



AKI KAN TOPLUMDA K ML K N ASI: GEÇ KEN, EKLEKT K, BEN ODAKLI K ML KLER

Identity Construction in Liquid Society: Transitive, Eclectic, Self-Centered Identities

Süleyman LHAN*

ÖZET

Bugün kimli in, içinde olu tu u toplumsal dünya hızlı de i imin/dönü ümün etkisiyle istikrarlı özelli ini yitirip akı kanla maktadır. Günümüz toplumu kapsamlı ve derinlikli bir çözülü sürecini deneyimlemekte, yerle ik kurumsal yapılar çökmektedir. Böylece kararlı dayanaklarını yitiren kimlik, istikrarlı referans ba lamını kaybetmektedir. Artık kimli in bütünlüklü, kararlı bir kendilik olma hususiyetinden söz etmek hayli zor. Kimlik kapitalist tüketimin mantı na göre üstlenilip, terk edilebilmekte, kimlikler arasında kolay geçi ler/seçimler do alla maktadır. Özellikle ileti im teknolojileri/medya üzerinden postmodern geçici fenomenlerin, popüler kültür ürünlerinin topluma pompalanması kimli in istikrarsızla tırılmasında kilit önemdedir. Sürekli de i en ya am tarzlarının ve kimliklerin topluma dayatılması, toplumun akı kanla ması, postmodern ben-odaklı karakter, narsisist benlik gibi ki ilik tiplerinin olu umuyla paralellik göstermekte ve artan patolojilere kaynaklık etmektedir.

Anahatar Kelimeler: Kimlik, akı kan toplum, popüler kültür, postmodern ben-odaklı karakter, narsisist ki ilik.

ABSTRACT

Today, our social world, in which our identity is formed, is becoming liquid by losing its stable characteristics, influenced by rapid change/transformation. Today's societies are experiencing a comprehensive and deep disintegration process, and settled institutional structures are collapsing. Thus, identity are already losing stabilized reference context due to losing stable basis. Now it is so difficult to talk about an attribute of an identity, as totality and entity. Identity is undertaken according to consumerism in capitalist world, easy transition/choosing between identities is becoming natural. Especially, through communication technologies/media, pumping postmodern temporary forms and popular culture outcomes to society is vitally important in making identity unstable. Insisting ever-changing life styles and identities on societies and making it liquid are parallel to forming personality types like postmodern self-centered character and narcissist ego, and also cause increasing pathologies.

Key Words: Identity, liquid society, popular culture, postmodern self-centered character, narcissist ego.

G R

Kimlik, insan varlı mın indirgenemez özelli idir. Bir kimsenin belli bir insan/ki i olarak tanımlayıcı karakteristi idir, ki inin insanlı na özel içeri ini verir, onu herhangi bir insan de il, belli bir ki i yapar. Bir ki inin özel anlamı, tanımı veya farklı ıdır. Öznel olarak, bir ki inin, kendi varlı mın en anlamlı ve önemli yönü olarak gördü ü eydir. Ki inin inançlarında, de erlerinde, seçimlerinde, bakı açısında, fikirlerinde, arzularında, hırslarında, tepkilerinde hatta duygularında; kısaca ya amını sürdürme tarzında ifadesini bulur ve yansıtılır. (Bourse, 2009: 113; Tok, 2003: 122). Kimlik, aktörler için anlam kayna ı olmasının ötesinde, anlamın bizzat kendisini örgütleyici fonksiyona sahip oldu undan (Castells, 2006: 13), birey için varolu saldır. Dolayısıyla insan hayatının kimliksiz olarak idamesi neredeyse imkânsızdır.

Kimlik, bir toplumsal ili kiler sistemi içinde olu ur, toplumsal ve kültürel ortamla sıkı sıkıya ili kilidir (Bkz. Morley ve Robins, 1997: 74; Bourse, 2009: 127). Do al olarak içinde hayatiyet buldu u sosyo-kültürel evrene/ba lama yansır ve onun damgasını ta ır. Bu nedenle kimlik temalı

* Yrd. Doç. Dr., Firat Üniversitesi, nsani ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, ELAZI silhan@firat.edu.tr

bir çalı ma, kimli e damgasını vuran ba lamın özelliklerine de odaklanmayı gerektirir. Zira bu ba lamın sözelimi, istikrarlı a, kararlılı a, de i mezli e ayarlı olması kimlik ve aidiyet duygusunun da kalıcılı na/kararlılı na i aret eder. De i ken/akı kan olması ise kimli in geçicili ine uçuculu na, yüzer-gezerli ine gönderide bulunur. Bir ba ka açıdan bakıldı nda, dura anlık geleneksel ve belli ölçüde modern ba lama, de i kenlik/akı kanlık ise geç modern ya da post-modern ba lama kar ılık gelir.

Bugün toplumsal gerçekli in geçmi le kıyaslanamaz bir hızda de i mesi, onu sürekli bir “olu ” modunda tutmaktadır. Paralel olarak “kimlik” de sürekli de i imin yasasına tabidir. Bu bakımdan kimlik sabit ve bitmi bir kendilik de il, tamamlanmamı bir “olu ” sürecidir. Dola yısıyla kimlik(ler) ancak devamlı bir yeniden müzakere sürecinde var olmaktadır(ler). Kimli in olu umu/yeniden olu umu hayat boyu sürmekte ve asla tamamlanmamaktadır. Hayatın hiçbir noktasında kimlik “nihai” de ildir, daima dünyaya gelme, do ma halindedir. De i im halindeki toplumsal gerçeklikle uyumlu olarak açık uçlu, istikrarsız, da ınık ve olumsaldır, daima u ya da bu biçim altında eklemleme sürecinde olup, sürekli müzakereye tabidir (Bkz. Bauman, 2010: 16-21; Best ve Kellner, 2011: 237).

Bu nedenle günümüz akı kan toplumsal gerçekli i ile uyumlu olarak kesinlikten, istikrardan, öngörülebilirlikten mahrum, parçalanıp da ılan, sonra yeniden kurulan, çe itlenen kimli in belli bir kuramsal perspektif içinde ele alınması mümkün görünmemektedir. Zira sosyal kimlik teorisi de dahil, tüm kuramsal modeller, toplumsal hayatın ve kimli in de i kenli ini/çe itlili ini özüne uygun biçimde resmetmede yetersiz kalmakta; sosyal olguların karma ıklı ı, teorik çerçevelerden ta maktadır (Bilgin, 2007: 300). Böylece sürekli ve hızlı de i kenlik ko ulla rında kimli e dair yeni ve yetkin bir kuramla tırma giri imi de bo una bir çaba görünümünü vermektedir.

