmalarının izinden yürüyen Amerikan ve İngiliz kültürel çalışmalar geleneği, kültürel emperyalizme getirdiği eleştirel yaklaşımla, medyatik kültürün kullanımlarını anlayarak, iktidar ve kültür ilişkilerine yeni kuramsal çözümler getirmeye çalışır (Maigret, 2011: s.187). Frankfurt Okulu, ikinci dünya savaşından sonra sanatçıların, teorisyenlerin ve toplum mühendislerinin kuramsal anlamda odak sergileyebilecek oluşumlara ihtiyaç göstermelerine bir cevap teşkil eder. Alman filozofların öncülüğünde kültür endüstrisi için de bir kuramsal altyapı oluşturulmuştu. Kültür endüstrisi ile kitle kültürü çalışmaları paralel gelişmişlerdir. Frankfurt Okulu, geleneksel kültür çalışmalarına dönük anlayışların kitle kültürü çalışmalarıyla dönüşmesine katkı sunmuştur. Bu yüzden İngiltere ve Amerika, çağdaş kültür ya da postmodern kültürü endüstriyel profiller ile ifade edebilecek olgular ile tümleştirirken, kültür eleştirilerini de aynı biçimde ele almışlardır.

Williams'a göre on dokuzuncu yüzyılda 'kültür', endüstri, demokrasi, sınıf ve sanatın diğer alanlarındaki değişimlere tanıklık edebilme ve belgelendirebilmenin seçkin bir pozisyonuyla işe başlar. Bu anlamda, kültür, kendisinin bilincinde olmasını ve yansıtmasını sağlayan oluş kapasitesini benimser (Oswell, 2006: s.4). Yeni kültürel ekolojilere geçiş teknolojik gelişmeyle koşutluk gösterir. Bu anlamda hızlı bir süreç söz konusu olmuştur. Yeni kültürel ekolojilerin bu gelişim hızına sanatın ayak uydurması öyle kolay olmamıştır. Zira sanat, kendi geleneklerini ve yöntemlerini daha uzun zamanda ve deyim yerindeyse kuşak çatışması benzeri bir dirençle gerçekleştirebilmektedir. Sanatın içinde de muhafazakar bakış ile yenilikçi bakış çatışmaları söz konusudur. Yeni kültürel ekolojilerin çağdaş sanat için yaşadığı sıkıntıların biri de bu çatışma olarak gösterilebilir.

Sanatın, yirminci yüzyılda, feodal ve klasik dönemlerdeki gibi sistemle bütünleşmiş olmayışı, kültürün ekonomik etmenlerle bağlı oluşu; dolayısıyla kültür ve sanatın ekonomik değişikliklere karşı duyarlı ve kırılgan yapısını anlamak eskisinden daha çok gerekli hale gelmiştir. Nicholas Garnham'ın savladığı gibi, kültürün ekonomi politiğinin geliştirilmesi yaşamsal önem arz etmektedir (Wolff, 2000: s.98). Sanatın ekonomik süreçlere tepkisini betimlemek için kültür ile tümleşik karakteri yeterlidir. Kültür ekonomi politiği, sanatı kırılgan ve duyarlı yapmaz. Kültür sanatı ekonomik anlamda bir kalkan gibi korumaktadır.

Sanat bir tür üretime ve finans aracına, yaratıcılık ta bir tür endüstriye dönüştükçe, ikisi de 'kültür ekonomisi'ne dahil oluyor. Aslında kültür ekonomikleştikçe, bütün ekonomi kültürelleşiyor. Kültürel ekonomi de haliyle, neo liberal devrimlerin bir çeşit ruhu sayılan piyasanın yönetiminde işliyor (Artun, 2013: s..46). Ekonomiler kültürel üretim için bir gayedir. Bir sonuç değildir. Çünkü kültürel ekonomilerin değişken unsurları kültüre ait unsurlardır. Ekonomik taraf ise sabittir. Piyasa yönetimleri bir tür sanatsal ya da kültürel yönetimini ekonomik örgütlülük içinde kotarmaktadır. Pop Art ya da büyük bir bölümü, ticari sanat; yani illüstrasyonlar, etiketler, plaket tasarımı ve posterler üzerine temelleniyordu. Bu rengarenk ilan görsellerinden sorumlu ticari sanatçılar da iyi gözlere sahipti (Danto: 2010: s.122).

Kitle tacirliği özellikle görsel kültürün ve dolayısıyla medyanın elindedir. Bu ticari bünye içinde sanatın mevzi olarak ve sanatçının tetikçi olarak konumlandığı ilk sanatsal örnek, pop sanat olarak sunulabilir. Sanatçının kendisini sanatsallıktan tasfiye edip reklamcılığa dönüştürme evresi de yine aynı döneme denk gelmektedir. Tüketim (yani sistemli bir gösterge üretimi) alanına bir özerklik kazandırmaya yönelik her türlü çözümlene girişimi bir kandırmaca olarak nitelendirilebilir. Maddi üretimi belirleyen bir süreç olarak özerkleştirme çabaları da benzer bir ideolojik kandırmacadır (Baudrillard, 2009: s.132). Baudrillard, yaklaşımında tüketim olgusunu ifade eden gösterge üretimi işini yerine getiren çağdaş sanat, göstergelerin ideolojik amaçlarına ve dolayısıyla kültürel kalıp örüntülerine dönük bir özerk politik tesirler ve dolayısıyla tesisler üretmektedir diyebiliriz.

Para değişimi kolaylaştırır, hızlandırır ve genelleştirir. Basit ve doğrudan değişimin zorluklarının çözümü olarak aynı zamanda basit değişim içerisinde önceden yer alan iki çelişkiyi de artırır. İki metanın değişiminde her iki taraf için itici güç ve belirleyici amaç, taraflardan her birinin, metanın kullanım değerine yönelik ihtiyacıdır (Haug, 2008: s.25). Kültürel ve sanatsal ürünlerin meta olarak sosyalleşmesi, tüketimi ile doğru orantılı bir reflekstir. Metanın kullanım değeri, gereksinim değeri ve ederi ile daha fazla anılmak durumunda olmuştur. Özellikle meta dünyasının özel tüketime açılan bölümü açısından bütün genişliği ve derinliğiyle yayılması ve sistematik biçimde uygulanması, kullanım değerlerinin bir marka altında bir araya gelmesini, yani, bu anlamıyla, her markanın estetik bir tekel oluşturmayı amaçlamasında olduğu gibi, tekel ürünün galip gelmesini gerektirir ((Haug, 2008: s.61). Kültürel üretimlerin ve ürünlerin bir marka adı altında kültürel-nesnel anlam kazanmasına küresel anlamda birçok örnek verilebilir. Markaların yerleştirilmesi ve kültürel etiket olarak kullanılması, kültürel soyutlamanın ve algı psikolojisinin çalışma alanlarına girme potansiyelini gündeme getirmektedir. Küresel kültürel kimlik oluşturmanın marka ile de göstergelenmesi sık karşılaşılan bir durumdur.

Meta estetiğinin, insanların duyusallığını moderleştirdiğini söylemek çekicilik yönünü ön plana çıkararak insanları kapitalist toplumda siteme uygun davranışa yönlendirmek demekten başka bir şey değildir (Haug, 2008: s.141).

Meta estetiği, değiş tokuş değeri ile ederin kapitalist çerçevedeki görüntüsüdür. Estetik kapsam tüketim kapsamına doğrudan tesir oluşturduğu için meta estetiğinin daha maddi beklentileri inşa ettiği ve egemen ideolojinin işleyebilmesi için, sömürülen çoğunluğun, içinde kendi sahici özlemlerini görebileceği bir dizi özelliği de bünyesinde barındırması gerekir. Başka bir deyişle, her hegomonik evrensellik en azından iki tekel içeriği, yani hem sahici popüler içeriği hem de onun tahakküm ve sömürü ilişkileri tarafından çarpıtılmış biçimini bünyesinde barındırmak zorundadır (Zizek, 2013: s.55). Kültür ideolojiyi yerleştirmek için görev alır.



Resim 13. “Dondurma Reklamı”, 1999., London.

Yerleştirilen ideolojinin süreklilik kazanması için sanatı kullanır ve kültürel bir kimlik ile sanata sosyallik kazandırır. Popüler her ürün hem kitle hem de tüketim kamusuna ait özel çerçeveleri de ideoloji ile temas ettirir. Kültürel üretim süreçlerinin son bulması için gerekli noktayı da ideolojinin koyduğu söylenebilir.

İnsan bilimlerinin dışına çıktığında dahi disiplin, kültürün her ağza alınışında bölücü bir söylemin tohumlarını eker. Kültür insani olmayan ‘anlam ağları’ olarak yeniden tahayyül edildiğinde dahi bu ağların öncesinde ve arkasında bir yazar, bir aktör, bir fail olarak ‘İnsan’ figürü durur. Söz gelişi, popüler kültür, moda ve gençlik alt-kültürleri artık kültür alt örnekleri olarak kabul ediliyor ama aynı zamanda bunların hepsi birden, önünde sonunda ve şüphe götürmez bir biçimde insanla ilgili farklı yaşam tarzlarının, mücadele ve pratiklerin, kimliklerin görünümleri olarak ele alınıyor (Badmington, 2013: s.388). Kültür bir karmaşık ağ olarak anlam sınırlarını ve epistemolojik değerini süreklileştirmeyebilir. Söz konusu ağ, hem kitlesel ve dolayısıyla küresel davranırken hem de en tekil toplumsal elemana da ulaşmanın detaylarını planlamak suretiyle etkinliğini ve tesirini hayati kılar.

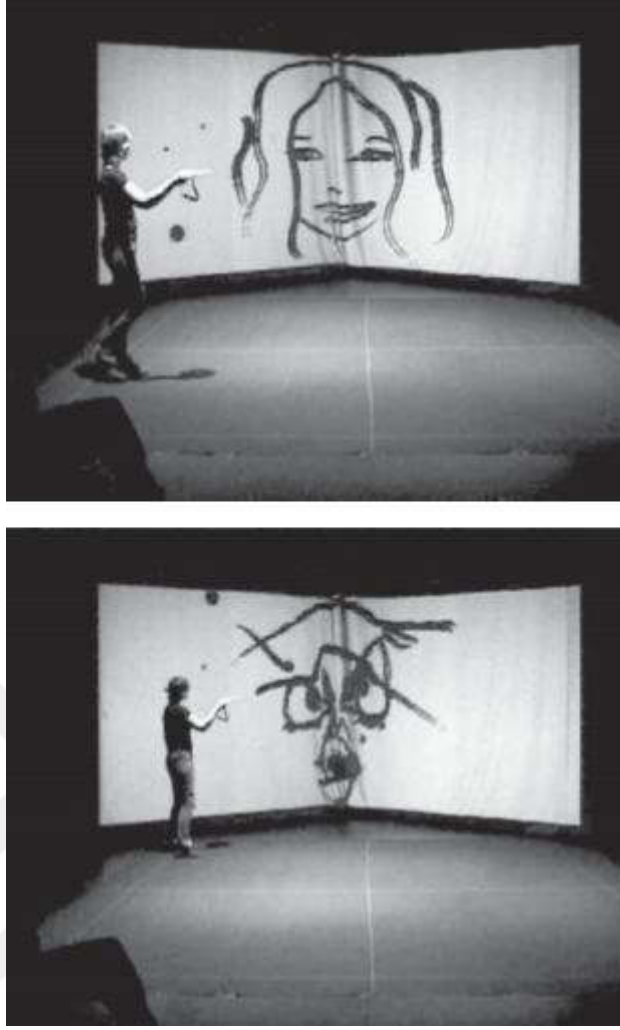
Kültürel yeniden üretim süreçleri bir toplumda eski değerler ve anlamlar ile yeni durumlarda ortaya çıkan değerler ve anlamlar arasında ilişki kurarak geleneğin sürekliliğini sağlar. Aynı şekilde kültürel değerlerin ve bilgilerin iç tutarlılığının oluşması da bu süreçlerle sağlanır (Habermas, 1987: s.140-143). Kültürel üretim ile kültürel yeniden-üretim arasındaki ayrımı daha önce özellikle tüketim motivasyonları ile betimlemiştik. Kültürel yeniden-üretim ihtiyaçların üretilmesi ve gerekçelendirilmesine dönük bir üretim çağrışımıyla aslında tüketimi motive eden bir ele alış ile sunulmuştu.

Eleştirel (ideolojik) şiddet ve kendini zorla kabul ettiren bir yapıya uyum sağlamak arasında seçim yapmak durumunda olan modern sanatın çağdaş dünyayla tam bir işbirliği içinde olduğu görülmektedir. Çağdaş dünyanın kurallarına uymak ve bu dünyanın bir parçası olmaya çalışmaktır. Modern sanat bu dünya ile alay edebilir, onun neye benzediğini gösterebilir, simule edebilir, kandırmaya çalışabilir ancak bizzat içinde yer aldığı düzeni hiçbir şekilde yerinden kımıdatamaz (Baudrillard, 2009: s.128). Modern sanatın iddiası sanat idi. Amaç sanat olunca sanatın sanat için kendini kamuya sunması ve pozisyon kullanmasındaki tasarruf gücü bugün yoktur. Zaten bugün modern sanat diye bir şey de yoktur. Çünkü modern sanat savunusu olarak sanatın sanat için önceliği, sanatın ekonomi için öncelenmesine yol açmış, hatta öncelenmekten ziyade görevlendirilmiştir demek daha doğrudur.

Geleneksel sanat tüketicileri olan kilise, hamiler, akademiler bu yüzyılla birlikte sanatçı üzerindeki etki güçlerini yitirerek; sanatçının özgürce dolaşan, bağımsız ve yaratım özgürlüğü elde etmiş bireyler haline gelmelerine zemin hazırlamışlardır. Böylece sanatsal çalışma diğer çalışma türlerinden keskin bir biçimde farklılaşmaya başlamıştır. Sanatçının, hiçbir zorlamaya tabi olmaksızın, gerçekten kendisini ifade ettiği etkinliğinin idealize edilmesinin nedenlerini anlamak kolaydır (Vazquez, 1973: s.84). 20. yüzyılın başında daha özgürlükçü olduğu söylenen sanatçıların 21. Yüzyılın başında ise kontrollü özgür olduğunu söyleyebiliriz. Son elli yıl, sanatçının izleyici (ya da tüketici) karşısında kendisini ikinci plana ittiğini görüyoruz. Tüketime odaklanması beklenen izleyiciye dönük beklentinin benzeri sanat için de söz konusu olduğundan, sanatçı geri planda olmayı tercih etmektedir.

Diğer bir popüler görüş, dikey safsatayı sürdürerek, güzel sanatların şu an kitle sanatları için bir araştırma konusu olduğunu belirtti. Sanatçının, keşiflerin yapıldığı ve hayal gücünün oluşturulduğu, kültürel materyallerin kitlelerden yeni kitle iletişim kanallarına girmesi için sonunda yeni kültürel manzaraların döşendiği fildişi kulesi, bir laboratuvar gibi donatılmıştır (Mchale, 1979: s. 62). Bir laboratuvar çalışması yönelimi olarak sanat, orijinal, yeni, farklı özellikli özgünlükleri daha fazla önemsemek durumundadır. Bunu destekleyebilecek bir iç odaklanma sorunu, sanatı zorlamaktadır. Sanatın orijinallik arayışı kültür endüstrisi kapsamında ve özellikle reklam kültürü yaygınlığını sağlayabilecek türden olmak zorundadır.

Estetik modernizmin ve avangardın tasfiyesine yönelik postmodern ve çağdaş sanat hareketleri, etnik, dinsel ve cinsel farklılığa açılırken, modernlik dönemi sanatının, sanat tarihinin ve estetik felsefenin yarattığı onca 'farklılığı' göz ardı eder (Artun, 20013:.s.37). Postmodern sanat modern sanatın aksine – izmlerin, savunuların ya da manifestoların kullanılmadığı, anlayışı, farklılığı, sanat ve estetik motivasyon gerektiren katı akademik kuralcılığı terk edildiği bir üslup yapısını kutsamaktadır. Modern sanatın seçkinciliği ve izahat alışkanlığı, postmodernizmde hızla yayılıp hızla kaybolan tarzlar ile kişisel ve daha minimize edilmiş yönelimleri ön plana çıkarır.



Resim 14. “Canavarlaştırma”, Konkret Festival, İsveç, 2003.

Yakın zamanlara kadar bir sanat eserini ayırt eden ve bir diğerinden ‘farklılaştırın’, ‘biriciklik’, ‘sahiplik’ ve ‘özgünlük’ normları artık ya tabu olmuş, ya da alay konusu yapılmıştır (Artun, 2013: s..37). Artun’un değerlendirmesine katılmak gerekiyor. Sanatın geleneksel kriteriyumu ile çağdaş kriteriyumu arasındaki farkı ortaya koymaktadır. Ancak sanatın kendisini ironik olarak sunması da postmodern dönemin bir izdüşümüdür. Kavramsal anlayış, ustalık ve estetik duyarlılık bariz bir şekilde yaş ve deneyimle birlikte gelişir fakat bu becerilerin yaratıcı düşünme mozaiğine transferi genellikle doğal gelişmez (Webster, 1990: s.24). Estetik deneyimlerin de epistemolojisi değişmiştir. Bir deneyim olarak estetik, müşterek, kolektif tepkimelerin yaygınlığı ve kitleselliği ile değerli kılınacağı için, her şeyden önce kültür ile organik bağını kurmak zorundadır. Bireysel ayrımların ortadan kalkmasıyla estetiğinde hem toplumsal açıdan hem de kültürel açıdan bir ayırım marifeti olduğunu söylemek gereksiz olur. Estetik deneyim, duyarlılık ya da

yargı olmaksızın tüketimin motivasyonlarına hizmet eden eşlenik ve katkı içerikli bir boyut kazanır.

Film ve televizyon medyası, kolektif anların ve kimliklerin oluşmasında güçlü bir rol oynar (Morley, 2006: s.131). Kültürün doğrudan ya da dolaylı temasının sağlamada insanın günlük meşguliyet parselasyonunda önemli yer işgal eden aparatlar mevcuttur. Kültür aparatları için başlıca örnek olarak televizyon verilebilir. Televizyon, insani ortamların ve özel hayat mekanlarının hemen hepsinde hem yer işgal eder hem de zaman işgal eder. Ancak bu medya kültürünün etkileşim ortamlarında söz konusu işgal, kültür üreticileri tarafından bir fetih gibi de değerlendirilebilir.