Bununla birlikte, “kimlik”e ili kin çe itlilik gösteren bir kuramsal yakla ımlar dizisi de mevcuttur. Bunlardan (Outhwaite, 2008: 419-420) “kimlik arayışı” veya “kimli in parçalanması” temalarına odaklanan yakla ımlardan kötümser olarak nitelenenlerin giderek öne çıktıkları gözlem lenmektedir. Söz konusu yakla ımlar bugün için genel bir yabancıla ma kültürüne vurguda bulunmakta; benlik ve kültür arasındaki sınırların kalktı mı ve narsisist ki iliklerin ço aldı mı ileri sürmekte, artan parçalanmaya, evsizli e ve anlamsızlı a i aret etmekte ve insanların kendi içlerine gömülüp bencille meleriyle kamusal hayatta insan eylemlili ini düzenleyici/ba layıcı otoritenin yitimine dikkati çekmektedirler. Ancak iyimser olanlar da dahil, kimli e ili kin yakla ımlar, büyük oranda çözülen günümüz toplumunda benli in derin bir de i imden geçti i, geçmi e kıyasla çok daha bireyci ve ba ma buyruk hale geldi i ve insanın net bir kimlikten mahrum kaldı ı noktasında hemfikirlerdir.

Kimlik, sosyolojik gündemin, önemi giderek artan bir temasıdır. Kimli i sosyolojik açıdan bu denli merkezi kılan, günümüz toplumunun çözümlenmesindeki kavramsal operasyonelli idir. Toplumsal analize konu olan yerle ik meseleler bugün kimlik eksenli söyleme uyarlı olarak ele alınmaktadır. Kimlik ça da hayatın çe itli tartı malı yönlerini aydınlatmada, kavramada ve incelemede fonksiyonel önemdedir (Bendle, 2002:1; Bauman, 2005: 173-174).

Kimlik’e kuramsal düzlemde odaklanan bu çalı mada, “kimlik” kolektif ve kültürel düzeyde de il, bireysel bazda ele alınmakta, bireyin, kendisini çevreleyen yerle ik yapılardan izolasyonuna, toplumdan kopu na, istikrarlı bir kimlikten mahrum kalmasına dikkat çekilmekte, postmodern ben-odaklı ve narsisist kimliklerin/ki iliklerin yükseli ine vurguda bulunmaktadır.

GELENEKSEL VE MODERN TOPLUMLARDA K ML K N ASI

Kimlik, içinde olu tu u zaman periyodunun toplumsal içerimleriyle yakından ili kilidir. Tecrübe edilmekte olunan toplumsal dünyaya dair yapısal özellikler, ya am anlayı ları/tarzları, kültürel olgular kimli in olu umunda ve biçimleni inde do rudan etki sahibidir. O nedenle kimlik zamanın ruhuyla derin paralellikler gösterir. Kimli in kararlılık ya da akı kanlık özelliklerinden hangisini ta ıdı ı, beslenmekte oldu u sosyo-kültürel ba lamla yakından ili kilidir.

Bu noktadan hareketle, denilebilir ki, kimlik modern öncesi dönemlerde bütünlüklü ve tutarlı bir görünüme sahiptir. Zira kimli in, içinde olu tu u sosyo-kültürel/ekonomik ba lam görece dura andır. nsanlar gruba/kolektiviteye genellikle ömür boyu ba lı kalırlar, orada sosyalle irler, gruplarıyla bütünlü ir, üyesi oldukları grup içinde anlam üretirlerdi, kimlikleri burada olu ur, burada ekillenir ve genellikle ömür boyu sürerdi. Böylece kimlik, görece sabit niteliklere kar ılık gelir, kararlı hususiyetler gösterir, tanımlanabilir ve tanımlayabilir bir kendilik olarak görünürlük kazanırdı.

Geleneksel toplumda kimlik akrabalık ve din sistemlerince dı sal olarak belirlenmi grup ve cemaat üyeli i üzerinden büyük ölçüde önceden verilidir. Geleneksel kültürlerde az çok do umla kararla tırlmakta olan kimlik, gelenek, inanç ve ritüel gibi görece istikrarlı yapılarla entegre idi (Dunn, 1998: 52-53). Daha açık ifadeyle, kimli in, üzerine kurulu oldu u kaideyi ırk, din, dil, cinsiyet, meslek/i , aile, kolektivite gibi stabil yapılar olu turuyordu. Bireyin bütün bunları tecrübe edi i tüm benli iyle oldu undan, benlik de bütünlüklüydü ve kimli in kararlı ve bütünlüklü kalmasını sa lıyordu.

Antropolojik halk bilimi de geleneksel toplumlarda insanın kimli ini oturma , de i mez, duran nitelikli olarak kabul etmektedir. Kimlik, dü ünçe ve davranı alanını katı bir biçimde sınırlarken, insanın dünyadaki konumuna yön veren ve dinsel yaptırımlar getiren önceden tanımlanmış toplumsal roller ve geleneksel mitler sisteminin bir i levidir. Buna göre, geleneksel toplumlarda insan, bir klanın, sabit bir akrabalık sisteminin ve ya am çizgisi önceden belirlenmiş bir kabilenin veya grubun üyesi olarak do ar ve ölürdü. nsan, bir avcı ve kabilenin bir üyesiydi ve hepsi bundan ibaretti (Kellner, 2001: 195).

Kimli in kararlı hususiyetleri modern zamanlarda da büyük ölçüde korunmaktadır. Modern kimli in konumu da insanın mesle i, kamusal/ailevi alandaki i levi etrafında olu ur. Modern kimlik ki inin kim oldu unu (meslek, aile, politik özde le meler vb.) gösteren temel tercihleri içerir. (Kellner, 2001: 207). Modernitede kimlik oldukça devingen, çok katlı, ki isel, öz dü ünümsel, de i im ve yeniliklere açıklık göstermekle birlikte, toplumsal ve öteki-ba lantılı olup, modernitenin kimlik kümesinden olu maktadır. Buna göre insan; bir anne, bir o ul, bir Teksaslı, bir skoç, bir profesör, bir sosyalist, bir Katolik, bir lezbiyendir veya daha çok bir toplumsal roller ve olanakların bir birle imidir. Böylelikle, yeni kimliklerin, olası kimliklerin sınırları sürekli genişlemekle birlikte, kimlikler hala görece sınırlandırılmış , sınırlanmış ve sabittir. Modernitede toplumsal olarak tanımlanmış , mevcut roller, normlar, görenekler ve beklentiler arasında bir etkile im yapısı hala vardır. (Kellner, 2001: 195-196)

Ancak modern toplumda kimlik olu umunda bireyin ki iselli inin giderek merkezilik kazandı ı da vurgulanmalıdır. Modernli in ilerlemesiyle birlikte ba ta grup ba larının zayıflaması olmak üzere, bireyler kolektif inanç ve ba lılıklarla giderek mesafeli hale gelmişlerdir. Yerle ik inanç yapılarından ba ımsız bir ekilde kendi görü ve ilgileriyle paralel olarak toplumu kurma, de i tirme veya ona kar ı çıkma do rultusunda bir e ilim ortaya çıkmış tır (Dunn, 1998: 53).