Öte yandan sanatın kavrama indirgenmesi da, sanatı bizzat sanatçı tarafından “üretilmesi” gereken bir yaratı olmaktan çıkarır. Ve sonuçta sanat, yer yer, birçok sanat emekçisinin çalıştığı bir imalat halini alır (Artun, 2014: s.19). Sanat kavram demektir. Kavramsallık aynı zamanda içinde göstergeler yerleştirmek ve bunu dinamik kılmaktır. Kavramsal sanat ile sanatın kavram ile olan münasebetini de karıştırmamak gerekir. Kavram işlenmeyen biçim de içerik de ve hatta temsil de olamaz. Çağdaş sanat, biçimin içine kamufle edilmiş ve kodlanmış birden fazla içeriği işleme potansiyelini sergileyebilecek tür ve tarzlar ile gündemdedir. Bu avantajlı sanatsal süreç, zaten kültürel üretim ve tüketim süreçlerinin ısrarla talep ve tercih ettiği bir metodolojik ve formal yaklaşım olarak değerlendirilmektedir.

Bir yanda doğa, üretken güçler ve akılcı bir üretim anlayışından yola çıkılarak özgüleştirilen ve o ilkel boyunduruk sisteminden kurtarılan insan emeği; diğer yanda anlamlı bir unsur olarak kabul edilmesi nedeniyle nesnelleştirilen, bir gösterene dönüştürülen bütün bir çevre vardır. Sahip olduğu her türlü geleneksel anlama bir son verilip, kendisine “işlevsel” bir rol biçilen çevre akılcı bir anlam arayışının aracı haline getirilmiştir (Baudrillard, 2009: s.235). Yine Baudrillard terminolojisiyle göstergeler üretimi, gösterengösterilen ilişkilerinin semiyotik tahlilleri için bir yeni ekoloji kavramını da anlamlı kılmaktadır. Nesneleştirilen ve gösterene dönüştürülen çevre, özellikle görsel kültürün ağırlık ve yaygınlık kazandığı çağımızda bir kültürel ekolojik önemi bize sunmaktadır.

Sanat sosyolojisi yapıtlarını ileri süren ya da kabul edenler başlangıçta ne sosyolojiden ne de kültür tarihinden gelmişlerdi. Sanat sosyolojisi sanatçılar/yapıtlar ikilisine geleneksel yönelimi kırmak isteyen estetik ve sanat tarihi uzmanlarının elinden çıktı: sanat üstüne incelemelere üçüncü sözcüğü (sanat ve estetik ile) “toplumu” yerleştirmeleriyle yeni bir bakış açısı, bu açıyla da yeni bir alan ortaya çıkmış oldu (Heinich, 2013: s.22). Artık sanatın sosyolojik karşılığı, ağırlıklı olarak kültürel dir. Toplumsal karşılığı ise kiteseldir. Diğer taraftan yerel ya da ulusal karşılığı ise küreseldir. Kitle kültürü egemenliğinin küresel kapsamlarının ne kadar sağlıklı bir sosyoloji veya sanat sosyolojisine detaylı izahat imkanı vereceği tartışılır. Sanat sosyolojisinin ne estetik bağlamı, ne toplumsal bağlamı ne de kültürel bağlamı, sanat tarihinin gelenekselliği ile benzerlikler içermemektedir.

Sanat sosyolojisinde ilk kuşak: sosyolojik estetik; sanatın bağımsızlığı fikrinden geri dönmek ve sanatı idealize etmek sanat sosyolojisinin iki kurucu olgusudur ve ikisi de seçkinci, bireyci ve maneviyatçı olan estetikçi geleneği eleştiriye dayanırlar (Heinich, 2013:s.25). İkinci kuşak: Sosyal tarih; ellili yıllardan başlayarak gelişen ikinci kuşak daha çok toplumda sanatla, toplumsal bağlamla-ekonomik, sosyal, kültürel, kurumsalla- ilgilenir (Heinich, 2013:s.37)

Üçüncü kuşak: Anket sosyolojisi; sanatın sosyal tarihiyle ortak yanını oluşturur; tek fark geçmişin belgelerine değil de yaşadığımız döneme uygulanır olmasıdır. Daha çok Fransız ve Amerikan girişimli anket sosyolojisi, artık ne sanat ve toplumu, ne toplumda sanatı alır; sanat çevresinin işleyişi, aktörleri, etkileşimleri, iç yapısıyla ilgilenererek sanatı toplum olarak düşünür (Heinrich, 2013: s.54).

5.2. Yeni Kültürel Ekolojiler ve Sanatsal Epistemoloji

Bugün sanat kadar kültür de epistemolojik dönüşümler yaşamaktadır. Kültür üzerinde işlem gerektirecek türden sosyal, politik, ekonomik, ideolojik ve başka diğer tüm alanlar için kültürün çağdaş yeni görüntüsünde sanatın tesir gücü tartışılır durumdadır. Bu konuda Jenks, yaşanan epistemolojik değişimlerle aynı zamanda ve onlardan dolayı, düşünsel yaşamın kuramsal bağlamı da değiştiğini vurgulamaktadır. Akademi, post-tarih, post-feminizm, post-sömürgecilik, post-milliyetçilik ve bir uçtan bir uca hepsinin üstünden geçen, ‘postmodern’ tayfi ile, post- devrine daldığından, toplumsalın elle tutulur metaforları artık geçerli görünmediğinden ve

çoğu tamamen bilişsel görünen yeni toplumsal mekan coğrafyaları, bizim düzen dillerimizin yerini aldığından bahsetmektedir (Jencks, 2007: s.179). Toplumsal sistem normlarının oluşturduğu toplumsallık, kültürel ekolojilerin yön uzayları olarak kentler içinde kendini pekiştirebilecek göstergeleri üretmekte zorlanmaktadır.

Kamusallık veya kamusal mekanların kültürel uzaylara dönüşmesi hatta tüketim uzayları olarak tasarımılaşması ile kent, toplumsalın da epistemolojik olduğu kadar sistematik pratiklerini deneyimleştirirken paylaşım ile karakterize etmektedir. Kamusal yaşam bir tüketim dilini de mekanlaştırmakta ve belli uyum süreçleri ile iç içe yerleştirilmektedir.

Sanatın (bugün) bir anlama sahip olabilmesi için ortada seri üretim ve özlem duygusu üzerine oturan bir değer anlayışı olması gerekmektedir. Sanat bu kurallara göre üretilse de üretilmese de, onları aşım geçmeye ya da onlardan kurtulmaya çalışsa da sanat olarak nitelendirilmesi için onlara ihtiyacı vardır. Bu yapıcı, eleştirel-isyankar bir sanattan çok uyumlu ve danişıklı dövüş yanlısı, öyleyse tanımını yapmada zorluk çekilen bir sanattır (Baudrillard, 2009: s.124). Sanat için iki geçerli kültürel gerekçe üzerinden problem alanı yaratılabilir. Birincisi sanatın tanımı için gerekli ve yeterli unsurları referanslandırarak olan varlıklar nelerdir ve bu bir ontolojik kayma yaratır mı? İkincisi ise sanatın epistemolojik açıdan bir dönüşüm yaşadığını iddia etmek için kültür ile temaslandırılması yeterli gelebilir mi? Her iki soru aslında bir sorunu ifade etmektedir. Çağdaş sanat ontolojisi ya da epistemolojisi için kültürel yeni ekolojileri tesirli kılınmış bir inceleme sahası olarak değerlendirirsek, sanatın da önemli bir ontolojik ve epistemolojik dönüşüm yaşadığını iddia edebiliriz. Zaten estetik olguda yaşanan dönüşümler ve çoklu perspektifler bu iddiamızı destekler mahiyettedir.

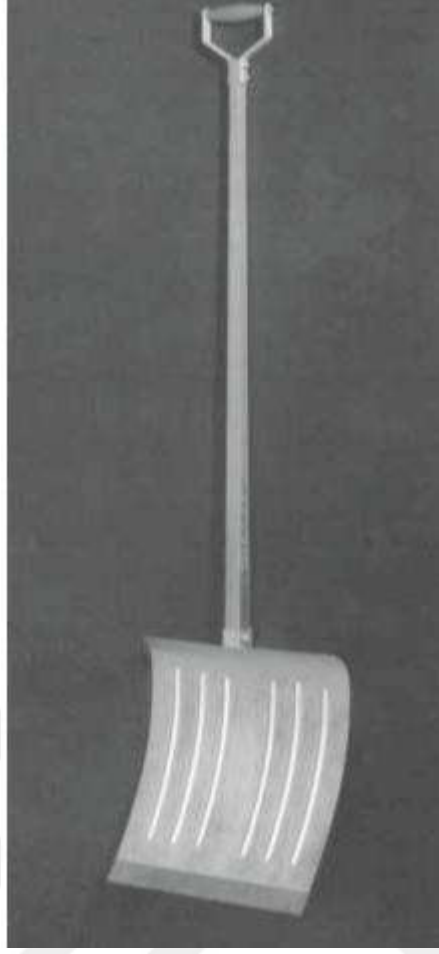
Sanat, geleneksel yöntemlerle elle yapıldığında da, işleri kolaylaştırıp biraz daha kusursuzlaştırmak için makineler kullanıldığında da insanda uyarıcı, yapıcı, güzelleştirici etkiler bırakmakta, ancak makine kullanılarak üretilen sanat yapıtlarında mekanik izler hissedilmektedir. Her durumda sanat, gerçekte olan bağımlı ortaya koymakta, insanlara, gerçekliğe dair iletilerini aktarmaktadır (Wolff, 2000: s. 80). Mekanik sanat teknolojik sanatın ifadesi olarak bakıldığında, insan yaratıcılığının mekanizmalara ya da araçlara atfedilmesi gündeme gelmektedir. Teknolojik sanat, nihayetinde teknolojiyi kullanan insanın ya da sanatçının sanatıdır.

Sanat ve edebiyat kuramlarındaki bu gelişmeler; eserlerin üretiliş ve edinilişleri, toplumsal farklılaşma ve bu farklılaşmanın ekonomik temellerine gönderme yapılmasına olanak verdiğiinden, daha kapsamlı ve açıklayıcı anlayışların gelişmesinin zeminini oluşturdu. “Sanat yapıtının üretilme koşulları” derken, özellikle kültürel üretimi çevreleyen koşullardan söz edilmektedir. Daha geniş bir yaklaşımla, sanat yapıtının içinde üretildiği tarihi koşullar, sanat yapıtı yorumlanırken dikkate alınmalıdır. Sanatçıların ve kültür üreticilerinin yüzleşmek zorunda kaldıkları özel çalışma koşullarının üretimlerini ve anlayışlarını nasıl etkilediğini bilmek gerekir (Eagleton, 200:, s.100). Kuşkusuz sanat içinde bulunduğu koşullar ile ilintilidir. Toplumsallığını, kültürelliğini yine içinde bulunduğu zaman dilimine göre de konumlandırır. Önemli olan böyle bir ekolojinin bugün yaşadığı dönüşümdür. Genel olarak koşullar, ekolojik koşullardır. Tarihsel açıdan sanatın durumu da böyledir. Bugün ise söz konusu ekolojik koşullar, daha çok koşullandırma ekolojileridir. Yani sanat için bugün, kültürel göstergelerin ve eğilimlerin dinamik, değişken ve kaotik koşulları içinde kendini kimlikli kılma çabası sergilemek zorundadır.

Sanatın ideolojik içeriği, sanatsal düzey aracılığıyla iki yola; sanat üretimi çalışmasının toplumsal ve maddi koşulları ve öğrenilmiş sanatsal şifreler ve gelenekler aracılığıyla oluşturulur. İdeoloji, sanat ürününde basitçe yansıyan bir şey değildir. Bunun nedeni, sadece farklı toplumsal gelişmelerin bir araya gelmesiyle oluşturulan bir şey olmasından değil, aynı zamanda içinde üretildiği simgeleme biçimi tarafından dönüştürülmesinden dolayıdır. “Bir sanat eseri ideoloji içerebilir; bir diğer deyişle genel kabul gören düşünceler, düşler ve değerler içerebilir. İdeoloji, sanatın malzemesidir; fakat bu malzemeyi işler” (Clark, 1973: s.13). Eğer bir kültürel ekonomiden ya da sosyo-kültürel dönüşümlerden bahsediyorsak, orada bir kültürel ideoloji söz konusudur diyebiliriz. Kültür, idolojii simgeselleştirip üretiminin bir karakterizasyonu olarak sunabilir. Sanatın malzemesi olarak ideoloji, kültürün hedefidir, amacıdır. Çünkü kültürel kimlik kazanımın ve kitlesel hakimiyet kurmanın ekonomisinde sanat, ideolojii kültürel kılmanın da vasıtası olmaktadır. Yine burada kültürel ekoloji yaratımının da başlıca eylem alanlarından biri olarak sanat, aynı zamanda ideolojik ekoloji için de devreye girmiş olur.

Bir yandan sanat piyasallaşırken, diğer yandan piyasa sanatsallaştırılıyor. Ne var ki bu, ontolojisi gereği ancak kendi kendini anlamlandıran sanatın dilini bütün tarihsel enigmalarından, ezoterizminden, gizeminden sökerek oluyor (Artun, 2013: s.47). Sanatın yasal yolları olarak piyasaya karışması, piyasa düzeni ve kurallarının yarattığı yaptırımın kültürel gerekçelerle örtüşük düşünmeyi de gerektirir. Piyasanın sanatsallaşması düşüncesi ise iddialı ve kültürel formasyonları yok sayan anlayışın dile getirilmesi olarak değerlendirilebilir.

Sanatçıya gelince ise Artun'un vurguladığı unsur, "çağdaş jeo-kültür ortamında artık o bir sosyal hizmet uzmanıdır, kültür operatörüdür, etnograftır. Yani resmi bir 'idarenin' resmi bir görevlisidir, memurudur" (Artun, 2013: s.50) şeklindedir. Sanatçının ideolojik özne, sanatsal entelektüel, sosyolojik uzman ya da pedagojik otorite vasıfları, belki özlenen ve olması gereken bir donanımı işaret etmektedir. Çağdaş sanat içinde böylesi bir donanıma sahip sanatçı ile karşılaşma olasılığı düşmüş durumdadır. Sanatçı mesleki yeterliklerini kültürel kıldığı ölçüde değer kazanma yolundadır. Sanatçılar, eski zamanlarda hiç bilinmeyen bir şekilde, bugün çalışmalarını açıklamaya, gerekçelendirmeye ve yorumlamaya çağrılmaktadırlar, yani yalnızca bunları üretmeleri değil, bunlar için uygun bir karşılama ayarlanmasında da büyük bir rol oynamaları beklenmektedir (Weiss, 2014: s.173). Aslında sanatçı üretim süreçlerine katkılarıyla bir nevi sorumluluk almaktan kurtulmuş olabilirler. Çalışmalarını eğer kültürel üretime katan bir süreci benimsemişler ise, sanatsal sorumlulukları ve etik kaygıları ortadan kalkabilir.



Resim 15. “Kırık Kolun Avantajı”, Marcell Duchamp, 1915.Indiana University Art Museum.

Kültürel teori, sanat, bilim ve politika gibi tamamen farklı söylemler için ortak kültürel yapının kırılabilirliği ya da eksik artalanına yönelik karşı operasyon yapar; bu yapılandırılmış ortak kültürler, dönüştürülmüş söylem sahiplerinin uzlaşmasını kontrol ederken, her zaman için başka bir toplumun, başka bir söylemin bakış açısından şüphe duymak için nedenleri olmuştur (Jenks, 1993: s.106). Kültürler kolay kolay yok olmazlar. Oluşumları kadar ortadan kalkmaları da zaman alır. Kültür eğer müşterekliğin, mensubiyetin ve temsiliyetin etnik, inançsal, sosyal ve etkileşimsel diğer unsurlar ile tümleşik olduğunda, direnç olarak da sert mukavemet gösterir. Geleneksel kültürlerin böyle bir özelliği vardır. Ancak çağdaş kültürlerde ya da yeni kültürel ekolojilerde durum farklıdır. Köktenci olmayan, tarihsel olarak olgunlaşmayan ama kitlesel olarak tesir sahasını geniş ve gelişkin tutan yeni kültürel formasyonlar, yerlerine yenisinin gelmesini bekleyerek bir döngü kültürel sergileyebilirler. Kültürel yeterlik ve estetik yaradılış/temayül, doğal yetenekleri bütün tabana eşit yaymayı mümkün kılarak sosyal farklılıkların korunmasına katkıda

bulunur ve böylece gerçekte herkesçe elde edilemeyecek eğitim ve kültür aktarımının, belli sürecinin sonucu olarak fark edilmez/bilinmez (Bourdieu, 1993: s.24). Kültürel benzerlikler coğrafyalar arası, etnik yapılar arası, inançlar arası gibi hedeflerin üzerine odaklanmış görünse de bu benzerlikler açısından sıkıntılı olabilecek bu durumları daha çok farklılıklara taşımak zorunda kalmaktadır diyebiliriz. Bir başka ifade ile benzerliklerin birlikteliğinden daha çok farklılıkların birlikteliği ile daha küresel bir kitlesellik bağlamı geliştirilebilir.

İnsanlar ve sanatçılar, toplumsal ve tarihi koşullar içerisinde var olduklarına ve belirli toplumsal grupların üyeleri olduklarına göre, düşünceler ve sanat görüşleri ideolojiktir. Kültür, ekonomik/toplumsal yapının basit bir yansıması niteliğinde değildir. Üretildiği toplumsal grupların karmaşık ve çelişkili yapısını yansıtır; gerçek üreticilerinin toplumsal konumları tarafından biçimlendirilir; sanatsal şifreleri kullanarak ideolojiyi dönüştürür. Fakat aracılık sıralaması, kültürün sosyolojik çözümlenişi içine yerleştirildiğinde dahi önemli bir sorun karşımıza çıkar (Eagleton, 2005. S.51). Çağdaş sanat ile çağdaş kültür arasındaki ilişkinin örtüştürüldüğü bir çok başlığın ortak noktası, aslında “yansı” ile açıklanabilir olmasıdır. Yansı, eko-loji sözcüğü ile de benzerlik içermektedir. Birbirine yansı oluşturma potansiyeli ile kültür ve sanat, ideolojik olarak da yansı oluşturmaktadır. İnsanlar ve diğer insanlar olarak bir kitlesel görüş içinde insanlar ve sanatçılar olarak bir ideolojik ayrımın da tüm kültürel motivasyon süreçleri içinde ortadan kalkmıştır diyebiliriz.

Kültür üreticisi sadece politik bir yaklaşıma sahip birey olmanın ötesinde toplumsal, ideolojik, kültürel yapılanmadan ve üretim koşullarından aynı düzeyde etkilenmektedir. Kültür üreticileri politiktir, politik davranmak durumundadır, çünkü görevleri, aslında politika üretmektir. Kültür üreticisi olarak sanatçı, diğer kültür üreticilerinden farklı olarak iki enstrümanla dillenir. Birincisi doğrudan söylemi ve iradesidir; diğeri ise, eserin nesnel temasıdır. Tarihsel kimliği açısından sanatçı özgür ideolojilerin değil, daha tahakküm altında bir konum ile kültür işçileri olarak değerlendirilebilmektedir.

Anlam ve değerle doğrudan doğruya donatılmış olarak sanat eseri deneyimi, aynı tarihi kurumların iki karşılıklı oluşturulmuş bakışlar/görüşler arasında uyumun bir sonucudur: kültürlü görünüş ve sanatsal alan (Bourdieu, 1993: s.257). Sanat, bir tür aynadır. Buna kültür de dahildir. Sanatın eseri, bir tür sanatsal deneyimin sonucu

olduğu kadar kültürel deneyimlerin de sonucu olarak kabul edilmelidir. Kültür ve dolayısıyla sanatın içinde geliştiği ve mensubu olduğu bünye ile olan organik bağı, genel olarak kabul edilen bir durumdur. Sanatın toplumuna, toplumun da sanatına yabancılaşması, o toplumun tesir altında kaldığı diğer baskın kültürel emperyalizm ile gerçekleştirilen ve yerleştirilen bir yabancılaşmaya dönüşmektedir.

Kültür alanında, piyasa yöntemleri, tüketicilere basitçe istediklerinden daha fazlasını verirler. Piyasalar, üreticilere seyircilerini eğitmeleri için en büyük toleransı sağlarlar. Sanat, üretici ve tüketici arasında süregelen diyalogdan oluşur; bu diyalog her iki grubun istediklerini kararlaştırmalarına yardımcı olur. Aynı anda, karlı bir satışı sonuçlandırmak için piyasa teşviki, isteklerini düzeltme sürecinde, tüketicilerin ve üreticilerin teşviki kullanmalarını sağlar. Ekonomik büyüme, bizim karmaşık ve özel zevklerimizimizi geliştirme yeteneğimizi artırır (Cowen, 2000: s.24). Piyasa, ekonomik bir tabirdir. Kültür ile piyasa, tabii ki kültürel ekonomiler üzerinden temas kurarlar. Diğer taraftan sanat da piyasa ile ilişkilidir uzun zamandır. Sanatın meta ve ticari yönelimleri, aynı zamanda kültürel ekonomiler kapsamına dahil olmaktadır. Sanatın üretim süreci, sanatçının üretici, sanat eserinin ürün ve izleyicinin de tüketici olarak tabir edildiği çağdaş sanat, zaten ekonomik ve endüstriyel kimliğini oluşturmuş durumdaydı. Kültürel ekonomilerin karmaşık doğası içinde sanat, kendini çok güçlü ve yönelimci değil, tesir altında yönlendirilen olarak görebilmektedir.

Bu sanatçıların ve yazarların piyasada devamlılıklarını sağladıkları ilişkiler, iş gücü tarafından etkisi azaltılmış ‘halk’ ve ticaretin zevksiz ilgileri esir edilmiş ‘burjuva’yı karıştırdıkları an, etkileyici ve küçümsenmiş ‘genel halk’ ın değişkeni temsil etmesine şüphesiz katkıda bulundu (Bourdieu, 1993: s.196). Kitle kültürü yaratmanın bir başka kültürel teşviki olarak popüler kültür, sanatı ve sanatçıyı biraz daha halktan yapmıştır. Bir başka ifade ile sanat ve sanatçının kiteselleşmesi ile sanatın ayırt edici kültürel sınıf kategorizasyonu da bir nevi tesirini yitirmiş oldu.

Williams, ‘Yenilik’in toplumsal olarak ilişkide olduğu dört durumu şöyle belirtmektedir;

- Yeni türden üreticileri ve ilgileri doğuran ve/veya yeni çalışmaları destekleyen, yeni toplumsal sınıfların ya da sınıf kesimlerinin ortaya çıkması;

- Bu ilişkilerin var olduğu ve değişmekte olduğu, böylelikle de yeni tür işlere gereğin ortaya çıktığı genel düzenin, bu düzenin ilişki ve koşullarının, var olan toplumsal sınıf ve kesimler tarafından yeniden tanımlanması;
- Yeni biçimsel olanakları sağlayan ve kültürel üretim araçlarında meydana gelen değişmeler;
- Münhasıran kültürel hareketler yoluyla, kendisiyle eklemelenmiş toplumsal örgütlenmeye karşılık geldiği ya da bununla dolaylı şekilde eklemelendiği bir düzeyde durumların tanınması (Williams, 1993: s.201-202).

Tıpkı sanatta olduğu gibi kültürel açıdan da yenilik, bir hedeftir. Bizim bu çalışmada üzerine odaklandığımız başlık olarak kültürel ekolojilere yeninin tesiri, özellikle kültür formlarında ifadesini bulabilecek türdendir. Williams'ın burada dile getirdiği dört tanım, bir bakıma kültürel ekolojileri, kültürel ekolojilerinin yenilik kapsamını, kültürel ekolojilerin muhatap sosyal durumları incelenmektedir.

5.3. Yeni Kültürel Ekolojiler ve Sanatsal Stratejiler

Sanat kültür için stratejik güce sahip bir olgudur. Her ne formasyonda ya da her ne niyette olursa olsun sanat, kültürel üretim için bir mekanizmadır. Çağdaş kültür bir çeşit değer epistemolojisi karmaşası da yaşamaktadır. Bir değer olarak kültür yerine kültürün değerli eğilimleri öncelenmektedir. Bir başka ifade ile kültürel üretim ve tüketim üzerinden bir değer oluşumu izlemekteyiz. Bu noktada tüketim kültürü ve dolayısıyla kültür endüstrisi belirginleşmektedir diyebiliriz.

West, “kültür endüstrisinin etkisi altına aldığı toplumların bilinçli ve bilinçsiz durumlarını inkar etmek mümkün olmasa da, kitleler aslında teknolojinin bir aygıtı konumundadırlar. Sanat eserleri kâr güdüsüyle sermaye birikiminin mantığına daha sistematik bir biçimde tâbi tutulurlar. Entelektüel kültürün eleştiri potansiyeli, kültür endüstrisinin, bireyin kapitalizme intibakının kolaylaştıran, konformist ya da ‘olumlayıcı’ ürünleri tarafından ortadan kaldırılır (West, 1998: s.95-96) demektedir. Kültürel yeni trafik, toplumlararasılık münasebetlerini dinamik kılmaktadır ama karşılıklı etkileşime ve koordinasyona pek müsaade etmemektedir. Esas olan küresel kültürün tektipleştirme projelerine itaatleri ya da dirençlerinin sonuçlarında saklı olan reaksiyona dayalı bir etkileşim tercih edilmektedir

Kitle iletişim araçları sanatı, siyaseti, dini, felsefeyi, ticareti uyumlu bir biçimde ve çoğu zaman el altından birbirine karıştırmakla kalmıyor, bu kültür alanlarını aynı zamanda ortak bir duruma, bir ticari biçime indirgemektedir. Gönülümüze seslenen müzik bile ticari bir müziktir. Sadece alışveriş değerleri önemli hale gelmekte, bunun dışında her şey önemini kaybetmektedir (Marcuse, 1975: s.76). Kültürel ekonomiler, kültürün ticareti anlamına gelmez. Ancak kitle kültürü tacirliği için kültürel üretimlerin önemli bir görev üstlendiğini biliyoruz. Kitle kültürü taciri olarak medya ya da toplum mühendislerinin itaat ettiği diğer güç odaklarının sanatı da burada ticaretin bir parçası kıldığını söyleyebiliriz. Kelepçeli bir itaatkarlık, sanatı kuşkusuz kişiliksizleştirme olarak algılanabilir.

Sanatsal üretimin var olan düzenekleri (basım ve reproduksiyon teknikleri, basım ve dağıtım örgütlenmesi vb. gibi) belirlidir ve sanatçıyı sınırlar. Üstelik sanatsal üretimin toplumsal bağlantıları bu kurumlar ve düzenekler üzerinde ve aynı zamanda sanatsal üretim biçimi üzerinde gelişir. Bu düzenek, yazarların eserlerini yayıncılara satmakta özgür olup olmadıkları ya da kitle iletişim araçlarında çalışan kültür üreticilerinin alt-üst ilişkileri içinde kesin sınırlamalara tabi olarak nasıl çalıştıklarını belirler (Wolff, 2000: s. 61).

Özerklik ve özgünlük açısından sanatçı, sanatın tarihi içinde pek çok deneyim yaşamıştır. Genel olarak burada zafiyet göstermemiştir. Sanatçılık ve sanatsal kimlik baskın bir karakter sergilemiştir. Bugün için sanatçının kendisini ön plana çıkarmak istemediğini düşünebiliriz. Hatta izleyicinin ya da sanatsal tüketicinin öne çıkması pahasına kendisini yani sanat üreticisini tasfiye etmek durumunda kalmıştır. Bunun anlamı, çağdaş sanatta sanatçı endüstriyel kimliği ile aslında sanatsal özgüllüğünü kaybederek bir mühendis ya da kültürel üreti gerçekleştiren bir kültür işçisi konumuna kendisini taşımıştır diyebiliriz. Sanatsal üretimin biçimi sanatçının, yapıtın üretiminde etkin bir taraf olmasına olanak sunar. Sanatçının düşleri ve değerleri toplumsal koşullarca belirlenmiştir ve biçem, biçim, dil ve estetik yapının kuruluşunu belirleyen edebi ve kültürel gelenekler içinde üretim yapar. Sanatçı sanatsal üretim düzeneği gibi sanatsal gelenekleri üretim aşamasında kullanır (Wolff, 2000: s.70). Sanatçının üslup ve anlayışı, kendi karakteri ile sanatsal karakterinin bileşkesini sergiler. Aynı zamanda kişilik anlamında da bu bileşke önemli bir yansı oluşturur. Sanatçının kendisi için belirlediği toplumsal veya kültürel konum, kişiliğinin toplumla toplumun da kişiliği

ile münasebetini değerli kılar. Sanatçının sanatından çözümleyebildiğimiz bu değerler, yeni kültürel ekolojiler içinde ve kültürel üretim süreçlerinde sanatçı için değişime uğrayabilmektedir. Kültürel üretici olarak sanatçıyı bugün üretimleri üzerinden bir karakter ya da üslup çözümlemesine tabi tuttuğumuzda farklı sonuçlar ile karşılaşabiliriz. O halde, kültür üreticisi olarak tanımlanan sanatçı sanat sosyolojisi içinde bir yere sahiptir (Wolff, 2000: s.81).

Sanat sosyolojisi için belli bir sosyolojik geçmiş ile ilintili bakılması gerekmektedir. Çağdaş sanat sosyolojisinin sosyolojik çözümü için bir engel ve bir avantajdan bahsedebiliriz. Engel olan durum, çağdaş sanat için teorik olarak bir sosyolojiden henüz bahsedilemez. Sosyolojik temellendirmeler için bir sürecin içinde bileşenleriyle karakterize bütünlük gözetilir. Avantaj olan durum ise; çağdaş sanatın özellikle kültürel gerekçeleri ve işbirliği ile ilgisinde sosyolojik bakıldığında, bir çağdaş sanat sosyolojisinden bahsedilebilir.

Üretilen kültürel veya sanatsal ürünler kapitalist birikim ve kâr elde etme amaçlarına uygun olarak kitlelerin tüketimi için hazırlanmıştır (Çağan, 2003: s.183). Sanat tarihinde olmadığı kadar kitlelidir. Çünkü sanat kapitalizmin taşeronluğuna soyunduktan ve kendi açısından bir meşruiyet sorunu ortaya çıkardıktan sonra daha kitlesel kılındığı bir kültürel yönelimin ağında pozisyon almıştır. Sanatın meşruiyet sorunu meşguliyeti değildir bugün. Gerçekliğini sorgulayan ve geçerliliğini geleneksel anlamda yitiren ancak çağdaş motivasyonlarda yeniden bir etkin rol tercihi yapan sanat, nihayetinde bir tür mühendisliğe indirgenmiştir. Bunu da yine geleneksel değeri olan estetiği de parçalayarak ve dönüştürerek gerçekleştirme yolunda olmuştur.

Kültürel sanatsal ürünler, tüketici bireye bir yaşam biçimi, bir dünya görüşü benimsetir, şartlandırır ve değişik toplum sınıfları içinde çok sayıda insan tarafından benimsenir duruma geldikleri zaman, reklam değerleri bir yaşam biçimi yaratır. Böylece tek boyutlu düşünce ve davranışlar biçimlenmiş olur (Marcuse, 1975: s.27). Toplumsallaşma kültürel ve sanatsal pratikleri anlamlı kılar. Geleneksel kültürel formlar toplumsallaşma amaçlı örüntüleri ihtiva eder. Çağdaş kültürel formlar ise kitleselleşmeyi koşul yapar. Her ikisi de kültürel pratikler ile ilgilidir. Sanat da bunun zaten içindedir. Kültürel ekolojilerin bütüncül kapsamı bir ideoloji geliştirmenin olanaklarını da serimleyebilir. Söz konusu ideoloji kültürel bir anlatı ya da yönelimin

beslendiği bir kalıp ideoloji ya da ideolojileri çağrıştırır. Bu anlamda toplumsal kalıpların yerini kitlesel kalıp ideolojileri almaktadır.

Çağdaş sanatın kavranamayacak ölçüde karmaşık ve çeşitli olduğu görüşü, sanat dünyasında yerleşik bir görüştür ve her yerde duyulabilir. Çağdaş formların, tekniklerin ve konuların çeşitliliği gerçekten insanı sersemletiyor. Çevrimiçi sanattan bilgisayar denetimli ses ortamlarına kadar her şeyi kapsayabilen “yeni medya” ile enstalasyon, resim, heykel ve baskı gibi geleneksel mecraları ezip geçmiş durumda (Stallabras, 2009: s.135). Sanatın çağdaş nitelikler kazanmasına koşul olabilecek yaygın ve benimsenmiş görüşlerin de çeşitlilikler veya farklılıklar içeriyor olması, otoritelerin ya da sanat uzmanlarının temel ele alışlarından kaynaklanmıyor elbette. Bilakis sanat çevrelerinin yaklaşımlarını besleyen yeni bir sanat çevresinin bu duruma malzeme çıkarıyor olmasından kaynaklandığı vurgulanabilir. Yeni sanat çevresi, sanatın içinde yeniden biçimlendiği, yeniden karakterize olduğu bir çevredir. Yeni medyanın temel prensiplerinden kültürel kod çevrimiyle kültürel ürünler yapısal ve işlevse değişime uğramıştır. Manovich’e göre yeni medyanın kültürel ve bilgisayar olmak üzere iki farklı katmanı bulunmaktadır. Yeni medya bilgisayarda yaratıldığına, dağıtıldığına, saklandığına göre; bilgisayarın mantığı medyanın geleneksel kültürel mantığını da etkilemektedir. Bilgisayarın dünyayı modelleyiş tarzı, verileri temsili, bunlar üzerinde işlem yapabilmemize izin vermesi kültürel katmanın oluşumunu ve içeriğini etkilemektedir. Kültürel katman da aynı şekilde bilgisayarı etkileyerek yeni bilgisayar kültürünü oluşturmaktadır. Bu yeni kültür insanın dünyayı algılayışıyla bilgisayarın sayısal temsiline bir karışımıdır (Manovich, 2001: s.25).

Medya kültürü, tüketim kültürü yönsemelerine kapitalist bir kimlik ile potansiyel olmaktadır. Bu anlamda medya kültürünün ağırlıklı hedefleri ortaya çıkmaktadır. Çoklumedya ortamları ve bu ortamların ana yönetici aparatı olan bilgisayar ise ayrı bir kültürel kapsamı inşa etmektedir. Doğal olarak burada kültürel ekolojiler için bir kapsamın ki ayrı uzantısı gündeme gelmektedir. Birincisi medya kültürü ikincisi ise medya kültürünü de içine alan tekno-kültür.

Tekno-kültür, yeni imaj teknolojilerine koşulsuz kucak açar. İstisnasız hepsinin özgürleştirici olduğuna inanır (Robins, 1999: s.27). Teknoloji ile özgürlük ifadesi yan yana getirildiğine hem yaratıcılık hem de hakimiyet açısından tartışılır bir

hal almaktadır. Çünkü teknolojiyi kullanmak demek yaratıcılık donanımlarına sahip olduğu anlamına gelmemektedir. Çünkü o teknolojiyi de insan yapmış ve programlamıştır ve yaratıcılık açısından teknolojinin yaratıcısının yaratıcılık sınırlarıyla ifade edilebilir bir düzey söz konusu olmaktadır. Diğer taraftan teknolojinin hakimiyeti mi kullanan kişinin hakimiyeti mi tartışmasının da sonu yoktur. Ancak bağımlılık ve sonsuz itaat ile teknoloji biraz daha hakim olabilmektedir. Sonuç olarak teknolojinin özgürleştirici yönsemelere olanak tanıdığı söylenebilir ama özgürlük için sonsuz bir alan yarattığı söylenemez. Yeni imaj kültürü dünyayı tanıma ve anlama gücümüzü artırabilir, tecrübe, zevk ve fantazyaya boyutlarımızı genişletebilir, yeni toplumsallık biçimleri yaratabilir, yeni cemaat türlerini birbirine bağlayabilir, dünyanın tehlikelerine karşı daha çok güven ve koruma sağlayabilir (Robins, 1999: s.31). Dünyayı kültürel olarak tanımak ile kültür vasıtasıyla tanımak arasındaki farklar ortadan kalkmış durumdadır. Kültürün dolaşımı, yayılımı ve reklamı yapılabilen bir nesnellik kazanmasından sonra bu daha olanaklı olmuştur.