Bu e ilim, büyük ölçüde, modern kapitalist toplumda de i en üretim biçimleri ve i bölümünden beslenmektedir. Ekonomik geli me ve kentsel ya am, toplumsal rollerin ve sorumlulukların ço alıp çe itlenmesine ve beraberinde yeni kimlik problemlerinin olu umuna yol açmış tır. Farklı sosyal rollere kendini adapte etmek zorunda kalan modern birey, toplumsal rolleri ve sorumlulukları arasında bölünmüş , bu durum bireyin iç gerilimler ve çatı malar ya amasına neden olmu tur. Dolayısıyla modern ya amın toplumsal ko ulları kimlik in ası/edinimi konusunda birey üzerinde güçlü baskılar tesis etmiş tir. Modern toplumda önemli kararlar giderek bireyin kendisine bırakılmış , kimlik in asını bireyin bizzat kendisi üstlenmek zorunda kalmış tır (Karaduman, 2010: 2890).

K ML N SORUNSALLA MASI: POSTMODERN TE VE K ML K KARMA ASI

Postmodern/geç modern zamanlarda kimli in içinde olu tu u toplumsal ba lam/evren önceki dönemlerden radikal bir farklıla mayı temsil etmektedir. Geç modern zamanlarda özellikle “hız”ın,

sürekli de i imin/dönü ümün belirleyici fenomen haline gelmesi, önceki dönemi tanımlayan kurumsalla m lı nın, istikrarlı lı nın, göçünü sonuçlamı tır. Bugün bireyi ku atan toplumsal evren de i imin hızına ba lı ve paralel olarak sürekli de i mekte/dönü mektedir. Süratle kurulup süratle gözden kaybolan, anlık kurulup bozulan ve yeniden kurulan gerçeklik artık sürekli “olu ”un hükmüne tabidir.

Gerçekli in sürekli bir “olu ”ta konumlanması onu kavramayı ve ifade etmeyi neredeyse imkânsızla tırmaktadır. Öyle ki günümüz dünyasına dair bir fikir edinme ümidi bile artık çok daha ula ılamaz görünüyor. Bu ortamda, anla ılması zor hakikatleri yakalamak için kullandı mız bildik “kavramsal a lar” ve bulgularımızı açıklarken sıkça kullandı mız sözcükler bütünü i levseli ini yitiriyor. Fikrimizi ifade etme ve ba kalarına aktarma maksadındaki pek çok kavram ve sözcük artık amaçları için elveri siz hale gelmi tir. Bu nedenle deneyimimizin mantı nı algılamamıza ve imdiye dek gizli kalmı , anla ılamamı ya da yanlı yorumlanmaya açık ve anlamını kavramamıza imkân verecek ekilde deneyimimizle uyum sa layacak ve deneyimimizi düzenleyecek yeni bir çerçeveye olan acil ihtiyaç (Bauman, 2010: 7-8) her geçen gün daha da hissedilmektedir.

Nitekim toplum ve bununla ili kili sosyal yapı, ülke, ulus, sosyal bünye, sosyal sistem gibi kavramların günümüz dünyasını anlamada yetersiz kaldı na vurguda bulunmaktadır. Bugün tüm dünyayı kat eden ili kilerin ve ulusal sınırları a an etkile imlerin belirleyicili inin giderek arttı na, toplumsal kurumların çökü te oldu una; dünyayı kat eden kültürel koridorlar ve göç akımlarının, ulus ötesi topluluklar yarattı na, ki iler arası katı ba ların yerini akı kan ba ların aldı na dikkat çekilmekte, “akı kanlık” metaforunun günümüz dünyasını anlamada daha i levsel oldu una (Bilgin, 2007: 20) vurguda bulunmaktadır.

Akı kanlıklar ça nda do umdan evlili e, i e, çocuk sahibi olmaya ve ölümümüze kadar hayatımızı tanımlayıp belirleyen sosyal katmanlar ve beklentiler içine do muyoruz (Niedzwiecki, 2011: 53). Dolayısıyla insanların sa lam/somut bir toplumsal sınıf ya da kategori içinde nasıl bir yer bulacakları, bulduklarında ise bu yeri nasıl koruyacakları ve dı arı atılmaktan nasıl kaçınacakları gibi bir endi eleri de yoktur. Bugün internet üzerinden üyeli in hiçbir risk ta ımadı ı geçici / sanal topluluklara katılım dramatik bir yükseli trendindedir. İnsanlar deneyimlerini ve beklentilerini “ili kiye girme” ya da “ili ki ya ama” gibi sözcüklerden çok, “ba lantıda olma”, “hatta kalma” gibi sözcüklerle ifade ediyorlar. Partner yerine “a lar”dan söz ediyorlar. “ li ki”, “yakınlık”, “partnerlik” ve kar ılıklı ba lanmayı belirgin kılarken, “a ”, e zamanlı olarak hem a a girme hem de a dan çıkma özelli ini temsil eder; a giri i de çıkı ı da aynı anda mümkün kılar. Bir a ın içinde, ba kurma da ba ı koparma da aynı me ruiyette, aynı statüde, aynı önemde tercihlerdir (Bauman, 2005: 182; 2012: 12-13).

Bu durumda kurumsalla mı kısıtlamalarıyla bireyi kontrole ayarlı reel normatif dünya, bireyi bütün kısıtlılıklardan azade kılan sanal uzamın özgürlükçü do asına yenik dü mektedir. Giri in ve çıkı ın hızlı, kolay ve risksiz oldu u, sadakatle ba lılık gerektirmeyen söz konusu sanal a ların/toplulukların bireye geçici de olsa rahatlamalar sunması ve aidiyetler hissettirmesi bireyin gerçeklikle ba mı zayıflatmakta, onu gerçeklikten giderek koparmaktadır. Neredeyse hiçbir gerçek gruba/kolektiviteye bütün benli iyle katıl(a)mamakta ve aidiyet hissetmemektedir.

Stabil kolektivitenin çökü ü insanlar arası sosyal ba ların kurumsal temellerini tahrip etmektedir. Böylelikle insanlar arası ba lar eski kurumsal himayelerini de kaybediyorlar. Bu himayeler giderek bireysel seçim ve kendini ifade etme özgürlü ünün önüne çıkan rahatsızlık verici ve çekilmez kısıtlamalar olarak görülüyor (Bauman, 2010: 20). Artık ulus, aile, cemaat gibi kararlı yapılar birey için normatif bir eylemlilik standardı sunmaktan uzaktır. Bu türden yapılar bireysel anlatının, içinde olu tu u ana çerçeve olma niteli ini de yitirmekte, böylece “geçmi ”, bireyin zaman tahayyülünün asli bir boyutu olmaktan çıkmaktadır. Esas olan geçmi le irtibatı koparıp yeni durum(lar)a adaptasyondur. Bu da sürekli bir “ imdi”yi merkezi kılmaktadır. “ imdi, hemen, burada” zaman tahayyülünün özü haline gelmektedir. li kiler araçsallık temelinde, “duruma göre”, “anlık” kurulup da ılmakta, uzun vadeli ili kiler/ba lılıklar, seçme özgürlü ünü kısıtlayan güçlü bariyerlere dönü mektedir.