Tüketim kültürü içindeki eğilim, hayat tarzlarının bundan böyle içsel bir tutarlılık gerektirmediğini önermektedir. Bundan dolayı, yeni orta sınıf içinde genişleyen bir katman olan yeni kültür araçları, sanatçıların ve kültür uzmanlarının hayat tarzına meyilli olmalarına rağmen tek bir hayat tarzı geliştirmeye çalışmamakta, bunun yerine izlerkitleye ve tüketicilere sunulan üslup ve hayat tarzları silsilesini tedarik ederek genişletmeye bakmaktadır (Featherstone, 2005: s.57). Tüketici olarak kitlenin hayat tarzı ya da yaşam sistemikleri ayrımlaştırıcı değildir. Tüketici kendine sunulan tarzları yaşamak durumundadır. Tüketici koşullanmasının bir sonucu olarak davranışlarını yönlendiren tutumları, genellenmiş kalıpların sunumudur.

Kültür üreticileri ya da Featherstone, deyimiyile kültür araçlarının hayat tarzlarının örneklem teşkil etmesi de söz konusu değildir çoğu zaman. İzlerkitle olarak tüketici, yönlendirilmenin refleksine veya reaksiyonuna da sahip değildir. Edilgen pozisyonları dolayısıyla kitle olarak tarif ve tasnif edilmektedirler. Tüketim kültürü diğer taraftan yeniden-üretimi de kültürel üretim kapsamında düşünmemize zemin hazırlamaktadır. Yeniden üretim, basitçe insanların fiziksel varlıklarının yeniden üretimi olarak tanımlanamaz. Söz konusu olan, Belirli bir yaşam tarzının yeniden üretimidir. Zira bireyler bu belirli tarz çerçevesinde belirli toplumsal ve

siyasal ilişkilere girer. ”Bireylerin yaşamlarını ortaya koyuş biçimi, onların ne olduklarını çok kesin olarak yansıtır. Şu halde, onların ne oldukları, üretimleriyle, ne ürettikleriyle olduğu kadar nasıl ürettikleriyle ortaya çıkar (Marx ve Engels,1987: s.39).

Yeni kültürel ekolojiler, kültürel üretim ve kültürel tüketim arasında yeni ilişkiler ağı geliştirmiştir. İçine üretim sözcüğü geçse de tüketim olgusuyla değer kazanan ya da doğrudan tüketim olgusunu çağrıştıran diğer bir kalıp ifade ise “kültürel yeniden-üretim”dir. Kültürel yeniden üretimin kültürel ekolojileri ile bağı ise, insan odaklı ama kitle dönütlü stratejik estetik bağlamlar ile ilişkisinde betimlenir. Kültürel yeniden-üretim, tüketime olan ihtiyaç hislerini körükler.

Yeni kültür araçlarının genişlemesi, meşru kültürel mallar silsilesinin genişlemesini ve eski simgesel hiyerarşilerden kiminin yıkılmasını içerdi. Sürekli yeni kültürel malları ve tecrübeleri izleyen yeni beğeni yaratıcıları aynı zamanda popüler pedagojilerin, hayat klavuzları ve hayat tarzı klavuzlarının üretilmesiyle de uğraşmaktadır (Featherstone, 20056:s.72). Kültürel üretim sürecini bir meşruiyet süreci olarak değerlendirmenin yolu aslında kültürel yeniden-üretim süreçleri ile açıklamaya çalıştığımız tüketim kalıplarıyla ilişkilendirmek gerekmektedir. Kültür ürünlerinin meşruiyeti için klavuzları da yine sanatsal çabalar olarak sunmak yanlış olmayacaktır.

Sanatçı, piyasayı belirleyenlerin estetik yargılarının, beğenilerinin, tercihlerinin ve düşüncelerinin öznesi olan kişidir. Pazar için üretmek zorunda olduğu için piyasanın kurallarını ihmal edemez; bu kurallar sanat ürünlerinin içeriğini ve biçimini belirler, sanatçı üzerinde baskı kurarak, onun yaratma yeteneğini ve bireyselliğini bozar (Vazquez, 1973: s.84). Sanatçı, mesleki kimlik profili ifadesidir. Aynı zamanda akademik bir kimlik profili ifadesini de betimler. Bu anlamsa sanatçı deyince toplumsal sorumluluk ve kamusal beklentiler ile meşgul olması gereken bir karakter de ayrıca belirlenmektedir. Tüm bunların özü olarak sanatçının sadece meslek açısından sınırlandırılmış bir üretici ya da işçi olarak algılanan kültürel misyon ile anılması, sanatsal kimlik kadar sanatçılık vasıflarında da bir sınırlandırma ve indirgeme anlamına gelmektedir diyebiliriz.

Birçok sanatçı, müze müdürü, grafik tasarımcısı ve gazeteci için, Art Nouveau'nun yeniden hayat bulması, savaş sonrası dönemde görsel kültüre hükmeden Modernci geleneklerden elde edilen özgürlüğü simgeledi. Art Nouveau'nun tahrip edici yönleri, türbülanslı formlarında ya da daha ziyade 1960 lı yılların ilk bölümü boyunca, popüler kültürün içine genişçe süzgeçlenen özgürleştirici mantıksızlıkla ilişkili belirgin çizgisinde çok fazla temsil edilmedi. Bazen, dublajı yapılmış 'sapık klasikler' ve 'erotik stil', Art Nouveau, hüküm süren burjuva değerlerine karşı duran toplumsal ve cinsel özgürlükleri kapsamış göründü (Guffey, 2006: s.30). Guffey'nin vurguladığı gibi bir geçiş süreci ile ilgisinde sanat ve kültürel bağlam müşteregi, popüler kültürün özgürleştirici olduğuna inanılan geleneklerden kopuşu modernizmin bir klasik sonucudur.



Resim 16. “Altı Yol”, Chameleons, Performance, 2004.

Postmodern sanat, postmodern kültür, postmodern estetik ve postmodern sanat eğitimi tabirleri genel olarak geleneksellikle gelecekçilik arasındaki tartışmalardan dinamik almakta, bunu günlük bir yaşam örüntüsüne dönüştürmektedir (Eker-Aslan, 2011: s.187). Gelenek ve gelecek arasında köprü kurmak yerine kopukluk yaşatmak, kültürel bir hamledir. Geleneksel kültürü ortadan

kaldırmak ve yerine yeni kültür ya da kültürleri ikame ettirmek bugün için daha ağırlıklı bir görüntüdür. Maalesef postmodernite bu süreci daha kesik ve daha etkili gerçekleştirebilmektedir. Sosyal, kültürel, sanatsal ve eğitsel açıdan heterojen niteliklerin postmodern bağlam içinde homojen olduğu bir kültürel çalışma alanı ve bir gündem ifadesi olarak tanımlamaya çalıştığımız tüketim kültürü, tüketimin sosyolojisinden, tüketimin sanatsal ve estetik kabullerine kadar geniş bir yelpaze oluşturmaktadır(Eker-Aslan, 2011:s.185).

Başka önemli bir faktörde, bizim geleceğe dönük yaklaşımımızdır. Eğer geleceği geçmişin önemli bir devamı olarak kabul edersek, söz konusu gelecekteki kültür ve sanatın yeri hakkındaki görüşümüz, geleceği geçmişten oldukça farklı kılan süreksizlikleri dikkate alanlardan önemli ölçüde farklıdır (Mchale, 1979: s.59). Kültürel yeni ekolojik karakterleri referans alarak geçmiş sanat hakkında gerçekçi saptamalar yapamayız. Geçmişteki kültür-sanat etkileşimlerinde sanatın belirleyici gücü ve üslubu bilinmektedir. Bugünü baz alarak geleceğe ilişkin bir saptama için de yine sanatın belirleyiciliği dikkat çekici olmayacaktır. Daha çok kültürel kisve ve sanatsal görüntü, gelecek sanat örüntüsü için en azından şimdi ortaya atacağımız düşünceleri belli biçimde sınıflandırmak ve konumlandırmak için fayda sağlayabilir.İnsani etkinlik insandan bağımsız varlık kazanamayacak olan insani dünyayı yaratmayı da içermektedir. Dolayısıyla yaratıcı etkinliklerdir. Sanat ve iş arasında keskin karşıtlıklar bulunmamaktadır (Vazquez, 1973: s.60).

Sanatın tarihte olduğundan daha fazla insan için olması, onun daha insani içerikleri haiz olduğunu göstermez. Ama sanat insan için olduğu kadar insani olmak durumundandır. Yeni kültürel motivasyonlarla ilintisinde sanat, insanı hedef alan ve kitlesel manipülasyonları mümkün kılacak yaklaşımlarıyla insan için olduğu kadar, duygusal ve toplumsal müşterekleri işleyen hassasiyetler açısından insani görüntü vermemektedir. Özellikle kapitalizmin acımasız yöntemleri ve materyalleri sanatın bu algısını da değiştirmiştir. Bireyin bakış açılarını, dünya görüşlerini, alımlıma ve yorumlama yönsemelerini ve dahası kültürel kimlik ve sorumluluk duruşunu çözümlenmenin olağan yollarından biri haline gelen tüketim estetiği, hem bireyin estetik potansiyelini hem de günlük yaşamın estetikleşmesinde bu potansiyeli değerlendiriş biçimini serilmeyebilmektedir (Eker-Aslan, 2011: s.185). Kültür homojenliği genetik, etnik, tarihsel ya da etkileşim sabitleri üzerinden gerçekleştirirken artık, farklılıkların birlikteliğine yani hetorejenliğe daha fazla

inanmaktadır. Çünkü farklılık değerini kontrol etmenin zahmetsiz toplumsallığını yerleştirirken, homojenliğin yani benzerliklerin birlikteliğini ortaya koyan sabitleri unutturur. Yeni hetorejenlik, hemen hissedileceği gibi yeni kültürel ekolojiler ve tüketim kültürleri ile daha net ve rahat açıklanabilir.

Finans, ayrıca, kamusal alanları, medyayı ve ekranları kuşatan reklamlarıyla ve enformasyon akışıyla da hayatımızı istila eder. Ama hayatın finansallaşmasında daha da etkin olanı, para devreleriyle dijital devrelerin kaynamasıdır (Artun, 2014:s.16). Kamusal alan çağdaş teknolojinin ve sanatın çok yaygın kullandığı etkileşim ortamlarından biri haline gelmiştir. İletişim ve etkileşimin uzayı olarak mekanların insan ile anlam kazanan günlük yaşam trafiği içinde en çok öne sürülen tercihi kültür ve sanat eylemi, reklam olarak görünmektedir. Bu anlamda kültürel ekonomilerin ve finans odaklanmalarının da cazibeli eylem alanlarına dönüşen kamusal alanlar çoğalmaktadır.

Ekonomik tüketimin yerini şimdi “gösterge üretimi” anlamına gelen kültürel tüketim alır. Birtakım sembollerin iletişime girdiği tüketim, artık farklılık ve kimlik üretir (Artun, 2014: s.18). Kültürel yeniden-üretim olgusunun epistemolojik çeşitliliklerinden biri olarak gösterge üretimi, tüketime yönelik algı ve değerlendirmeye sembolik ve sanatsal-tasarımsal eşleştirmelerle katkıda bulunmaktadır. Reklamın semiyotik açıklama merkezinde anlam ve gerçek arasındaki ilişki bulunmaktadır. Semiyotikler, hem gerçek ve anlam arasındaki ilişkinin açıklanmasını ve hem de metinden anlam çıkarmanın metodunu sağlar. Bu iki husustaki başarısı, anlam ve gerçek gibi kategorilerin nasıl kavramsallaştırıldığına radikal olarak bağlıdır. Eğer bu kategorilerin semiyotik tanımı kabul edilirse, metinlerin nasıl ve ne anlama geldiğinin açıklaması çok ikna edici olacaktır (McFall, 2004: s.9). Reklam kültürü endüstriyel bir kültürdür. Ticari ve ekonomik karşılık esaslı bu yoğunlaşmanın sanat ile olan ilişkisinin özellikle mühendislik ile temaslandırılması söz konusu edilmişti. Doğal olarak reklam endüstrisi ve üst kapsayıcısı olan kültür endüstrisi, doğrudan tüketim odaklıdır. Göstergelerin ve mesajların semiyotik açıdan tahvil edilebilir karşılıklar içermesi düşünülür. Bu bakımdan eko-semiyotik bir yeni iletişim ve etkileşim bağlamı icat edilebilir görünmektedir.

İnsan doğası, estetik boyut, post fordizm, emek gücü: Sanat tartışmasının bun kavramlar bağlamında yürütmek gerekiyor. Günümüz üretiminde, üretim gücü haline gelen işbirliği ve iletişimde estetikten geriye ne kaldı? Estetik deneyimin toplum içindeki konumunu dönüştüren bir şey oldu, zira bu deneyim sıra dışı, tekil ve ayrı olmaktan çıktı, üretim olmazsa olmaz parçalarından biri haline geldi (Lavaert-Gielen, 2014:s.179). Sanatsal üretim vasıtasıyla kültürel üretimin gerçekleştirilmesi sürecinde aynı zamanda estetik üretim süreci de biçim almaktadır. Zaman zaman bu süreç üretime veya ürüne göre parçalı, anlık, ürüne karaktersitik ve değişken olabilir. Özellikle günümüzde kültürel üretim süreçlerinin estetik ve sanat olan ilintisinde estetik çokluk ve değişkenlikler dikkat çekmektedir. Deyim yerindeyse günlük ya da gelip geçici tek kullanımlık estetiklerden bahsetme olasılı gün geçtikçe artacak. Sanatın itibarlı yargıçları ve beğeni hakemlerinin kendileri de toplumsal ilişkiler ağı için de oldukları ve belirledikleri için, yargıları doğallıkla belirli ideolojik ve konumsal değerleri içinde taşımaktadır (Wolff, 2000: s.81).

Çağdaş sanat sosyolojisi, ideolojik temellendirmeler için kültürel ekolojilerden faydalanmaktadır. İdeolojik temellendirmenin hedefi ekonomik ise, sanatın sosyolojik açıdan kapitalist bir bakış açısına muhtaç değerleri ve değerlendirmeleri hakim olmaya başlayacaktır. Doğal olarak sanat sosyolojisi, sosyolojik açıdan sanatı kültürel kimlikli konumlandırmak zorunda bırakacaktır.

Günümüzde kültür bir değer sorunu yaşamaktadır. Subjektiflik hakimiyeti ortadan kalktığında kültür için değer sorunu ortaya çıkmaktadır diyebiliriz. Çünkü yeni kültürel ekolojiler, kitle yönelimli eylem alanları belirlediğinden sübjektifliği de genelleştirmektedir. Burada da sosyolojik bir yapısal sorun gündeme gelebilmektedir. Boyner bu durumu şöyle değerlendiriyor:

“Subjektifliğin yapıya yönelik sosyolojik küçülmesinin temel yapısını kapsamına alsa bile, bu kavramsallaştırma ile ilgili birçok problem vardır. Birincisi, evreni bir bütün olarak değerlendiren değerler görüşü, sosyal farklılıkların bağımsız değerler dünyasını ortaya çıkaran farkındalıkla tamamen uyumlu değildir. İkincisi, ortaya çıkan değerlerin genelleştirilmesi ihtiyacı olduğu fikri kesin değildir ve muhtemelen demek istenen şudur ki değerler, değer olmaları nedeniyle zaten genelleştirilmişlerdir. Üçüncü olarak, pratik yaşamın farklı alanlarında ya da ideal dünya ve pratik yaşam arasında gerilimden ortaya çıkarak onları kavrayan değerler teorisi (her ikisinde

belirsizdir), izafige ve eleştirisel idealizm arasında kabul edilmez bir şekilde belirsizdir” (Boyner, 2001: s.14).

Kültürel değerler, değer olmalarını sağlayan süreçlere sadık kalırlar. Kültürel anlamda sübjektiflik, geleneksel anlamda toplumsal bakış açısını, çağdaş anlamda ise bireysel bakış açısının kitlesel bakış açısıyla uyumlu düşünür. Sosyolojik bakımdan içi dolu bir kavram olan değer, yeni kültürel ekolojilerin dolaylı ve nesnel bir amacı olarak devreye girer.

Sonuç olarak yeni kültürel ekolojiler, kültür ve sanatı homojenleştirirken birbirlerine yükledikleri potansiyel gücü de tesirsizleştirebiliyor. Darder’ın ifadesiyle “kültürel örneklemenin yeni bir alanı, kültürün yüksek rahipleri ve ekonomik gücün çok az somut kontrolü altında olduğu yerde gerçekleşiyor” (Darder, 1995: s.127).

5.4. Yeni Kültürel Ekolojiler ve Sanatsal Dirençler

Sanat ve kültür homojen nitelikler bağlamında tamamlayıcıdırlar. Biri diğeri için bir koşul olarak kabul edilir. En azından son elli yıla kadar böyleydi. Zira hem sanatın hem de kültürün birbirlerinin varlığına muhtaç iki sistem olarak bir başka gerekçe ile birleşmeleri söz konusu olmaya başladığında, herhangi bir tahakkümün altında icraat gösterdiklerine şahit olmaktayız. Yeni kültürel ekolojiler, kültürün çeşitlilik ve tesirlilik göstergelerini güçlendirdikçe sanatsal mekanizmanın gücü ve tesiri azalmaktadır. Yeni kültürel ekolojiler ile sanatı karşı karşıya getirmek, hem kültüre hem de sanata zarar verebilmektedir. Çünkü sanat, programlanabilir ve yönlendirilebilir bir teslimiyet ile özdeş tutulmaya başlanmıştır denilebilir. Bunu destekleyen bir kültürel sosyoloji de ayrıca devrededir.

Bourdieu’nun kültürel sosyolojisindeki çalışması, tarihsel olarak oluşturulmuş, onları yetkilendiren ve destekleyen sosyal ilişkilerin karmaşık ve çoklu şekline yönelik çalışmaların anlam ve değeri gibi konuları tekrar ele almaya çaba gösterir. Sosyal rolün ve kültürün işlevinin, geniş bir şekilde kabul görmüş fikirlerine öncülük eden varsayımların çoğunun doğruluğunu sorgulayan güçlü bir model sunar ve kültürel eserler ve uygulamalar üzerine çalışılma yapılması için yeni ufuklar açar (Bourdieu, 1993: s.25). Kültür sosyolojisi artık kültürel sosyoloji ile kıyaslanır durumdadır. Başlı başına kültür merkezli bir sosyoloji ile sosyolojik içeriklerin ağırlıklı olarak kültürel gerekçelerle donatılmasını sağlayan yeni gündeminin

karşılaştırılmasından, ekolojik bir sosyoloji yaratılabilir. Yeni kültürel ekolojilere ait sosyolojinin konuları içinde insanın kültürel kimlik ve benlik karşılaştırmalarından, kültürel ekonominin kitlesel yansılarna kadar bir çok başlık incelenebilir.