Geçmi i, demode tüketim tarzlarıyla, iskartaya çıkartılmı modalar ve tutumlarla bir tutarak onu de ersizle tirmi olan insanlar, bugün ça da ko ullara ili kin ciddi tartı malarda geçmi ten yararlanan ve geçmi i imdiyi yargılamak için bir standart olarak kullanmaya kalkı an herkese kızıyorlar (Lasch, 2006: 16). Ça da toplum kendi geçmi ini bilme yetene ini yitirmi , derinli i, tanımı ve güvenilir bir kimli i olmayan “sürekli bir imdi” içinde ya amaya ba lamı tır (Connor, 2001: 68). Öyle ki, “ imdi, hemen, burada”ya ayarlı yepyeni bir tarz insan ili kilerinin standardı haline gelmi tir. Tecrübe etti i kısa vadeli ili kilere/ba lılıklara ise, birey tüm benli iyle de il, kısmi ve “gerekti i ölçüde” katılmaktadır. Böylece benlik bütünlüklü ve tutarlı hususiyetini kaybetmektedir.

Bilindi i üzere, meta üretimi alanında temel etki anında çözüm (“fast food”, yemek ve ba ka ihtiyaçların anında giderilmesi) ve atılabilirlik (ka ıt bardaklar, tabaklar, plastik çatal-ka ık, ambalaj, peçete, giyim e yası vb.) niteliklerinin de erinin ve meziyetlerinin vurgulanması olmu - tur. “Kullan at” anlayı ı sadece üretilmi malları atmak anlamına gelmemekte; aynı zamanda de erlerin, hayat tarzlarının, istikrarlı ili kilerin, eylere, binalara, yerlere, insanlara, eyleme ve olma konusunda ö renilmi tarzlara ba lılı ın da atılabilmesi anlamını ta ır. Bu tür mekanizmalar, bireyleri atılabilirlikle, yenilikle, eylemin hızla i e yaramaz hale geli i ihtimaliyle ba a çıkmaya zorluyordu. Bu da hem kamusal hem de özel de er sistemlerinin yapısında bir geçicilik do urmaktadır (Harvey, 2006: 319). Köklü ve uzun ömürlü arkadaşlıklar, a klar, ili kiler ve evlilikler giderek imkânsızla makta, tüm ya amlarını tek e le geçirenlerin, ilk girdikleri i ten emekli olanların sayısı hızla azalmakta, her eye ra men istikrar’ı yüceltip modern normları uygulamayı sürdürenler yeteneksizlik, cesaretsizlik gibi olumsuz sıfatlarla de erlendirilmektedir (Lasch, 2006: 63; Yaraman, 2003: 68).

Her eyin geçicili e adeta yazgılandı ı böyle bir vasatta, sosyo-kültürel evrenin kararlı hususiyetinden söz edilemeyece i açıktır. Dolayısıyla bireyin, ya amını belirleyen, ona yön veren kararlı bir kimlik ba lamını (Bkz. Tok, 2003: 123) referans alması mümkün de ildir. Esasen kararlı bir kimlik ba lamından beslenmek uçuculuklar ikliminde birey için avantajlı da de ildir. stikrarsızlı ın, geçicili in norma dönü tü ü, her eyin akıp gitti i böyle bir dünyada sabit bir konuma angaje olmak, kararlı bir de erler sisteminden beslenen dura an bir ya am tarzının tercihi açıkça ölümcüldür. O halde geçicili in do asına ayarlı bir stratejiyle hep hareket halinde olunmalıdır. Bu nedenle birey için belli ilkeler do rultusunda kendini özgürce kurmak yerine, kapitalist sistemin isterlerince duruma/ba lama uyarlı olmak dı ında neredeyse seçenek kalmamak- tır. Mobilizasyon, yeni durum(lar)a hızla adaptasyon artık ça ın yükselen de eridir.

Dolayısıyla bir kimli e ba lı kalmanın ve onu sürdürmenin nesnel ko ulları giderek ortadan kalkmaktadır. Kimli i korumayı ve sürdürmeyi te vik eden, hatta bu amaçla baskı uygulayan kontrol mekanizmaları, kurumsal dayanaklar çökmektedir. Kimli i besleyen, ona süreklilik / daya- nıklılık kazandıran anlamlar dünyasının parçalanması, birey için hiçbir kimli in tümünden içselle tirilememesini sonuçlamaktadır. Biraz sonra nasıl bir kimli in seçilece ini/in a edilece ini, bunun ne kadar sürdürülece ini artlar belirleyecektir. Böylece birey kararlı bir kimlik yerine, sürekli de i en, “konjonktürel” kimlik(ler) edinmektedir. De i ken moda ve ya am tarzlarının, popüler ürünlerin medya üzerinden topluma empoze edilmesi bu süreci besleyip peki tirmektedir.

POPÜLER KÜLTÜR, MEDYA VE YAP-BOZ K ML KLER

Genelde medya, özelde televizyon, kimli in ba lamsızla masında/merkezsizle mesinde hayati role sahiptir. Günümüz ileti im teknolojisi sayesinde bütün toplum katmanlarınca rahat ula ılabilen ve sürekli/kesintisiz yayın imkânına kavu an televizyon, en geni izlerkitleye sahiptir ve bütün bir topluma derinden nüfuz edebilmektedir. Tv., esasen stilize edilmi biçim ve içeri e sahip, kapitalist aksiyomati in do asına “uygun” bir üslupla sunulan popüler ürünler aracılı ıyla toplumun manipülasyonuna hizmet etmektedir. Tv. dizileri üzerinden servis edilen postmodern kültürel fenomenler izleyicilerin istikrarlı ve bütünlüklü anlam dünyasını parçalayarak, kolaylıkla kimlik de i tirmelerinin, bir kimlikten di erine zap yapar gibi rahatça geçi yapmalarının önünü açmakta,

bunu giderek do alla tırmaktadır. Tv. dizilerinde/yayınlarında kimlikler arası kolay geçi lerin ideal örnekleri fazlasıyla mevcuttur.

Miami Vice Tv. dizisiyle ilgili çözümlemesinde, Kellner (2001: 207), dizi kahramanlarının sıkça ve kolayca kimlik de i tirmelerinin, yeni ve çeli kili kimliklere bürünmelerinden hareketle, çifte-kodlanmış kimlikler; kimli in yapaylı mını, verili bir ey olmadı mını, in a edildi ini, temel ahlaki ya da psikolojik niteliklerden çok, bir seçim, tarz ve davranı meselesi oldu unu vurgulamakta, kimli in insanın oynadı ı bir oyun oldu unu, bir kimlikten ötekine kolayca geçebilece ine i aret etmektedir.