Modern çağda, kültür, kitle iletişimi araçları aracılığıyla diğer toplumlara taşındı ve bu olgu ekonomik, politik ve kültürel emperyalizm olarak ifade edildi. Kültürle ilgili bir aşırı vurgu da, belirli bir sosyo-ekonomik yapının ürünü olduğudur ki; dışarıdan gelen kültürel gelişme ve değişikliklerin görünmezleştirilmesi tehlikesini içinde barındırır (Eagleton, 2005: s.51). Yeni kültürel ekolojileri kültürel emperyalizmin yeni tesir alanı izahatı olarak gösterebiliriz. Küresel kültürel yayılımın emperyalizm bir altyapı sağladığını düşünmek mümkün görünmektedir. Kültürün küreselleşmesinde kitle iletişim araçlarının büyük etkisi, küresel emperyalizmin de aparatları olarak algılanmasını sağladı. Küresel sosyoloji, küresel emperyalizm, küresel psikoloji, küresel ideoloji gibi yeni kavramsal motivasyonlara rastlama olanağımızın arttığı bu günlerde sanat, kapitalist ve küresel kalıp davranışlarının hem yayımcısı hem de yayılmacıları olarak aktif rol üstlenmek durumundadır.

Entelektüel ve sanatsal pratiklerde teorileştirilen ve ifade edilen postmodernizm, daha geniş bir postmodern kültürün, kültürel malların ve pratiklerin üretimi, tüketimi ve dolaşımındaki daha kapsamlı değişimler dizisinin bir işareti ya da habercisi olarak görülebilir (Featherstone, 2005: s..69). Çağdaş sanatın istikamet problemi yaşadığı anlarda çıkış yolu olarak kendisini mensubu gördüğü dönemselleştirmenin postmodernizm olduğunu vurgulamak gerekmektedir. Postmodernizm yeri geldiğinde doğrudan sanatı yeri geldiğinde ise kapitalizm ya da neo-liberalizm olarak bir ideolojiyi yeri geldiğinde ise bir kültürel eğilim karakterini ifade etmektedir. Yeni kültürel ekolojilerin kapsamını tartıştığımız zaman içine giren konuların da yukarıda saydıklarımız ile genellenmesi bir tesadüf değildir. Bu anlamda postmodernizm, yeni sanatsal eğilimleri de içinde ihtiva edecek bir dönemselleştirme olarak yeni kültürel ekolojileri de büyük ölçüde kapsamaktadır.

Dünyayı giderek daha çok dolanımlı vizyon araçlarıyla görmekteyiz. Böyle yapmaya devam ettikçe de, dünyanın gerçekliğiyle temas kurmaktan uzaklaşp bağlantılarımızı kopartmaktayız. Üstelik sadece en yakınımızdaki dünyayı görüp izlemek söz konusu değil; yeni görsel medya vizyon alanını sürekli genişletmekte

(Robins, 1999:s.47). Artık görsel kültür çağında yaşıyoruz. Görselleşen iletişim ve etkileşimin doğası, aynı zamanda izlemenin ve tesirlenmenin doğası olarak kültürel göstergelere de hayatiyet kazandırmaktadır. İmajların üretimi ve tüketimi olgusu da böyle bir süreci işaret etmektedir. Modern teknoloji toplumlarında bastırılan, inkar edilen varoluş niteliklerine tekabül ettiği, bu nitelikleri belirlediği için deneyim kategorisi önemlidir. Teknoloji kültürünüm başarısını değerlendirmek için “ilerleme”nin değil “deneyim”in bir ideal ve bir ölçüt olarak kullanılmasını öneriyorum (Robins, 1999: s.52). Deneyimlenme, nesnel ilgiden öznel ilgiye doğru yol alır. Deneyim aynı zamanda kültürlenmenin de bir sonucudur. Kültürel yaşantıların bireydeki damıtık ve rafine halidir.

Yeni teknolojiler alternatif bir kültür, hatta belki yeni bir çağ yaratmak için fırsat olarak kabul ediliyor. Tasarlandığın gibi olursa bu yeni çağda, yeni Rönesans'ta akıl bir kez daha tahayyül gücüyle birleşecek, bilim ve sanat uyumlu bir şekilde yeniden bir araya gelecektir (Robins, 1999: s.77). Teknoloji insanlığa yeni bir donanım türü kazandırdı. Donanımsal olarak entelektüel birikim ve deneyimin yerini pratiklerin bilgisi ve sürati aldı. Teknolojinin kültürel potansiyeli, bir potansiyel olarak fark edilmesini değil kullanılarak potansiyel olduğunun fark edilmesini sağlamıştır. Her şeye rağmen teknoloji ile tümleşik olmak, düşünmek ve davranmak durumunda olan bir kitle egemenliği söz konusudur.

Yeni sanal teknolojiler şimdi postmoderniteye hem kucak açmak hem de ona karşı direnmek için bir alan sağlamaktadır. Bu alanda gerçek dünyanın buyruklarını ve yüklediklerini silmek veya aşmak mümkün olabilir. Postmodern bağlamda bu durum, yaşamın estetik olarak meşrulaştırılması çabası olarak görülebilir (Robins, 1999: s.154). Postmodernitenin ilk planda zorlandığı nokta, deneyimler üzerine hazırlıklarının olmayışydı. Özellikle sanat ve estetik olgular içinde estetik, deneyim olarak sıkıntılı alanlardan birisi olarak başlangıçta problem idi. Bu problemin aşılması ve deneyim olarak kazanıma dönüşmesi estetiğin de bünyesinden bazı geleneksel değer ve kriterleri çıkarıp atmasıyla mümkün oldu. Özellikle beğenin sıradanlaştırılması ve bir yargıdan ziyade anlık vargılara dönüştürülmesi, yeni estetik türlerin geliştirilmesi ve yaygınlaştırılmasının da kolaylaştırdı diyebiliriz. Estetik meşrulaştırma olarak postmodernite en çok tekno-kültür ve tüketim kültüründen faydalanmıştır diyebiliriz.

Yeni medya teknolojileri birer belirleyici olarak karşımıza çıkmakta (sunulmakta) ve ancak yeni bir medya teknolojisinin gelişiyile artık yeni olmaktan çıktıklarında tekrar değerlendirilip toplumsal yapılanmada nasıl bir rol oynadıkları irdelenmektedir. Bu süreç popüler alanda olduğu kadar eleştirel alanda da işler ve teknoloji ile kültürü bir arada değerlendirme yeteneksizliğine, salınan bir amnezi biçimine yol açar (Basste, 2013: s.332). Teknoloji ve medya, birbirini tamamlar. Tamamlayıcılıklarını süreçlere de yansıtırlar. Teknolojik her yenilik aynı zamanda medya için de bir yenilik olarak devreye girer. Paralellik gösteren bu ilişkinin çözümlenmesinin olanakları, onları kullanmaktan geçer. Teknokültürün ve yeni medyanın kültürel kapasitelerinin ortaya koyduğu karmaşık yeniliği, yeniliği eskiterek sağlanan bir çözümsel pratik ile aşıldığı söylenebilir.

Kültür endüstrilerindeki medya ve eğlence sektörü şirketleri, Adorno ve Horkheimer'a göre bireyi sermayenin denetimine tabi kılan kurumsal bir yapı oluşturur. Bu nedenle, mutlak birer toplumsal tabiiyet sahasıdır. Kültür endüstrisinin ilk biçimleri için bu tek yanlı yapısalcı görüşü kabul etsek bile, 20. Yüzyılın ortalarından beri burada bir şeylerin değiştiği ortadadır (Raunig, 2014: s.124). Kültürün endüstrileşmesi ile birlikte bireyin ekonomik değeri ön plana çıkmıştır. Kültürel dönüt ve refleksif yanıt olarak bireyin bakış açısının diğerleriyle eşitlenmesi ve dolayısıyla kitleselleşmenin bir reyi durumuna dönüşmesi gerçekleşmiştir. Bireyi kuşatan hakim ideolojinin kapitalizm, bireyi yönlendiren hakim yönelimim tüketim kültürü ve bireyi toplumsal ya da kitlesel kılan hakim davranış örüntüsünün de tüketim yönsemeleri olmaya başladığı bir sosyo-kültürel gerekçe, onun endüstriyelleşen bir kitlesel kimlik olmaya başladığının kanıtı olabilmektedir.

Gereksinim, bolluk toplumu tarafından “özgürleştirilmiş” bir tüketici güçten çok sistemin işleyiş biçimiyle yeniden üretim ve hayatta kalma süreci tarafından dayatılan üretken bir güçtür (Baudrillard, 2009:s.85). Kültür üreticilerinin tüketim kültürü için belirlemiş oldukları stratejik hamle, gereksinim üretmektir. Kültürel üretim için bakıldığında gerekçe üretimi için emre hazır pratikler sahası olarak sanat, gerekçelere dönük motivasyon kodlamalarını gerçekleştirir. Kültürel yeniden-üretim genel anlamını biçimlendiren tüketim gerçekliğinin de dayanak noktasını gerekçe ya da gereksinim üretimi olduğu söylenebilir. “Arzu üzerine oturtulmuş” bir strateji doğrultusunda bilinçaltının en derinlerinde yatan güçler ya da bilinçaltına

özgü içtepilere kadar her şeyi harekete geçirebilmek mümkündür. Dolayısıyla toplumsal değerlerin bilinçli bir şekilde zayıflatılması/sıradanlaştırılması denilen şeyin sınırlarını belirleyebilmek de mümkün hale gelmektedir (Baudrillard, 2009:s.90). Değerlerin sıradanlaştırılması olgusunun gerçekleşmesi için yeni unsurların üretilerek değerler kategorisine yerleştirilmesi gerekmektedir. Değerlerin zayıflatılması bir bakıma kültürü de zayıflatırken kültür olacak yeni unsur için de bir boşluk yaratılmış olmaktadır.

Günümüz dünyasında geçerli olan değerlere bakıldığında artık kopyalanması yasaklanmış tabloya “özgün” denildiği görülmektedir. Tablo mevcut dünyayı yeniden canlandıran bir resim olmaktan çıkarak, bu dünyayı kendine göre yeniden üreten bir şeye benzemektedir. Bir zamanlar çarpıcı, nesnel güzellik para ederken günümüzde kendine özgü biçimde fırça kullanan ressam para etmektedir (Baudrillard, 2009: s.117). Yeni ve yerleştirilmeye çalışılan değerlerin özgünlüğünün sınanmasını mümkün kılan geleneksel değerler ile kıyaslanmasıdır. Memnuniyet ve arzu bileşkesinde değeri, indirgenmiş hazlar üzerinden konumlandırmaya çalışmanın gerekçesi de yine tüketim kültürünün hakimiyetinin zarurietiyi olarak görmeyi gerektirmektedir. Sanatın değeri de arada kaynayıp yeni değer kalıplarına dönüşmek gayesi ve hevesi ile mücadele yaşamasına zemin hazırlamaktadır.

Tüketiciler ve patronlar, sanatçıların sessiz ortaklarıymış gibi davranırlar. Paramızla, zamanımızla, duygularımızla ve onayımızla, yapımcıları destekleriz. Eserlerinde, sanatçıların fark etmediği ya da kasıtlı olarak yapmadığı çok az farklılıklar görürüz. Esinlenilmiş tüketim, daha sonra eserin kendisini ve izleyiciyi zenginleştiren yaratıcı bir harekettir. Sanat eserleri, ne düşündüğümüzü ve hissettiğimizi tekrar incelemek ya da tekrar onaylamak için bizleri provoke ederler ve tüketici ve patron, piyasada sanat eserleri için finans talep ederler (Cowen, 2000: s.15). Sanatın patronu, artık ne sanatçı ne de izleyicidir. Sanatın patronu doğrudan doğruya güç olarak tarif edilen şirket ya da finans kaynağı da değildir. Asıl patron, kültür endüstri ve kültürel gerekçelerin inşa ettiği tüketim ortaklıklarıdır. Müzikte, edebiyatta ve güzel sanatta büyüyen pazarlar, sanatçıların patronlara bağımlı olmaktan uzaklaştırır. Bir patron, tüketiciye karşı çıktığı gibi, sanatçının ortaya koyduğu eseri satın almadan da, parasıyla bir sanatçıyı destekler (Cowen, 2000. s.23). Sanatın tedarikçisi ve sahibi olmak için yeterli gerekçe, para’dır. Para ile sanata sahip olunması, sanatın tahakküme alınması değildir. Para değiş tokuş ve

eder-değer kıyaslaması için bir koşul yaratılabilir ve sanat el değiştirebilir. Burada başka bir ekonomi vardır. Kültürel ekonomiler bağlamında sanatın ederi-değeri karşılaştırması için ise koşul değildir.

Sanatçı, günümüzde geçmiş dönemlere kıyasla daha çok yabancılaştırılmış ve yalıtılmıştır. Eserlerinin konusu da, yalnızlaştırılmış birey ve insan varoluşuna yabancı bir toplumsal örgütlülüktür (Wolf, 2000: s.18). Sanatçının yalnızlaşması, çoğunlukla kendi rızası ve beklentileriyle alakalıdır. Bu konumunu tercih etmesini sağlayacak bir rol için gösterdiği çabalar dikkat çekmektedir. Sanatın yeni duyarlılıkları ile işlenen konuları, sanatçının belirlediği içerik ya da hassasiyetlere göre biçimlenmediği için, geçmişin sanatçısına yapılacak bakış açısı ile şimdiki sanatçıya bakış açısı arasında farklar mevcut olmaya başlamaktadır. Kitle kültürü öğelerini rastgele, karmakarışık montajlarla, oyun oynarcasına yeniden birleştiren ve yolunun üstünde tesadüfen kullanım nesnelere bulan sanat tüketim ekonomisinin rüyası olarak düşünülebilir. Sanat, artık kullanılmayan şeylerle yeni bileşimler oluşturup bunları depolarken, eskimiş dizilimleri bir gün yeniden ihtiyaç duyulur diye rezervde tuttuğuna inanılan “hurda” DNA’ına benzer bir işlev görebilir (Stallabras, 2009: s.74). Kitle kültürü yaratımı uzun ve tasarımsal bir süreci gerektirir. Planlıdır ve çizgiseldir. Sanatın bu süreçteki rolünü sanatçı belirlemez. Sanatçı eline verilen kullanma kılavuzu ile esneklik kazanabilecek manevra yeteneklerini sınamak durumundadır. Ne bir oyundur ne de bir ideadır. Sanatı mümkün ve kabul edilebilir meşru planların içinde hapsetmenin özgürlüğü sanatçıyı kandıran bir özgürlük gibidir.

Sanatın karşı karşıya olduğu daha yeni ve esaslı rakip ise, internettir. 1990’ların ortalarından itibaren sanatçılar, Web’i yalnızca çoğaltılabilen değil aynı zamanda bedava dağıtılabilen işler üretmek için kullanılmaya başladılar (Stallabras, 2009: s.113). Sanatın rakibi aslında teknoloji değildir. Teknoloji de nihayetinde bir aparat değer sergiler. Emre hazır ve kullanılabilir donanım olarak teknolojiden faydalanan bir sanat, hem tekno-kültürün hem de tüketim kültürünün daha fazla benimseyeceği bir özelliktir.

Kültür ürününü yorumlarken gerek duyduğumuz bir başka şeyde, üretim biçiminin mantığını ve kullanılan sanatsal şifreleri anlamaktır. İdeoloji, sanat ürününde saf haliyle ortaya çıkmaz; edilgen bir niteliğe sahiptir. Sanat ürünü,

ideolojiyi, kural ve geleneklerle uyumlu bir biçimde, estetik biçimler altında yeniden üretmektedir. Örneğin bir resmin “yıkıcılığı”nı anlamak için, onun açık ve örtülü politik içeriğinin ötesine geçerek, sanatsal gelenekleri nasıl kullandığına, diğer sanat ürünleri ile ilişkisine bakmak gerekir. Bu önemlidir çünkü aynı zamanda metnin içinde olmayanın metnin anlamı içindeki yerini çözmemize yardımcı olur- düşünceler, değerler, olaylar. Edebi ve sanatsal üretim gelenekleri kesin belirlenmelere olanak vermeyebilir (Wolff, 2000: s.80).

Kültür, iletişim ve etkileşim süreçlerini kendisiyle uyumlu tasarımlar. Sanat bir kültürel üretim mekanizmasıdır. Dolayısıyla kültürel iletişim ve etkileşimin de dinamik ögesidir. Sanat eserin konumu ise böyle bir süreçte bir kültürel ürün olarak değerlendirilmek durumundadır. Sanat eserin yüklendiği ya da taşıdığı kodlar, kültürel açıdan bakıldığında sosyolojik, ekonomik, politik, ideolojik olabilmektedir. Sanatsal estetik ile kültürel estetik, sanatsal üretimin kültürel üretim olarak değerlendirildiği anda müşterektir. İdeoloji, artık sanatsal üretim olduğu kadar sanatın aracı kılındığı kültürel üretimin de içindedir. Bir diğer deyişle kültür kendi ideolojilerini kendisi tasarımlar, kendisi yayar, alternatifini de kendisi planlar.

Toplumsal dünyadan analistin modeline konu olan ‘günlük hayat’ olarak bahsetme, doğrudan doğruya, uyumlu teorik ‘ürün’e çevrilen alışkanlıklardaki teorik bilginin nesnesi olarak analizler vasıtasıyla, o dünya (alışkanlıklar dünyası) yı ‘üretme’ anlamına geldi (Jenks, 1993:s.156). Günlük hayat, planlanmış organizasyonların insicamını koşul kabul eder. Hayatı kesintiye uğratmadan akıcı kılmanın bir yolu da alışların benzer yaşantılar için temellendirilmesidir. Özellikle kitlesel yaşamın ağırlıkta olduğu kent uzayları, günlük yaşamın akıcılığını ve homojenliğini oldukça destekler. Aksi durumda mental anlamda da kitleleri yönetebilmek mümkün olamazdı. Kültürel ve sanatsal üretimde ise durum benzerdir. “Kültürel iletiyi kuran farklı simgeler, karmaşık bir işleyişe sahiptirler ve yorumlama farklılıklarına neden olabilirler. Görsel tasarım, sözel imgeler ve eser yoluyla anlam çağrışımları yaratmak bu çerçevede değerlendirilebilir” (Wolf, 2000: s.105). Kültür ürünleri ister moda olsun, ister endüstriyel olsun, isterse ekonomik olsun bir şekilde iletişim tasarımı süreçleri ile şekillenirler ve kitlelere ulaşırlar. Sanat bu noktada bir medyadır. İletimin kendisi ve ortamıdır. Şekil olarak sanatsal görüntü, iletişimsel örüntü ve geri dönütleri ile değerlendirilen bir estetik kalıpsallık içerir.