Bu düzlemde kimlik rol yapma ve imaj olu turmak suretiyle, sahnede oyun karakterlerini oynar gibi teatral biçimde kurulur. Görünü ler, imajlar ve tüketime dayanan, bo zaman faaliyetleri çevresinde olu ur ve özellikle de i ime açıklık gösterir. De i en moda rüzgârlarına kapılmak, kimlikleri de i tirmek son derece do aldır, kimlik özgürce seçilir, kullanılıp atılır (Kellner, 2001: 207-208).

Duruma, ortama göre kimlik de i tirmenin ola an, hatta zorunlu oldu u bu de i ken iklime, esasen “gösteri”nin yasaı hakimdir. Burada gösteri kendini tartı ılmaz ve eri ilmez devasa bir olumluluk olarak sunar. ”Görünen ey iyidir, iyi olan ey görünür” (Debord, 1996: 16). Gerçek olanın, sahici olanın bir anlamda buharla tı ı bir vasattır bu aynı zamanda. Burada insanlar giderek “gerçek”ten kopmakta, gerçe in yerini kurgu almaktadır. Baudrillard’ın (2008: 168) ifadesiyle, gerçek, modelin bir kopyası haline gelmektedir. Bu tam da simülasyonun belirledi i bir dünyadır. Simülasyon kavramı günümüz postmodern dünyasının gerçek bir toplum de il, “-mı gibi yapılan” bir ey, semboller ve imajların gerçek ve somutun yerini aldı ı sanal bir gerçeklik’i ifade eder. Biz, mal ve hizmetlerden ziyade, semboller ve imajlar alıp satıyoruz (Slattery, 2007: 470).

Simülasyon ve hipergerçeklik, insanı her türlü ilke ve amaçtan caydırabilir (Baudrillard, 2008: 168). Tutunumsuz zeminde gerçeklik mutlak, nesnel, evrensel de il, ki iden ki iye, durumdan duruma de i en görelî bir özellikte ve kurgudan müte ekkildir. Gerçekli i nasıl anlayaca mını ve gerçeklikle nasıl bir ili ki kuraca mını bizzat insanın/bireyin kendisi belirler. Gerçekli in olu turulması ve gerçeklikle kurulan ili ki aktif/özerk bir ekillenime içkindir (Funk, 2007: 236; Kumar, 1999: 149). Dolayısıyla bu simgeler ve imajlar evreninde insanlar ya am tarzlarını, kimliklerini seçebilme, in a edebilme, de i tirebilme imkânına sahiptir.

majlar, modalar ve ya am tarzları medya endüstrilerince imal edilir (Dunn, 1998: 66). Postmodern geçici fenomenlerin medya üzerinden topluma empoze edildi i bu düzlemde, medya özendirici olmanın, demokratik tercih imkânı sunmanın ötesinde örtük, ama güçlü bir manipülatif baskı uygular. Medya, kazandı ı hegemonik kapasiteyle güçlü bir dönü türücü olarak rol oynar. Artık birey imajlar, markalar, modalar, kısaca yeni ya am tarzlarının de i ken ikliminin normlarına göre sosyalle olmakta, böylece postmodern kimlik anlayı ı giderek norma dönü mekte ve kurumsalla maktadır.

Dolayısıyla daha önceleri toplumsal gerçekleri yansıttı ı dü ünülen medya artık toplumsal gerçe i yaratma ve bireyin, yaratılmı bu toplumsal gerçe in neresinde durdu unu de erlendirme gücüne ula mı tır (Yaraman, 2003: 69). Bir ba ka ifadeyle, medya bir eyleri iletmeğe ziyade in a etmekte, yeni bir toplumsal epistemolojiyi ve yeni bir tepki biçimini gerektiren yeni bir ortam kurmaktadır. Medya, simgelerin berisinde duran bir nesnel gerçeklik duygusunu tümüyle silmi olan, görüntülerin ve simgelerin her tarafı kapladı ı yeni bir “elektronik gerçeklik” yaratmı tır (Kumar, 1999: 150). Postmodern dönemin sinema ba arılarından biri olarak kabul gören Matrix’in problemi i gibi ya ‘hiper gerçekler’ söz konusudur ya da sahteler. Medya, hızlı bir biçimde çe itlenen kitle ileti im araçlarının yaydı ı simülakralardan yansıyan hayat tarzı modelleriyle de tüketimi körüklemektedir (Yaraman, 2003: 69). Tüketim, yeni çe it bir ahlâktır. Yeni normlar, kurallar ve ritüeller meydana getirir (Ongur, 2011: 77) ve bunlara uyma yönünde baskı uygular.

Gerçekten de yeni tüketim evreninde varolabilmek onun kurallarına uyumlulu u gerektirir. Kendini gerçekle tirmek, statü/itibar kazanmak imajlar dünyasının normlarına göre hareket etmeğe

mümkündür. Sadece küçük bir azınlık de il neredeyse bütün insanlar bunun bilincindedir ve yeni tüketim dünyasının normları temelinde kendini kurmanın/gerçekle tirmenin baskısı altındadır. Nitekim günümüzde performansın ilgi sa lama aracı olarak kullanımı, sanatçı ve aktörlerin alanından günlük ya ama kaydı. Birço umuz “mit” olarak kendimizi “gerçekle tirmek” için, baskı altındayız. Banliyölerden gettolara, ana akıma kadar her yerde, her zaman “üstünlük masalını anlatmalı ve biçimlendirmeliyiz” fikri, yaygınla maya ba ladı. Dahası, kimlik yaratımı neredeyse bir zorunluluk olmaya ba ladı. Bu rolü oynayamayanlar ba ka bir ça a ait, eski moda olarak görülüyor. Bızdık pop yıldızları, i dünyasının kötü çocukları ve piercing takarak radikalmi gibi yapanlar tarafından hipnotize edilen toplum; ev hanımı, ba arılı i adamı gibi eski toplumsal statülerin/benzetmelerin bir parçası olmak isteyenleri ya yok sayıyor ya da alay ediyor (Niedzwiecki, 2011: 34).

Toplumsal statüler artık “marka”lar aracılı ıyla edinilmektedir. Özellikle modernli in kültürel olarak ezdi i sınıflar statü edinmede markalardan en çok medet uman kesimi olu turmaktadır. Modernli in hegemonik burjuva kültürüyle ‘ö renilen’ ‘incelik’ için vakit bulamayan, aslında buna ihtiyacı da olmayan sıradan insanlar ‘marka’ kalıbı sayesinde imajı kurtarmakta, a a ılık kompleksini yenmekte, yeni toplumsal konumlara adapte olabilmekte ve kimlik seçmekte/in a etmektedir. Bu düzlemde artık postmodernli in do asına uygun eklektik moda akımları egemendir (Bkz. Yaraman, 2003: 78-79). Öyle ki, modern de erlerin kurgusuyla ele alındı nda yadırganan, a a ılanan, dı lanan birçok birey ve ki ilik özelliklerinin postmodern durumla birlikte norma dönü meye ba ladı ı görülmektedir. Zira söz konusu sıfatlar toplumsal gerekliliklere göre yeni bir anlamlandırma sürecine tabi tutulmaktadır. Böylece eski de erlerin yerini yeni de erler, eski normların yerini yeni normlar alacaktır (Yaraman, 2003: 108).

Bu amaçla moda ve yeni reklam kampanyaları yeni ürünleri, yeni imajları, yeni de erleri dola ıma sokabilmek için evvelce üretilmi kimlikleri ve ça rı ımları adım adım gözden dü ürme ye çalı maktadır. Böylece reklamlar, moda, tüketim, televizyon ve popüler kültür hiç durmaksızın kimli i istikrarsızla tırmak ve daha kararsız, akı kan, de i ken ve de i en kimliklerin üretimine katkıda bulunmaktadır. Burada metala tırma süreçleri de i ba ındadır. Çoklu reklam kampanyalarının ve sesleni lerin pazar çe itlili i, parçalanmayı yeniden üretir ve derinle tirir, yeni ürünlerin ve özde le melerin istikrara kavu turdu u kimli i istikrarsızla tırmaya çalı ır (Kellner, 2001: 223).

Bu do rultuda reklamcılık üzerinden sürekli doyumsuz, kaygılı, huzursuz ve sıkılmı bir tüketici kitle imal edilmektedir. Reklamcılık ürünlerin reklamını yapmaktan çok, bir ya am biçimi olarak tüketimi özendirme i levi görmektedir. Kitleleri yalnızca mallara de il, yeni deneyimlere ve ki isel doyuma da dayanılmaz bir açlık duymasını sa layacak biçimde “e itir” (Lasch, 2006: 125). Açlı ın tatmini için de çoklu seçenekler sunar. Piyasa toplumunun sundu u kimlik seçenekleri mevcut kimliklerin hızla tüketilip yenilerinin seçimini ya da in asımı mümkün kılar.

Kimlik seçiminin türlü imkânları ise piyasa toplumunca fazlasıyla sunulur. Nitekim vitrinlerde, ki inin kimli ini seçebilece i bir dolu “kimlik” sergileniyor. Bireyin ihtiyaçlarını artık daha fazla dikkate alan “ısmarlama” ya da “ki iye özel” düzenlenebilen “kimlik in a” araçları da satılıyor. Kimli ini kendisi in a etmek isteyen ki i, piyasadan aldı ı “kimlik lego”larını birle tirerek bu i i yapabilir. Böylece modern, özgür ve kaygısız bir kadın; dü ünceli, mazbut ve di erkam bir ev kadını; sevimli ve geçimli bir meslekte ; fizi i iyi, eve pek u ramayan maço bir erkek; romantik, dü sel bir yaratık ya da bunların bir kısmı veya tümünün karı ımı (Bauman, 2003: 263-264).

HAB TUSTAN KOPU VE BEN ODAKLI K ML KLER

Sosyo-ekonomik/politik yapı ihtiyaç ve ko ullarına uygun ki ilik özelliklerini besler (Yaraman, 2003: 19). Yeni toplumsal biçimler yeni ki ilik biçimlerini, yeni toplumsalla ma tarzlarını, deneyimi örgütlemenin yeni yollarını gerektirir (Lasch, 2006: 92). Her toplum kendi kültürünü ki ilik biçimi içerisinde bireyde yeniden üretir. Bu ba lamda, karakter kurucu aygıtlar

üzerinden egemen toplumsal kurallara uyarlılık do rultusunda insan do ası de i tirilir (Lasch, 2006: 69).

Yeni tüketim biçimlerinin tanımladı ı günümüz toplumunda Aydınlanmanın akılcılık, kesinlik/tutarlılık anlayı ına, modernli in üniform kitle kültürüne kar ıt, esnek, öngörülemez, geçici, eklektik ve çe itli hayat tarzları deneyimlenmektedir. Bu hayat tarzlarına ba lı norm ve de erler ise günümüz ki ilik özellikleriyle sıkı sıkıya ili kilidir (Yaraman, 2003: 72; Sennett, 2002: 114). Küreselle menin do urdu u farklı uyaranların yeni bir ülkeye, bölgeye, kente hızla de i en tüketim nesnelere uyarlı tepki vermeyi gerektirmesi söz konusu ki ilik özelliklerini tutarsızlı a içkin kılmaktadır. Uyarının çe itlili ine ba lı olarak ve neredeyse sürekli de i iklik ve gerekirse çeli ki ve tutarsızlık erdem niteli i kazanmakta (Bkz.Yaraman, 2003: 75-76), ki ilik parçalanmakta, benlik bütünlük yitimine u ramaktadır.

Ki iye, tutarlı ve bütünlüklü hususiyetini veren yerle ik toplumsal yapıların, günümüz postmodern kültürüne yenik dü mesi, ba ka deyi le, toplumun çözümlü ü bugüne dek görülmemi bir ki ilik tipinin olu umuna kaynaklık etmektedir. Bu yeni ki ilik tipini, Funk (2007: 7,12), postmodern ben-odaklı ki ilik olarak kavramsalla tırmaktadır. Postmodern ben-odaklı ki ilikle kastedilen; postmodern ya am ko ulları ve ya am dünyalarının etkisi altındaki insanların dü ünme, hissetme ve eyleme biçimlerini gittikçe daha çok belirleyen yeni bir karakter yönelimidir. Hiçbir ki ilik tipi ça a uygun bir ya am modeli olarak imdiye kadar bu denli yaygınla mamı ve kamusal kabul görmemi tir.

Bu “ki ilik”in temel inancı, Funk’a (2007: 55-56) göre, güçlü bir “ben” üzerine kurulu olup, “kim oldu unu sana ba kalarının söylemesine izin verme. Seni sen yapan sen olacaksın” ifadesinde cisimle ir. Spontane ve özgür bir ben vurgusu ve kurgusunun radikal ben-odaklılı ı, hakiki ve kendine özgü olanın postmodern bir biçimde ya anmasını sa lar. Her ey iste e ba lıdır. Herkesle ve her eyle adeta oyun oynar gibi ili ki kurulabilir ve kurulmalıdır. Olmayacak hiçbir ey yoktur ve bu nedenle her ey uyar. Ve uyan her ey “okey”dir. Hiçbir ey yoktur ki, akıp gitmesin. Her ey akıcıdır. Hiç kimsenin, neyin iyi ya da kötü, do ru ya da yanlı , sa lıklı ya da hasta, hakiki ya da yapay, gerçek ya da yanılsama oldu unu söyleme hakkı yoktur. Önemli olan tek ey, benim ben oldu um gerçe ini ben-odaklı biçimde üretmesidir.