Bir eserin seyircisi ile buluşması/karşılaşması (hemen o anki hazır seyircinin yokluğu olabilir) nedeniyle, kültürel ürün alanındaki çeşitli pozisyonlar/durumlar, onlara tepki veren seyircilerle ilgili olarak kolaylıkla karakterize edilebilirse, bu doğruyu söylemek gerekirse, ya kasıtlı, hatta alaycı düzenleme, (her ne kadar istisnaları varsa da) ya da görevin ve talebin sınırlarınca açıklanamayan bir tesadüftür. Dahası, bu pozisyon alma ile birlikte eserin oluşturduğu alanda bulunan pozisyonlar ve tüketim alanındaki pozisyonlar arasında benzeşiklik/türdeşlikten; yani, bu durumda, güç alanında etkisiz ve etkili parçalar arasındaki zıtlıkla birlikte ya da sınıf ilişkileri alanında, hükmeden ve hükmedilen arasındaki zıtlıkla birlikte meydana gelmektedir (Bourdieu, 1993: s.45). Sanatın geçmişte kültürel ayrımlar için belirleyici rol üstlendiğini söyleyebiliriz. Aristokrasi, burjuva, elit tabaka diye tabir edilen üst tabaka ve kültüre mensup sahipler tarafından elde tutulan sanat, halk tabakasına da uzak mesafedeydi. Sanatın elitist ve seçkinciliğinin kaybolduğu ve kitleselleştiği günümüzde ise kültürel hakimiyetin altında görevli kılınan sanat söz konusudur. Kültürel üretim ve tüketim süreçlerinin içinde bulunan ya da bizzat hazırlayıcısı olan sanat, artık, kültürel ayrımların değil, kültürel motivasyonların ve ittifakların üreticisi konumundadır.

Çift yönlü bir hareket sonucunda, sanat ve gündelik hayat arasındaki sınırlardan kimileri çökmüş sanatın kuşatma altındaki bir meta olarak özel koruma altına alınmış status aşınmıştır. Her şeyden önce sanatın endüstri tasarımı, reklam ve ilintili simgesel üretim ve imaj üretimi sektörlerine aktarılması söz konusudur (Featherstone, 2005: s..55). Sanat sektörü olarak ticaridir. Pazar ve piyasa ilgileri vardır. Ederi ve değeri arasında savaşçı duran bir meta olarak ise kültürelidir. Sanatın kültürel olması aynı zamanda gündelik olmasının da sebebidir. Bu özelliği ile estetiği de dönüştürmüş durumdadır. Meta estetiği, tüketim estetiği ya da estetik kültüralizmin dejenerasyonu gibi süreçlerin yaşamsal pratikler içinde konumlanmasına şahit olmaktayız. Çağdaş sanat ile politika arasındaki ilişki düşünüldüğünde, sanatın, öyle ya da böyle kapitalizmin ‘gizli’ çelişkilerini açığa çıkarabilme gücüyle, politik eylem ya da katılımın katalizörü olduğu düşünülür (Emmelheinz, 2013: s.172). Çağdaşlık kapitalist ve liberal politik söylemlerin kültür kalıpları içinde kitleselleşmesine ait göstergeler olgusu olarak da ayrıca ifade edilir. Bu kapsamda politik eylem ya da yaklaşımlar için çağdaşlık bir kapsayıcılık

sergilemektedir. Sanatın yaşadığı kültürel dönemeçler ve ideolojik odaklamalar, senaryonun gereği olarak planlanmışlık içermektedir.

Arts Council'e (Güzel Sanatlar Kurulu) göre güzel sanatlar: kültürel, çevresel ve eğlence olanaklarının vazgeçilmez öğeleridir ve ekonomik büyümeyi, kalkınmayı güçlendirirler. Turizm ve onun getireceği bir ticaret için geçim unsurudurlar. Daha da önemlisi, bir bölgenin baştan aşağı yeniden üretiminde en önemli katalizör olarak işlev görebilirler. Topluluk haysiyeti ve kimliği için ortak noktaları oluştururlar (Morley, 2006: s.63). Sanatın çekim gücü, cazibe yaratımının enstrümanlarını ve aktörlerini dinamik kıldığı sürece devam edecektir. Toplumsal yeniden üretim ya da kültürel yeniden üretim için sanat donatılara sahiptir. Eğlence, tanıtım ya da promosyon amaçlı tasarımlar kadar kültürel dönüşümlerin ve kimlik oluşumlarının da vasıtasıdır sanat.

Danto, sanat hakkında felsefi açıdan düşünebilmek ancak her şeyin sanat olabileceğinin netlik kazanmasıyla mümkün olduğunu ve ancak o zaman gerçek bir genel sanat felsefesi olasılığı doğduğunu (Danto, 2010: s.37) dile getirmektedir. Danto'nun altını çizdiği yeni felsefe, sanatın köktenci ve sınırlarını kendisinin belirlediği, hüküm ve yargılarını nesnelleştirebildiği ve kendini ispatta zorluk yaşamadığı bir sanatı teşvik etmesi gerekir. Ancak çağdaş sanat felsefesinin sıkıntıları da bu sayılanlara cevap verememesi yüzündendir diyebiliriz.

Sanatın sonu savunusunda Danto, "sanatın sonundan kastettiğim, sanat tarihinde yüzyıllar içinde gelişmiş ve manifestolar çağı"nda kaçınılması mümkün olmayan belirli çatışmalardan kurtulmuş bir biçimde kendi sonuna erişmiş belli bir anlatımın sonunu kastediyorum (Danto, 2010: s.62) demektedir. Danto'nun sanatın sonunu ilanına dönük ele alışında, sanatın endüstrileşmesinin yaşattığı sorgulama, sanatın tükenişini hızlandıran bir sorgulama olarak değerlendirilebilir. Manifestolar sanatın orijinalliğini, felsefesini ve sanat tarihsel önemine vurgu yapmanın en önemli dayanaklarını teşkil etmekteydi. Dolayısıyla manifestolar çağının sonu sanat tarihinin sonunu, üretilebilir ve tüketilebilir biçiminde endüstriyel kavramlar ile ifade edilen sanat da sanat felsefesinin sonunu hazırlamış ve görsel kültür ve tüketim kültürü olgularına teslim etmişlerdir.

6. BÖLÜM

DEĞERLENDİRME

6.1. Değerlendirme

Kültürel ekolojiler için ilk ve en kapsamlı örnek teknoloji kültürünün evrilerek tekno-kültüre dönüşmesidir. Tekno-kültür bir donanım, aparat kültürüdür. İnsanın günlük yaşamına ait parselasyonda ve meşguliyette oldukça etkili bir işgal oluşturan bir teçhizattır. Teçhizatı olmadan yaşamak algısının bile tartışılmaz olduğu günümüzde tekno-kültür, başlı başına bir ekolojik mahiyet ve gerekçeler kazanmaktadır. Bu noktada sanatın ise çoklu-medya üretimleri ile özdeş üretimsel kimlik dönüşümü yaşadığını söyleyebiliriz. Sanatın teknolojik evrimi ile teknik evrimi arasındaki farkı da daha net biçimde çoklu-medya ortamları ile gerekçelendirebiliriz. Dijital (sayısal) sanat ve sanatın tekno-tasarımsal süreçleri aynı zamanda pedagojik süreçlerin de bir parçası olabilmektedir. Sanat ve eğitimde yaratıcılık, çağdaş görsel kültür çalışmalarında yeni bir kapsam olarak yeni medyayı dikkate değer bir aşamada ele almamızı gerektirmektedir. Yaratıcılığın teknolojik ilintisinde ortaya çıkan “yeni”likler, yeni kültür bağlamlarına göndermede bulunmaktadır. Sanatsal yaratıcılık için yakında olmazsa olmaz nitelikte değerlendirilebilecek teknouzmanlık, bir bakıma yeni medya sanatını da mümkün kılacak süreçleri aktif hale getirecektir.

Sanatın küreselliği ile evrenselliği bir tartışma konusudur. Değer olarak sanatın yerelden evrensele serüveni, hem toplumsal hem de geleneksel-tarihsel kodların da evrenselleşmesi anlamına gelmektedir. Sanatın gizemi ve gücü bu konuda son derece yetkindir. Buna izin veren estetik kriteriyum, sanatsal – izmler, manifestolar ve saygın sanat pozisyonları söz konusu olmuştur. Sanatın küreselleşmesi ya da küresel sanat kalıp kullanımları daha çok kültürel ve ekonomik karşılıklarıyla itibar gören etkileşim ve yayılımı ifade etmektedir. Bu yüzden küreselleşme ile evrenselleşme açısından sanatın değeri, evrenselleşme ile daha fazla etkili olmaktadır.

Çağdaş sanat içinde mevzilenme sorunu yaşayan estetik, artık bütüncül ve uzmanlık vasıflarını destekleyen ya da koruyan saygınlığı yerine, kültürel etkileşim

kalıplarına göre isim ve konum almış parça estetik olguların mevzilenme savaşları yaşamaktadır. Genel anlamı ve güzel ile ilintisi açısından estetik, buğum meta estetiği, tüketim estetiği, kitch estetiği, medya estetiği gibi adlandırmalar ile kültür alanlarına dönük ele alışların biçimlendirdiği estetikler haline dönüşmüş ve parçalanmıştır. Bu yüzden çağdaş sanat yönelimlerine estetik açıdan özellikli ve öncelikli bakmak için, sanatsal ilinti ve kültürel kapsam ile bağı olan türdeş estetik kalıplara odaklanmak doğru ve yerinde olacaktır.

Çağdaş sanat, genel sanat tarihine bakıldığında kesinlikle daha kitleseldir. Sanatı bu denli kitlesel kılan ya da buna mecbur eden olgu, kuşkusuz sanatın da tıpkı kültür gibi endüstrileşmesidir. Geleneksel sanat ve sanatçı kavramının bugünkü karşılığı kültürel üretim ve mühendislik olmuştur. Geleneksel estetik kapsam ise daha parçalı ve tesirsiz alt başlıkları üstün kılma çabasına taşınmıştır. Meta estetiği, medya estetiği, tüketim estetiği, teknoestetik, kitch estetiği, data estetiği gibi bir çok estetik kapsam ile karşı karşıyayız. Bunun sonucunda estetik eşliği ile sanatın da doğası zaten değişmiş kabul edilmektedir. Kendini ve kendini üreten sanatçıyı böylesine bir tasfiye ediş süreci yaşayan sanatın içinde bulunduğu yeni kültürel ekolojilerin tesiri, kaçınılmaz biçimde çağdaş sanatı kitlesel olarak genişleme gösteren ama nitelik olarak ise zayıflayan bir algı ile bize sunulmaktadır.

Kitle kültürü tacirliği, belli oranda kültürel ekonomiler konusunda bizi sanat ile kültür arasındaki ilişkiye odaklamakta yeterlidir. Çünkü kültürel üretimlerin bir meta olarak yasal ve piyasal dayanaklarını biçimlendiren alan olarak sanat, kültürel ekonomilerin taşıyıcısı, planlayıcısı, satış motivasyonlarını sağlayıcısı gibi başat görevleri ile ön plana çıkmaktadır.

Gerekçelendirilmiş ve planlanmış yaşantı formları kültürel bir çerçeveye içerir. Bu formları tasarlamak işi ise sanattadır. Yaşantı parselasyonu ve sosyal münasebetlerin konforme (kalıplara dönüştürülmesi) edilmesi ise daha çok kültürel yeni ekolojilerin tesiri altında gerçekleşir. Özellikle koşullandırma işlevinin kültürel tedarikçisi olan medya ve medya teknolojileri, yoğun tüketim kültürü yaratımının da gerekçelendirmelerini ve planlamalarını sağlamaktadır.

Yeni kültürel ekolojiler, geleneksel kültür örüntülerinin kalıpsal ve ideolojik sağlamlığı yerine daha geçirgen ve geçişken bir görüntü ile kıyaslanabilir. Bu açıdan

yeni kültürel ekolojiler, bir döngü kültürelliği sergilemektedir diyebiliriz. Moda gibi, teknoloji gibi değişkenliklerin günlük yaşam içinde hayatiyetinin gayesi olmayabilir. Kalıcı hayatiyetler yerine yeni kültürler, yenilenebilir ve sürekli kılınabilir hazları ve beklentilerin kültürelleşmesini tahrik ve teşvik etmektedir. Bunun diğer adı da kültürel yeniden üretim olmaktadır.

Kültürel homojenlik ile kültürel heterojenlik kıyaslamasında yeni kültürel ekolojilerin bazı yaklaşımlarını tasnif etmek zor görünebilir. Ancak kültürel gerekçeler ile dayanışma içinde olan kültürel ekolojiler içinde benzerliklerin birlikteliği yerine farklılıkların birlikteliği ön plana çıkarılmaktadır. Yerel kültürlerle karşıt bir küresel kültür angajmanları için geçerli ve yaygın kanaat farklılıkların birlikteliği üzerine odaklanmaktadır. Kültürel ekolojilerin genel özellikleri ile de örtüşen heterojenlik dikkat çekmektedir.

Yeni kültürel ekolojiler, belli açılardan bakıldığında karmaşık ama aynı sonuçları içeren göstergeleri ve kodlamaları kullanmaktadırlar. Semiyotik uzmanlık ve sanatsal çözümlenme süreçleri açısından ise yeni metodolojiler içerebilme potansiyelleri ortaya çıkmaktadır. Diğer taraftan yeni kültürel ekolojiler yeni bir semiyotik alanın gelişmesine kaynaklık edebilir. Adına eko-esmiyotik diyebileceğimiz metodolojik ele alışla kültürel kodların, göstergelerin ve imajların çözümlenmesi mümkün olabilir.

Yeni kültürel ekolojilerin yerleşmesi hızı, sanatın dönüşüm hızından daha farklıdır. Sanat bu konuda gelenekçilik-çağdaşlık ayrımı noktasında daha ağır davranmıştır/davranmaktadır. Çünkü sanatta da muhafazakar bakış ve yenilikçi bakış farkı ve çatışması vardır. Kültürel hız, kültür üreticileri olarak sanatçıları da bir hayli zorlamıştır. Yeni kültürel ekolojilerin içinde çağdaş sanat yöneylemleri, kültürel olmakta zorlanmasa bile sanatsal davranmakta zorlanmaktadır. Yaşanılan yoğun adaptasyon sorunu, sanatsal tüketim noktasında değil ama sanatsal üretim noktasında tesirli olabilmektedir.

Kültür ve yeni kültürel ekolojileri estetik olgu ile eşleşik düşündüğümüzde bazı farklılık ya da çelişik saptamalar ile karşılaşabiliriz, Estetik çoğulculuk ya da estetik ayrımcılık merkezli bir deneyimin yerini deneyimlemeyi hedef tutan yeni kitlesel ve çoklu estetikler olarak ifade edebileceğimiz estetik olgu almıştır. Bu

anlamda estetik ve dolayısıyla estetik deneyime ilişkin epistemoloji de değişmektedir. Yönsemeci, güdüleyici, denetleyici ve kapsayıcı bir estetik eğilim, özellikle tüketim kültürü ile anıldığında çoklu estetik kapsam ile yeniden anlam kazanmaktadır. Aynı noktaya çıkan farklı yolların bazen paralel, bazen dolambaçlı bazen de zikzaklar çizdiği istikametleriyle çoklu estetik, bir bakıma tekeline bulunduğu kültüre göre de rota belirler.

Kültürün çağdaş ve geleneksel formları arasındaki farkı homojenlik hetorejenlik açısından da izah etmek mümkündür. Benzerliklerin birlikteliği olarak homojenlik, doğrudan doğruya kültürel birlikteliği çağrıştırmaktadır. Çünkü tarih, din, dil, coğrafya, etniklik gibi kökensel ve mekânsal birlikteliğin izahatına kavuştuğu bir geleneksel kültür olgusunun karşısında bugün, farklılıkların birlikteliğine vurgu yapan ve yeni kültürel ekolojiler ile izahatını daha da sağlamlaştıran heterojenlik dikkat çekmektedir. Hetorejen niteliklerde çoklu kültürler, çoklu estetikler, çoklu ekonomiler, çoklu bakış açıları ve çoklu paylaşımlar özendirilirken bir bakıma da tüketim kültürü üzerinde vargıları oryaya çıkarıcı bir görüntü sergilemektedir.

Adına ister teknoloji aparatları diyelim ister ise kültür aparatları diyelim, kültür üreticilerinin doğrudan doğruya günlük yaşam parselasyonlarımız içine soktuğu nesnelere vasıtasıyla önemli bir işgal yaşamaktayız. Meşgul olmanın insani zafiyetlerinden faydalanarak işgali bir fetih olarak değerlendiren medya ve dolayısıyla yeni kültür formasyonları, sosyal ya da bireysel direnç tepkileriyle de pek muhatap olmadan başarılı olmaktadır. Kültür aparatları olarak çoğu medya aparatlarının teması ve işgali altında pasif, edilgen bir tüketici olmanın dışında ikinci bir pozisyon ise pek geliştirilmiş değildir insan için.

Bir tür mühendislik alanı olarak kültürel üretim sürecinin önemli aktörlerinden biri haline gelen sanat ve kültür üreticisi ya da kültür aracı olarak konumlandırılan sanatçı için yeni bir rol ve konum söz konusu olmaya başlamaktadır. O da “kültür yönetimi” alanıdır. Çağdaş yönetim alanlarına bir yeni ilave olarak kültür yönetimi, sanat ve estetik olguyu kültür endüstrisinin karakteristik parçası olarak görmeye başladıktan sonra kültürel ekonomileri ve bağlı etkileşim odaklarını süreçlendirmek ve yaygınlaştırmak gereğine inanmanın sonucudur. Kültür yönetimi ve kültür yöneticilerinin daha donanımlı kılınması için sanat ve estetik

uzmanlık kadar, endüstriyel, politik, ekonomik ve stratejik uzmanlık alanlarıyla temas kurabilecek işbirliklerini daha değerli görmeye başlayacaktır.

Sanatsal temsiliyetin kültürel teslimiyete dönüştüğünü iddia etmek, sanatın özellikle kültürel göstergeler ve tüketim kültürü motivasyonları konusunda uzlaşım sağlamak ile de örtüşmektedir. Zira kamusal uzlaşımın sağlanması, temsil edilen unsurların sanatsallığından ziyade kültürelliği ile koşuttur diyebiliriz.