Ben odaklı karakter kendisini ku atacak güvenli ve istikrarlı bir kurumsal kozadan mahrumdur. çinde yer aldı ı habitusun sürekli da ılıp yeniden kurulması onu sabit bir toplumsal konumdan ve sosyal ba lardan/ili kilerden izole kılar. Toplumsal konumunu/ili kilerini geçicilik üzerinden kurar, hep geçicilik modundadır. O yüzden de toplumsal konumuna dair sürekli ku ku içindedir. Belli bir ulusun, dinin, sınıfın tam ve gerçek bir üyesi olmayı ı, onu kurumsalla mı toplumsal baskılardan ve kısıtlayıcı ba lardan azade kılar, özgürle tirir. Böylece konjonktüre ayarlı bir serbestlikle hareket eder.

Kendini hiçbir kural ve ölçüyle sınırlamaksızın, kendi ya amını kendisi belirlemeye çalı ır. Kendi de erlerini kendisi belirler. Ancak onu de er odaklı davranı a iten dürtü farklıdır: De erleri ben-odaklı belirleyerek, kendisi dı ındaki her türlü ba layıcılıktan azade kılar kendisini. Ben-odaklılık ancak genel ba layıcı de erler ve idealler olmadı ı sürece hakiki olabilir. Ben-odaklılıktan türeyen de erlerin ba layıcılı ı, tam da içinde ben vurgusu ta ıdı ından, her an de i tirilebilir (Funk, 2007: 72,55). Özellikle kendine odaklılı ı nedeniyle genel gerçekli e dair yanlı bir algıya sahiptir. Bu yüzden de kendisinin gerçekli e uygunlu undan çok, gerçekli in kendisi için neler ihtiva etti ine bakar (Sennett, 2002: 287). Bu nedenle sözgelimi, çalı ma/i hayatında bir mesle e ba layıp sürekli o mesle i icra etmek yerine, kendisi için en uygun i i bulmaya ve daha çok kendi kimli ini ifade etmeye uygun bir meslek icra etmeye odaklıdır (Twenge, 2009: 139).

Ben-odaklılık zihniyetini, Twenge (2009: 133-136), “Ben Nesli” olarak kavramsalla tırmakta ve bu zihniyeti; “kendinizi iyi hissetmek için ne gerekiyorsa yapın, çünkü dünyadaki en önemli ey budur!” sloganıyla ifade etmektedir. Tam da bu nedenle örne in, estetik ameliyat olmak ki inin özgüvenini arttıracak ve kendinden memnun olmasını sa layacaksa, yaptırmakta hiçbir problem

yoktur. O yüzden de her yıl daha çok insan burun küçültme, gö se silikon taktırma, yüz gerdirme ve Botox enjeksiyonu gibi operasyonlar yaptırıyor. Ayrıca bedenın geleneklerle uzla maz biçimde süslenmesi ve bu kapsamda, sözgelimi, dövme yaptırmak hızla yaygınla ıyor. Yine, piercing gide-rek yaygınla ıyor, “Ben Nesli” tarafından dudaklar, diller, göbük delikleri ve ka lar; metal halkalar ve çivilerle donatılıyor.

Ben-odaklı karakter her eyi mübah görmekte birlikte, tabu saydı ı de erler de vardır. Bunla-rın ba ında geleneksel sosyal ayrımların, kategorile tirmelerin ve ayrıcalıkların ifadesi olan de erler gelir. Böylece örne in, ükran borcuna fazla de er vermez, çünkü ükran borcu ona göre hiyerar ik düzendeki ba ımlılı ın, re it olamay ın ifadesidir. Müte ekkir olmanın tamamen cool bir durum oldu una inanması, ükran borcunun tam tersi olan dü ünçesizlik ve çıkar aray ı gibi de erleri de savunması durumunda mümkündür. Çeli en de erlerin böylesi birlikteli i ben-odaklılı ın a maz göstergesidir (Funk, 2007: 72).

Postmodern karakter ku kucudur, kiniktir, kendi kendini sorgular, bütün de erleri “söker”, insan için kutsal olabilecek her eyle dalga geçer, eski ustaların yapıtlarını boyar ve tarihi, “alıntılar deposu” olarak kullanır, kendinden ba ka hiçbir eye inanmaz (Funk, 2007: 90-91). Postmodern durumun aldırmsızlık/kayıtsızlık ortamında tüm zevkler, tüm davran ı lar hiçbir di lanmadan birlikte barınabilir ki ide (Yaraman, 2003: 90). Bu karakterde “yamalı bohça maneviyat” tipik durumdur. Farklı dinsel ve din benzeri ö eler birle tirilmekte ve yeni bir ey olarak algılanmak-tadır, böylece verili gerçeklik a kınla tılmaktadır: öte dünya, büyü, gerçek d ı ı, mistik, gizemli, parapsikolojik ve ezoterik tecrübeler bunların arasındadır. Bu tür dünyalarla ili ki kurmak, hatta mümkünse onların içine dalmak istenmektedir. Burada da ya antı ve olay niteli i belirleyici bir rol oynar (Funk, 2007: 86).

Kaleydeskopik bir yeniden karılan de erler, hareket eden yollar ve eriyen çerçeveler dünyasın-da, manevra özgürlü ü en üst de erdir (Bauman, 2005: 183). Dolayısıyla Postmodern karakter her türlü sınırsızlı ı çekici bulur, riske, sınır de erlere, müdahaleye, al ılmamı ve imkânsız eylere dü kündür. Hep “yolda” olmaktan ho lanır. Onun yurdu hareketliliktedir; yolda olmasının amacı hiçbir yere do ru yolda olmaktır (Funk, 2007: 91).

Dolayısıyla Postmodern karakterin ben ya antısı daha önceki hiçbir kimlik ya antısından hareketle tanımlanmaz, bu ya antının önceden verili bir bilgiye göndermesi de yoktur, daha biraz önce ne ve kim oldu unu bilmemeyi tercih eder. Yani bu karakterin içi bo tur, kimlik ya antısını belirleyebilecek bir kendilik imgesi ta ımaz içinde. Bununla ilgili bir ipucu aramak bo unadır. Çünkü geçmi ten gelen ve kalıcı, karakteristik, özgün veya sahici olan hiçbir ey yoktur (Funk, 2007: 97). Kimlik ya antısının kavramsalla tırılması kapsamında; “yamalı bohça kimlik,” “çok yüzlü benlik”, “parçalanmı durum”, “ço ul kimlikler” ve “çok yönlü parça-benler” gibi niteleme-ler bu karakterin “yüzer gezer kimlik ya antısı”nın somut ve tanımlanabilir bir öznenen yoksun oldu unu göstermektedir (Funk, 2007: 63).