“Çağdaş Sanat Yöneylemlerinde Yeni Kültürel Ekolojiler” başlıklı bu tez çalışması, yukarıda söz konusu olan genel değerlendirmeyi de kapsayacak biçimde ve bölümler halinde şöyle gerçekleştirilmiştir:

Birinci Bölüm içinde çalışmanın teknik sürecini betimleyen bir “Giriş” söz konusu olmuştur. Burada çalışmanın problem tümcesi, alt problemler, çalışmanın amacı, önemi, yöntemi ve varsayımları ortaya konulmuştur.

İkinci bölüm, genel tanımlar ağırlığında sanatın hem geleneksel hem de çağdaş niteliklerine ilişkin tanımlamalar, mukayeseler ve konumlandırmalar gündeme getirilmiştir.

Üçüncü Bölüm, çağdaş sanata ait genel yönelimler, anlayışlar incelenerek, sanatsal çağdaşlığı doğuran ve tesir altına alan dönemsel nitelikler olarak modernizm ve postmodernizmin kültürel kapsamaları üzerinde durulmuştur.

Dördüncü Bölümde ağırlıklı olarak kültür incelenmiş olup, kültürün geleneksel yapıları, tanımları ve içinde geliştiği koşullar tasvir edilmiştir. Aynı bölüm içinde kültürün çağdaş ve yeni içerik ve tanımlarına odaklanılmış, sanat ile teması aranmıştır. Söz konusu bölümde kültürel çeşitlilik, kültürü niteleyen ve yeni kültürel kapsamaları betimleyen tesirler incelenmiştir.

Beşinci Bölümde ise bu çalışmanın başlığına odak oluşturan “ekolojileri” kültür ve sanatın yeni bileşke profilleri olma ihtimali açısından tartışılmıştır. Sanat ve kültür etkileşimlerini günümüz sosyolojik, ekonomik, politik ve pedagojik içerikleri de besleyebilecek unsurlar ile değerlendirmek, tezin hedeflerinden biri olarak sunulabilir.

7. BÖLÜM

SONUÇ VE TESPİTLER

7.1. Sonuç

Çağdaş sanata bir yönelimler sanatıdır demek için oldukça malzeme söz konusudur. Çağdaşlık tartışmaları ile çağdaş sanat yönsemeleri üzerinde çeşitli ve tesirli bakış açıları inşa etmenin müsait ve mümkün zamanını yaşamaktayız diyebiliriz. Çünkü sanatın bugün için tanımlanma ve konumlanma sorunları devam etmektedir. Hızlı, dinamik ve geçirgen bir yaşam pratikleri çağdaşlığı içinde insan ve sanat için epistemolojik dönüşümleri geri planda destekleyen muharrrik unsurlar söz konusudur.

Bilindiği ve kabul edildiği üzere sanat, bir kültürel gerekçe ve eylem alanları içinde mevzilenmiştir ve bu hala devam etmektedir. Bu kapsam içinde sanatın bir manevra yeteneği geliştirmesi, kültürel dinamikler ve eğilimler ile de ilintilidir. Söz konusu bu organik bağ, sanatsal bağlamı da büyük ölçüde kültürel kılmaktadır. Artık kültürel üretim ve tüketim çağında yaşamaktayız. Tıpkı kültür gibi sanatın da bir üretim ve tüketim bağlamı yerleşmiş durumdadır. Özellikle sanatın endüstriyel ve teknolojik karakterizasyon süreçlerini de açımlayan bu gerçeklik, sanatın gelecekçi bakış açılarını ve projeksiyonlarını da bağımlı hale getirmektedir denilebilir.

“Çağdaş sanat yönelimlerinde yeni kültürel ekolojiler” biçiminde bir ele alışı temellendirmek için sanat ve kültür arasındaki yeni ilişki biçimlerine ve ağlarına odaklanmak gerekmiştir. Kültürün önce epistemolojisi değişmiş, ardından içerik ve yönelimleri dönüşüme uğramıştır. Bir “değer” olarak ele alınan ve sosyolojik bir kalıp ve genetik konformizm (uyguculuk) sunan geleneksel kültürün yerini bugün, “eder” olarak motivasyonlar içeren dinamik ve değişken kültür kalıp davranışları almış durumdadır. Kültürün sol tarafına gelen ve kültür üzerinde hakimiyet kuran bu çağdaş yaşam pratikleri ve örüntüler kapsamları, yeni kültürel ekolojiler için de ayrıca birer başlık sunmaktadırlar bize. Sanatın misyonu, kültürel misyonlarla örtüşmek zorunda bırakılmıştır. Söz konusu yeni kültürel davranış kalıpları ve motivasyonlarının giderek kendilerini kitlesel mahiyette birer kültür örüntüsü olarak

sunmalarına ayrıca şahit olmaktayız. Bu sanatı da menziline alan bir yaygınlık ve tesir oluşturmakta son derece maharetlidir.

Çağdaş sanat ve çağdaş sanatçının özellikle postmodern olarak adlandırılan dönemselleştirme içinde rol ve değer kazanımına ilişkin mücadelesi olacaktır. Bu mücadele içinde kültürel bir işçi ve kültürel üretimin bir çarkı olma ihtimalini güçlendiren endüstriyel ve kapitalist yaklaşımların içselleştirilmesi ve sanatsallaştırılması söz konusu olmaktadır. Artık sanatı tümüyle saran bu yeni ekolojilerin sürekliliği ve dinamikliği içinde değişken sanatsal anlayış, yönelim ve donanımlar ile karşı karşıya kalmaktayız.

7.2. Ön Tespitler

Bu tez çalışmasının temel problemi ve alt problemlerini destekleyen bir takım saptamalarımız söz konusuydu. Gelineen noktada problemler biçiminde sunulan gerekçelere cevap oluşturacak ön vargıları şöyle açımlayabiliriz:

- *Sanatın çağdaş referansları ile geleneksel referansları arasındaki farklar açısından bakıldığında çağdaş sanatta bir konumlandırma problem var mıdır?*

Genel olarak sanatın konumsal problem yaşadığına ilişkin bir inancı besleyen gerekçelerin var olması gerekmektedir. Söz konusu gerekçeleri sanat ile temas halinde olan alanlar içinde aramak, çağdaş sanat için bir öngörü niteliği taşıyabilir. Yani sanat ile ilişkili koşullar, disiplinler, pedagojik eğilimler ve sosyolojik kapsam açısından bakıldığında çağdaş sanatın bir sanatsal ekoloji geliştiremediği düşünülebilir. Bu noktada sanatın üzerinden bu hakimiyeti ele geçiren popüler kültür içerikleri ve özellikle medya ekonomilerinden bahsedebiliriz. Hakimiyet sorunu yaşayan sanatın konum problemi yaşaması da özellikle kültürel ekonomiler ile ilintisinde daha fazla belirginlik kazanmaktadır.

- *Çağdaş sanat kültürel üretim için bir mekanizma mıdır?*

Kendisi için bir konum problemi yaşayan sanat, bir başka olgunun hakimiyeti altında eylem alanları ve karakterleri oluşturmaya başladığında, bir diğer olguya teslim olmaktadır. Ancak kültür, sanatı kapsamına alan bir odak olduğundan, sanatın da bir tür kültürel emre hazırlık sergilemesi doğal olacaktır. Bir başka deyişle

çağdaş sanat, özellikle bir kültürel üretim mekanizması olarak adlandırılmaktadır. Yeni kültürel ekolojiler, sanatı, kültürel üretim, dolaşım ve tüketimi için hem bir taşıyıcı rolü hem de motivasyon sağlama rolü ile algılanmasını mümkün kılmaktadır.

- ***Kültürün çoklu nitelikler ve tanımlamalarına sanat tesir etmekte midir?***

Bugün yeni kültürel ekolojilerden bahsedebiliyoruz. Medya, teknoloji, internet, kent yaşamları, kamusal eylem alanları, popüler kültür yönelimleri ve nihayetinde kitle kültürü hakimiyeti, yeni kültürel ekolojiler için birkaç örnektir. Kültürün çoklu nitelikleri kadar çoklu kültür teşkilleri ile temas halinde olduğumuzda sanat, özellikle kültürün sol tarafına yerleştirilen kavramlar tarafından tesir altına alınabilmektedir. Bir başka ifade ile sanat, kültüre tesir oluşturmaktan çok, kültürün tesiri altında kalmaktadır.

- ***Sanatın uzlaşım (konvensiyonel) ve stratejik gücü var mıdır?***

Sanat, insanlık tarihi ile koşuttur. İnsani olmanın bir neticesidir. Dolayısıyla sanatın uzlaşım (konvensiyonel) olduğuna ispat gerekmez diyebiliriz. Sanat tarihine bakıldığında temsil ve tasarıma ait içeriklerin ağırlığı söz konusudur. Ne zaman ki sanat kitleselleşmeye başladı, o zaman uzlaşım (konvensiyonel) bahsetme olasılığımız artmaktadır. Uzlaşım ya da kitlesel onay, çağdaş sanatı yönlendiren kültürel ekolojiler ve dolayısıyla tüketim kültürleri için önem arz etmektedir diyebiliriz. Çağdaş sanat, kültürel üretimler ve tüketimler için stratejik nitelik sergilemektedir. Sanatın motivasyon ya da manipülasyon potansiyeli, kitle kültürü egemenliği için stratejik önem içerebilmektedir diyebiliriz.

- ***Çoklu kültürel yapıların toplumsal uygulayıcı (konformik) gücü söz konusu mudur?***

Kültürün sol tarafına yerleştirilen ve sanatı büyük ölçüde yönlendiren yapıların, kitle kültürü açısından bir konformizm (uygulayıcılık) yarattığı düşünülebilir. Zira popüler kültürün üretim ve tüketim hızı, sanatın da içinde bulunduğu bir devrimi göstermektedir. Buradan hareketle kültür, çağdaş anlamda bir kalıpsallık sergilese de geleneksel anlamdaki kalıpsallığa benzerlik

göstermemektedir. Geleneksel anlamda konformizm, çağdaş anlamda tüketim motivasyonlarındaki kalıpsallığı ile anılabilir.

- ***Kültürel ekoloji içinde sanatın rolü nedir?***

Çağdaş kültür, çoğul kültürdür. Müştereklerin hedefi ile yöntemlerin farklılığı ile ilgisinde sanatı taşeron olarak kullanmaktadır. Kültürel ekolojileri, kültürün sol tarafına yerleştirilen ve kültür üzerinde amaçlı tesir yaratan olgular inşa etmektedir. Sanat, kültürün sadece bir mekanizması olarak ele alınırsa, kültürel ekolojiler için de aracı görevler ifa edebilmektedir. Sanat bir ekolojik gerçeklik sergilemez. Ekolojik gerçekliklerin faydalandığı eylemler alanı ve eylemler karakterizasyonunun ortaya çıkarılmasıdır.

- ***Kültürel ekolojiler ile sanatsal ekolojilerin bileşkeleri nasıl yapılandırılabilir?***

Çağdaş sanat ile çağdaş kültür, doğrusal ilişki içindedir. Sanatın ekolojisinden bahsetmenin referansı yine kültürel ekolojiler olmak durumundadır. Dolayısıyla kültür ve sanat homojen gerekçeler ile yapılandırılmak ve bileşke karakterleri ile görev yerine getirmelidir. Sanat ve kültürün bugün vardığı niteliği belirginleştiren temel, kitlelilik ve popülerlik ile ilişkilidir.

7.3. Genel Tespitler

Bu çalışmanın genel yapılanması ve değerlendirme sonuçlarından elde edilen vargılar ise şu şekilde sıralanmıştır:

- Sanat tarihinde tanıklık ettiğimiz sanatın teknik süreçleri, çağdaş sanat için daha teknolojik bir hüviyet kazanmış durumdadır. Özellikle teknoloji kültüründen tekno-kültüre geçiş, sanatın teknoloji ile tümleşmesinde bir zaruriyet gibi algılanmaktadır.
- Sanat için geçmişte olduğu gibi bugün de meşrulaştırma, toplumsallaşma, kültürelleşme sorunu yaşamakta olduğu söylenebilir. Sanatın bu kapsamda kültürel bir kalıp oluşturabilme potansiyeli ve yetenekleri olduğunu düşünmek için sanatın yeterli donanım ve gücü olduğunu söyleyemeyiz.

- Geleneksel kalıp ve sosyal bağlam içinde bir değer olarak kültür kabulü ortadan kalkmış durumdadır. Çağdaş kültür, bir tür kültürel ekonomiler hedefi ile hareket etmektedir. Değer ile tahvil yerine ekonomik tahvil öncelenmektedir.
- Kültür sosyolojisi açısından bakıldığında bir benzeşim ve homojen nitelikler çerçevesi ile kitleselleşen kapsam ortaya konulmaktadır. Hem kültürel antropoloji, hem kültürel psikoloji hem de kültürel sosyoloji, popülist yönsemelere göre yeniden biçimlenme eğilimi sergilemektedir.
- Çağdaş sanatın modern sanattan faydalanması genel olarak gündeme gelir. Modernite, postmodernitenin ve postmodern sanatın alıntılıdığı bir bağlam olmuştur. Bu anlamda çağdaş sanatın moderniteden kopuşunu da büyük ölçüde “kültürel yeni ekolojiler” sağlamıştır denilebilir. Zira medya kültürü, tüketim kültürü, kitle kültürü gibi yeni kültürel olguların sanatsal izdüşümlerine hayat bulmuş medya estetiği, tüketim estetiği ya da kitle estetiği gibi türdeş yönsemeler ile karşılaşabiliyoruz.
- Kültür her zamankinden daha fazla insani değildir. Aksine insan hedeflidir, ancak insanlık anlamında değildir. Örneğin tüketim kültürü ve tüketim estetiği, insani muharrikleri dinamik kılarak kültürel ekonomiler üzerinden hareket ederken, insandan faydalanmaya ve onu sömürmeye çalışır. Bu anlamda kültür, çağdaş anlamda insan için gibi görünse de insandan faydalanan bir bakış açısı ile ön plana çıkar.

KAYNAKÇA

- Adorno, T. W. (1998). *Minima Morallia*. Koçak, O. & Doğukan, A. (Çev.), İstanbul: Metis Yayınları.
- Alexander, J. C. (2014). 'Kültürel Sosyolojini Vaadi: Teknolojik Söylem ve Kutsal ve Laik Bilgi Makinesi'. 345-373. Münch, R. & Smelser N. J., (Edt.). *Kültür Kuramı*. Atay, C. (Çev.), İstanbul: Pales Yayıncılık.
- Andrus, L. (2001). The Culturally Competent Art Educator. *Art Education*. 54.
- Artun, A. (2010). "Manifesto, Avangard Sanat ve Eleştirel Düşünce". 11-64.
- Artun, A. (2014). "Sunuş-Sanat Emeği", 11-29.
- Artun, A. (2014). *Sanat Emeği*. Gen, E., Çelik, Ö. & diğerleri, (Çev.), İstanbul: İletişim Yayınları.
- Artun, A. (2015). *Sanat Manifestoları*. Özsezgin, K., Kılıç, U., Gündüz, C., Gen, E. & diğerleri, (Çev.), İstanbul: İletişim Yayınları.
- Artun, A. (hızl.). (2013). *Çağdaş sanat ve Kültüralizm*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Atiker, E. (1998). *Modernizm ve Kitle Toplumu*. Ankara: Vadi yayınları.
- Badmington, N. (2013). *Humanimalfunction-Yeni Kültürel Çalışmalar ve Post-İnsan Bilimleri*. ss.379-399. Hall, G. & Birchall, C. (Edt.). *Yeni Kültürel Çalışmalar*, Kartal, O. (Çev.). İstanbul: Say Yayınları.
- Basste, C. (2013). *Kültürel Çalışmalar ve Yeni Medya*. 323-348.
- Batchelor, B. (2009). 'The 2000 s' Greenwood Press Westport, Connecticut, London Printed in the United States of America.
- Baudrillard, J. (2009). *Gösterge Ekonomi Politikası Hakkında Bir Eleştiri*. Adanır, O. & Bilgin, A. (Çev.), İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.
- Baudrillard, J. (2010). *Tüketim Toplumu*. Deliceçaylı, H. & Keskin, F. (Çev.), İstanbul: Ayrıntı yayınları.
- Bell, D. (2007). *Cyberculture Theorists: Manuel Castells and Donna Haraway*. Routledge: Oxon.
- Bennett, A. (2013). *Kültür ve Gündelik Hayat*, Tokdoğan, N., Şenel, B. & Kara, U. Y. (Çev.). Phoenix, Ankara.

- Bachelard, B. (2003). “*Dans*”, *Brithney Spears*, “*The Zone Programı*, ABC TV. The 2000’s, Greenwood’s Press, London.
- Bolger, J.D & Gromale, D. (2003). “*Efsanevi Grafik Tasarım Çaydanlık*”, CAD. Windows and Mirrors, The MIT Press, Cambridge, 2003.
- Bourdieu, P. (1993). “*The Field of Cultural Production*” Kritman, L. D. (Ed.). Columbia University Press European Perspectives a Series in Social Thought and Cultural Criticism.
- Boyner, R. (2001). *Subject, Society and Culture*. Published in Association with Theory, Culture & Society, Nottingham Trent University, Publications Ltd. 6 Bonhill Street, London
- Carver, G. & Beardon, C. (2004). “*Altı Yol*”. Chameleons, Performance, New Visions in Performance. The Impact of Digital Technologies, Swets-Zeitlinder Publishers, Lisse.
- Carver, G & Beardon, C. (2003). “*Canavarlaştırma*”. Konkret Festival, İsveç, New Visions in Performance.
- Carver, G & Beardon, C. (2004). “*Yarım Melek*”, Cindy Cummings, New Visions in Performance. The Impact of Digital Technologies, Swets-Zeitlinder Publishers, Lisse.
- Cevizci, A. (2003). *Felsefe Terimleri Sözlüğü*. İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Clark, T. (2004), *Sanat ve Propaganda*. Hoşsucu, E. (Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Cooper, R. B. (2000). “*Information Technology Development Creativity: A Case Study of Attempted Radical Change*”, MIS Quarterly, Vol.24, No.2 (Jun, 2000), pp.245-276.
- Cowen, T. (2000). ‘*In Praise of Commercial Culture*’ Harvard University Press Cambridge, Massachusetts, London and England
- Cuche, D. (2004). *Sosyal Bilimlerde Kültür Kavramı*. Arnas, T. (Çev.). İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Çağan, K. (2003). *Popüler Kültür ve Sanat*. Ankara: Altınkure Yayınları.

- Çağan, K. (2006). “Sanat Sosyolojisinin İmkânına ve İnşasına Dair”, Bilgi Dergisi, s.2-11.
- Danto, A C. (2010). *Sanatın Sonundan Sonra*. Z. Demirsu (Çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Darder, A. (1995). *Culture and Difference, Critical Perspectives on the Bicultural Experience in the United States*, Bergin & Garvey, 88 Past Road West, Westport, CT06881 AN İmprint of Greenwood Publishing Group in the United States of America
- Darley, A. (2000). “Kediler İçin Rahat”, Stills dizisi TV reklamı, 1992. Digital Visual Culture, Routledge, London-NewYork.
- Dirlik, A. (2014). *Üretimde ve Üretimin örgütlenmesinde Postmodernizm: Esnek Üretim, İş ve Kültür*. s.31-86. Artun, A. (Der.). Sanat Emegi. Gen, E., Çelik, Ö. & diğeri (Çev.), İstanbul: İletişim Yayınları.
- “Dondurma Reklamı”. (1999). London, 20. Century Advertising, carlton Books Limited, London.
- Eagleton, T. (2011). *Kültür Yorumları*. Çelik, Ö. (Çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Eker, M - Aslan, T. (2011). *Tüketim Kültürü ve Sanat Eğitimi: Postmodern(ist) Sanat Eğitiminde Gelenekçi Dirençler İle Gelecekçi Stratejilerin Kültürel Bileşkeleri*, Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 30(1), 179-198.
- Emmelheinz, I. (2013). “Sanat ve Kültürel Dönemeç: Özerk sanatın ve Dava sanatının Sonu mu?”, s.171-181. ARTUN, A. (Der.-Sun.). (2013). *Çağdaş Sanat ve Kültüralizm*, Birkan, T., Örgü, N. & Gen, E. (Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- “Engelli ve mağdur çocukların tatil yapması için 1 Milyon Euro bulunması için The Break Yardım kurumuna yardım edin” Afiş Çalışması. (1999). 20. Century Advertising, Carlton Books Limited, London.
- Featherstone, M. (2005). *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*. Küçük, M. (Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

- Gans, H. J. (2005). *Popüler Kültür ve Yüksek Kültür*. İncirlioğlu, E. O. (Çev.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Gauntlet, D. ve Thomsen, B. S. (2014). “*Cultures of Creativity Nurturing Creative Mindsets Across Cultures*”. Main Report, s:1-47. www.legofoundation.com adresinden 09.02.2014 tarihinde indirilmiştir.
- Giddens, A, (1998). *Modernliğin Sonuçları*. Kuşdil, E. (Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Giddens, A. (2014). *Modernite ve Bireysel Kimlik*. Tatlıcan, Ü. (Çev.). İstanbul: Say Yayınları.
- Giddens, A. (1998). “*Postmodernlik*” (PM) ve “*Radikalleşmiş Modernlik*” (RM) *Düşünceleri Arasında Bir Karşılaştırma*. Kuşdil, E. (Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Grabes, H. (2008). “*Kırık Kolun Avantajı*”. Marcell Duchamp, 1915. Indiana University Art Museum. Making Strange, Radopi Publ. Amsterdam-NewYork.
- Guback, T. H, (1974). “*Social Context and Creativity in Mass Communications*”. Journal of Aesthetic Education, Vol.8, No.1, Special Issue: Film III, Morality in Film and Mass Media (Jan., 1974), pp.65- 74.
- Guffey, E. E. (2006). ‘*Retro The Culture of Revival*’ Published by Reaktion Books Ltd. 33 Great Suttan Street London EC1V ODX, UK.
- Guilford, J. P. (1959). *Personality*. McGraw-Hill Book Company, Inc.
- Habermas, J. (1987). *The Theory of Communicative Action* Vol.2 Polity Press, Cambridge.
- Hall, G. ve Birchall, C. (2013). *Yeni Kültürel Çalışmalar*. O. Kartal (Çev.), İstanbul: Say Yayınları.
- Hall, S. (1998). ‘*Yerel ve Küresel: Küreselleşme ve Etniklik*’, s.39-61, A. D. King, (Der.) *Kültür, Küreselleşme ve Dünya Sistemi*. Seçkin, G. & Yolsal, Ü. H. (Çev.). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Hall, S. (1999). “*Kültür, Medya ve İdeolojik Etki*,”. Medya, İktidar, İdeoloji içinde. Küçük, M. (Der.). Ankara: Ark Yayınevi, s. 199-245.

- Hall, S. (1999). “*Kültür, Medya ve İdeolojik Etki*” Medya, İktidar, İdeoloji içinde. Küçük, M. (Der.). Ankara: Ark Yayınevi, s. 199-245.
- Halton, E. (2014). ‘*Kültürün kültürel kökenleri*’, s.47-88. *Kültür Kuramı*, Münch, R. & Smelser, N.J. (Edt.). Atay, C. (Çev.). İstanbul: Pales Yayıncılık.
- Hançerlioğlu, O. (2010). “*Felsefe Sözlüğü*”. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Harrison, G. B. (1971). “*Technological Creativity at School*”. Paedagogica Europaea, Vol.6, The Changing School Curriculum in Europe (1970-1971). pp. 135-147.
- Haug, W. F. (2008). *Meta Estetiğinin Eleştirisi*. Toprak, M. (Çev.). İstanbul: Felsefe Logos yayınları.
- Haviland, William A. 2002. Kültürel Antropoloji, Kaknüs Yayınları, İstanbul.
- Heinich, N. (2013). Sanat Sosyolojisi, Arnas, T. (Çev.), İstanbul: Bağlam yayınları.
- Held, D. (1984). *Introduction To Critical Theory*. Berkeley and Los Angeles: University of California.
- Hopkins, D. (2000). “*Fluxshop*”. Willam de Ridder, 1964-65. After Modern Art 1945-2000, Oxford University Press, Oxford-New York.
- Horkheimer, M. & Adorno, T.W. (1996). *Aydınlanmanın Diyalektiği II* (Ç. O. Özügül). İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- HUIZINGA, J. (1980). ‘*Homo Ludens*’ A Study of the Play – Element in Culture, Rudledge & Kegan Paul Ltd. 39 Store Street, London.
- Iseak, J. A. (1996) , *Feminism and Contemporary Art*, Routledge, London-NewYork, S.43.
- Iseak, J.A. (1996). “*Geçici Takviye*”. Mary Kelly, 1983-85, Feminism and Contemporary Art, Routledge, Lonon-NewYork.
- Iseak, J.A. (1996). “*Hayvani İçgüdünü Frenle*”. Ilona Granet, P.O.W. Gallery, NewYork.
- İşçi, M. (2000). “*Kültür Sömürgeciliği ve Eğitim*”. İstanbul: Der Yayınları.
- Jameson, F. (1998). *The Cultural Turn Selected Writings on the Postmodern* (1988-1998). 180 Varick Street, NewYork

- Jenks, C. (1993). *Cultural Reproduction*. Published in by Rout Ledge 11New Fetter Lone, London.
- Jenks, C. (2007). *Altkültür*. Demirkol, N. (Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Keller, D. (1995). *Cultural Studies, Identity and Politics Between the Modern and the Postmodern*. Published by Routledge. London.
- Kellner, D. (2001). *Popüler Kültür ve Postmodern Kimliklerin İnşası*. Seçkin, G. (Çev.). İstanbul: Doğu Batı Yayınları.
- Krogh, T. (1999). *Frankfurt Okulunun Kültür Analizi. Medya İktidar İdeoloji*. Küçük, M. (Der.). Ankara: Ark Yayınevi.
- Kruger, B. (1887). *İsimsiz*, Mary Boone Gallery, NewYork.
- Kumar, K. (2013). *Sanayi Sonrası Toplumdan Post-Modern Topluma*. Küçük, M. (Der.). Dost Kitabevi, Ankara. (Kuhn, 2002: 49).
- Kyne, W. H. (1808). “*Poster asan adam*”. London.
- Lavaert, S. ve Gielen, P. (2014). “*Sanatın Ölçüsüzlüğü: Paolo Virno İle Söyleşi*” s.169-204. A. Artun, (Der.). Sanat Emeği. Gen, E., Çelik, Ö. & diğerleri (Çev.). (2014). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Lefebvre, H. (2014). *Kentsel Devrim*. Özer, S. (Çev.). İstanbul: Sel Yayınları.
- Maigret, E. (2011). *Medya ve İletişim Sosyolojisi*. Yücel, H. (Çev.), İstanbul: İletişim Yayınları.
- Manovich, L. (2001). *The Language of New Media*. MIT Press: Cambridge, Mass, London.
- Marcuse, H. (1975). *Tek Boyutlu İnsan*. Timuçin, A. & Tunçdoğan, T. (Çev.). İstanbul: May Yayınları.
- Marx, K., Angels, F. (2004). *Alman İdeolojisi*. Belli, S. (Çev.). 5. Baskı. Ankara: Sol Yayınları.
- McFall, L. (2004). *Advertising a Cultural Economy*. Sage Publications, London.
- Mchale, John. 1979, *The Future of Art and Mass Culture*, Pergama, Britain

- Mike F, (2014). '*Kültürel Üretim, Tüketim ve Kültürel Alanın Gelişmesi*', s.313-342. Kültür Kuramı, Münch, R. & Smelser, N. J. (Edt.). (2014). Atay, C. (Çev.). İstanbul: Pales Yayıncılık.
- Minissale, G. (2009). "*Archduke Leopold William'ın Resim Galerisi*". 1650. Kustlerische Museum, Vienna. Framing Conscuousness in Art, Rodopi, Amsterdam.
- Morley, D. & Robins, K. (2006). *Kimlik Mekânları*. Zeybekoğlu, E. (Çev.). Ayrıntı Yayınları, 2.Basım, İstanbul.
- Morley, D. ve Robins, K. (2006). *Kimlik Mekânları*. Zeybekoğlu, E. (Çev.). Ayrıntı Yayınları, 2.Basım, İstanbul.
- Murphy, J. W. (2000). *Postmodern Sosyal Analiz ve Postmodern Eleştiri*. Arslan, H. (Çev.). İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Odith, P. (2007). "*Advertising in Modern and Postmodern Times*". Sage Publications, London.
- Odith, P. (2007). "*Poster asan adam*". 1808, William Henry Kyne, Advertising in Modern and Postmodern Times, Sage Publications. London.
- Odith, P. (2007). "*Zaman Uçar. Aynı zamanda sürücülerde*", Ford GT 2003 reklamı. Advertising in Modern and Postmodern Times, Sage Publications, London.
- Ogata, A. F. (2004). *Creative Playthings: Educational Toys and Postwar American Culture*, Winterthur Portfolio, Vol.39, No.2/3 (Summer/ Autumn 2004), pp.129-156).
- Oswell, D. (2006). *Culture and Society*. Sage Publications Ltd., London.
- Peterson, R. A. & Anand, N. (2004). *The production of culture perspective*. Annual Review of Sociology.
- Peterson, T. G. & Mathews, P. (2008). *Sanat Tarihinin Feminist Eleştirisi*. s. 13-117, Antmen, A. (Edt.). Sanat Cinsiyet. Antmen, A. & Soğancılar, E. (Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Raunig, G. (2014). *Kitlelerin Aldatılışı Olarak Yaratıcı Endüstriler*. s.169-204. Artun, A. (Der.) *Sanat Emeği*. Gen, E., Çelik, Ö. & diğerleri. (Çev.). İletişim Yayınları, İstanbul. (Shils 1981, s. 201).

- Robins, K. (1999). *İmaj*. Türkoğlu, N. (Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Salomon, N. (2008). “Sanat Tarihi Kanonu: Dışlama Günahları” s.161-185. Antmen, A. & Soğancılar E. (Çev.). Antmen, A. (Edt.). (2008). *Sanat Cinsiyet*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Sarup, M. (2010). *Post-Yapısalcılık ve Postmodernizm*. Güçlü, A. (Çev.). İstanbul: Kırk Gece Yayınları.
- Sennett, R. (2009). *Yeni Kapitalizm Kültürü*. Onocak, A. (Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Shils, E. (1981). *Tradition*. London: Faber and Faber.
- Sim, S. (2006). *Postmodern Düşüncenin Eleştirel Sözlüğü*. (Çev. Mukadder Erkan, M. & Ali Utku, A. (Çev.). Ankara: Ebabil Yayınları.
- Smelser, N. J. (2014). “Kültür: Uyum ve Uyumsuz”. s.15-45. *Kültür Kuramı*. Münch, R. & Smelser, N. J. (Edt.). Atay, C. (Çev.). İstanbul: Pales Yayıncılık.
- Smith, B. S. (2001). *The Ambiguity of Play*. Harvard University Press.
- Stallabras, J. (2010). *Sanat A.Ş. Çağdaş Sanat ve Bienaller*. Soğancılar, E. (Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Stevenson, N. (2008). *Medya Kültürleri Sosyal Teori ve Kitle İletişimi*. Orhon, G. & Aksoy, B. E. (Çev.). Ankara: Ütopya Yayınevi, Nisan.
- Storey, J. (2000). *Popüler Kültür Çalışmaları*. Karaşahin, K. (Çev.). İstanbul: Babil Yayınları.
- Swingewood, A. (1996). *Kitle Kültürü Efsanesi*. Kansu, A. (Çev.). Ankara: Bilim ve Sanat.
- Szeman, I. (2013). ‘*Kültürel Çalışmalar Birleşik Devletleri*’. s.293-321. Hall, G. & Birchall, C. (Edt.). *Yeni Kültürel Çalışmalar*. Kartal, O. (Çev.). İstanbul: Say Yayınları.
- Şan, K. & Hira, İ. (2007). *Frankfurt Okulu ve Kültür Endüstrisi Eleştirisi*. Sakarya Üniversitesi, Kızılelma Çalışmaları, İstanbul
- Timisi, N. (2003). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi*. Ankara: Dost Yayınevi.

- Valentina, J. (2013). “*Her Daim Spekülasyon-Kültürel Çalışmalar ve Post-Marksizm*”. s.87-109. Hall G. & Birchall, C. (Edt.). Yeni Kültürel Çalışmalar. Kartal, O. (Çev.). İstanbul: Say Yayınları.
- Vazquez, A. S. (1973). *Art and Society: Essays in Marxist Aesthetics*. London: Merlin Press.
- Wagner, P. (2005). *Modernliğin Sosyolojisi*. Küçük, M. (Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Webster, P. R. (1990). “*Creativity as Creative Thinking*”. Music Educators Journal, Vol.76, No.9, Special Focus: Creative Thinking in Music (May, 1990), pp. 22-28.
- Weiss, J. (2014). ‘*Temsilci Kültür ve Kültürel Temsil*’. s.153-178. Kültür Kuramı. Münch, R. & Smelser, N. J. (Edt.). Atay, C. (Çev.). İstanbul: Pales Yayıncılık.
- Weiss, J. (2014). ‘*Temsilci Kültür ve Kültürel Temsil*’. s.153-178. Kültür Kuramı. Münch, R. & Smelser, N. J. (Edt.). Atay, C. (Çev.). Pales Yayıncılık, İstanbul. (Wolff, 2000: 65-66).
- Wernick, A. (1996). *Promosyon Kültürü*. Akınhay, O. (Çev.). Ankara: Bilim ve Sanat yayınları.
- West, D. (1998). *Kıta Avrupası Felsefesine Giriş*. Cevizci, A.(Çev.). İstanbul: Paradigma Yayınları.
- William R. (1974). *Television; Technology and Cultural Form*. Glasgow: Fontana.
- William, A. H. Harald, E. L. P. Dana, W. & Bunny, M. (2008). *Kültürel Antropoloji*, Erguvan Sarioğlu, İ. D. (Çev.). 1. Baskı. İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Williams, R. (1993). *Kültür*. Aydın, S. (Çev.). Ankara: İmge Kitabevi.
- Wolbers, T. “*Three Pathways by Which Culture Can Influence Creativity*”. Cultures of Creativity, pp:83-86. www.legofoundation.com adresinden 09.02.2014 tarihinde indirilmiştir.
- Wolff, J. (2000). *Sanatın Toplumsal Üretimi*. Demir, A. (Çev.). İstanbul: Özne Yayınları.

- Wolff, J. (2000). *Sanatın Toplumsal Üretimi*. Demir, A. (Çev.). İstanbul: Özne Yayınları.
- Yanık, C. (2013). *Dünyada Ve Türkiye'de Çokkültürlülük*. Ankara: Sentez Yayıncılık.
- Zicderweld, A. C. (2013). *Kültür Sosyolojisi*. Canatan, K. (Çev.). İstanbul: Açılım Kitap.
- Zizek, S. (2013). *Çokkültürcülük ya da çokuluslu kapitalizmin kültürel manığı*, s.53-89. ARTUN, A. (Der. & Sun.). *Çağdaş Sanat ve Kültüralizm*. Birkan, T. Örgü, N. & Gen, E. (Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.



ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı – Soyadı: Sedat ÖZER

Doğum Yeri ve Tarihi: MALATYA / 05.09.1982

e-mail: sozerart@gmail.com

Adres: Göktürk Merkez Mah. Hacı Rıza Sok. Eksen Premium Sitesi B Blok 17/4

Eyüpsultan/İSTANBUL

Telefon: 0(542) 624 6304

EĞİTİM DURUMU

2014 - 2019 İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Grafik Tasarımı
Doktora/Sanatta Yeterlilik

2008 – 2010 İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Resim Ana Sanat Dalı
Yüksek Lisans (Tezli)

2000 – 2005 Cumhuriyet Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Resim

1996 – 2000 Malatya Fatih Lisesi

1992 - 1996 Malatya Atatürk İlköğretim Okulu

BİLİMSEL-SANATSAL ÇALIŞMALARI

Sedat ÖZER, 2000-2019 yılları arasında ulusal ve uluslararası sempozyumlarda bildiriler sunmuş; dört (4) kişisel sergi açmış, birçok karma sergiye katılım göstermiş, sergi küratörlükleri yapmış; ulusal ve yerel kuruluşlarda idarecilikler, danışmanlıklar ve kurul üyelikleri yapmış; ulusal ve uluslararası organizasyon ve projelerde yöneticilik, yürütücülük ve üretimler gerçekleştirmiş ve çeşitli sanat eğitimi faaliyetlerinde bulunmuştur.