Öteki her ey gibi öz-imge de, anlık alınan ve her biri kendi anlamını ta ıyan foto rafların olu turdu u bir koleksiyondur. Ki i, tıpkı tavanı, yerleri, odaları ve koridorları yava ça i leyerek bir ev yapmak gibi sabırla ve tedricen kendi kimli ini örmek yerine bir dizi “yeni ba langıçlar”la, anında kurulan fakat kolayca da yıkılan ekileri üst üste çiziyor; par ömen bir kimlik yaratıyor. Kimlikler ardarda giyilen maskeler gibi olmalı, giysi de i tirir gibi benimsenebilmeli ve çıkarılıp atılabilmelidir (Bauman, 2000: 39; 2005: 183).

Bu düzlemde artık de i mez bir kimlik ve aidiyet duygusu yoktur. Kimlikten kimli e geçi , “melez kimlikler”in üstlenilmesi, “yamalı bohça kimlik”lerle varolma deneyimi, esasen bir kimliksizlik haline sebebiyet vermektedir. Dolayısıyla postmodern ben-odaklı karakterin bir “kimliksizlik kimli i”ni tecrübe etmekte oldu u söylenebilir.

K ML NYEN HALLER : NARS S ST K ML KLER

Ara tırmalar, insanların egolarını kontrol altında tutan kurumsal mekanizmaların güç yitimine u ramasıyla, narsisizmin yeni nesillerde eskiye oranla çok daha yaygın oldu unu ortaya koyuyor (Twenge, 2009: 98). Dahası, günümüz toplumunda narsisist olmayanlar da maddi zenginlik, ki isel görünüm, ünlülere tapınma ve ilgi çekme dü künlü üne verilen önemle ayartılıyorlar (Twenge ve Campbell, 2010: 22). Artık uluslar, eskiden hükümdarların, dini liderlerin ve ender bulunan dâhilerin sahip oldu u saygınlı ın bireylere uygulanmasını te vik eden ortamları sa layabilme kabiliyetlerine göre de erlendiriliyor (Niedzwiecki, 2011: 18). Dolayısıyla “Ben”i öne çıkarmanın da ötesinde, kurumsalla tıran bir dünyayı tecrübe ediyoruz. Yerle ik toplumsal düzenin din, aile, e itim gibi temel ö elerinin by-pass edilerek bireyin, bütün bu yapılardan yalıtılıp özerk bir kendilik olarak konumlandırılması onu geni bir tercih imkânına ve mecburiyetine kavu turmaktadır; bireyler, hem kaderleri hakkında özgürce karar verebilirler hem de buna mecburlar. Yani özerklik imkanına sahip olmanın yanı sıra, özerk olma mecburiyetleri de vardır. nsanları birbirinden farklıla tıran eylemler ve ‘ben’ olarak kimlikleri yüceltilmektedir. Artık ça da de erler sisteminde, ‘ben’in kimli i’, ‘biz’in kimli i’nden üstün tutulmakta (Bilgin,2007: 55), “biz”, geçmiş e dair, tümüyle demode bir kategori olarak de ersizle tirilmektedir.

Ancak “ben”in yükseli iyle bireyin ‘kendi kendini icat etme’, mirasını, aidiyetlerini, kimli ini ve moralini seçme özgürlü üne kavu ması a ır bir bedele kar ılıklı gelir. Zira mümkünler alanı geni ledikçe, riskler de ço alır. Sözgelimi, sosyal gruplar içinde/arasında geleneksellik üzerinden çözüme kavu turulan sorunlarla/çatı malarla bugün bireyin ba etmek zorunda kalması, günümüzün “kendi olma yorgunlu u” olarak kavramsalla tırılan tipik depresyon biçimine sebebiyet vermektedir (Bilgin,2007: 54).

Depresyon sosyal kural ve normlardan ba ımsızla arak kendi kimli ini kendi seçme/özerklik anlayı ının do al sonucudur. Geleneksel e itim kapsamında, e iticiler tarafından e itilme, terbiye olma, kendini denetleme ve disipline sokma gerekleri yerine, kendi sorumlulu unu bizzat kendi üstlenerek kendini yaratma anlayı ına geçilmesi, bireyi bir e retili e, kırılmalı a, kolayca yaralanabilirli e açık kılmaktadır. Bireyin kendini disiplinle ayarlaması, ona sorumluluk yüklemeyen, özerklikle tanımlanması, onu kendinden ve eylemlerinden sorumlu kılmaktadır. Bu durumda bireylerde hata, kusur sayılan eylemler, bir sosyal kuralı çi nemek de il, tek ba ına eyleme geçememe, inisiyatif alamamadır. Kurumsal ve çevresel destekten yoksun kalan bireyler, bir yetersizlik duygusu geli tirmekte ve nevroitik çatı malara dü mekte (Bilgin, 2007: 55), ça ın giderek yaygınla an patolojilerinden izofrenik ki ilik bozukluklarına maruz kalmaktadır.

Bugün bireyin/öznenin dü ü te oldu u, giderek edilgenle ti i bir periyodu deneyimlemekteyiz. Birey her ne kadar kendini parçalanmı de il, bütün olarak, tamam olarak, mütekamil bir kimlik sahibi olarak kabul edip, kendini, hayatını kuran anlatıların nesnesi de il de yazarı olarak tahayyül etse de, böyle bir tamlı ın bir kurgu oldu u, kaçınılmaz bir ba arısızlık oldu u giderek daha da netle mektedir. Zira kartezyen kesinli ini yitiren ve kendi kendisini yalnızca “oyunda” iken, hareket halindeyken, yani ba kalı a açıldı ı vakit tanıyabilen bir özneyle kar ılıklı bir ilişkiyiz. Bu özne kendi içinde temelsizdir; ve yalnızca bedeninin, hafızasının, dilinin, öteki öznelerin ve kendi bilincinin mu laklı ının tanıklı ıyla “kendisine inanabilir”. Öznenin hakikati ancak parça parça olarak görüntüler, perspektifler, pratikler ve anlatıların iç içe geçmesiyle ortaya çıkar (Chambers, 2005: 41-42, 149). Ba ka deyi le, artık bütünlüklü ve özerk bir özne yoktur. Özne parçalanıp, da ılımlı ve konumunu tayin eden koordinatlardan mahrum kalmı tır. O nedenle bütünlüklü bir im-gelemeden de mahrumdur, ba lama göre hareket etmekte ve bunu çeli ki olarak algılamamaktadır.

Öznenin/bireyin güçten dü ü üne paralel olarak geleneksel kurumlar da dü ü e geçmekte, özel ya am örgütlü hegemonik yapıların kontrolüne girmektedir. Hatta Lasch’ın (2006: 63,32) ifadesiyle, özel ya amın örgütlü tahakküm güçleri tarafından istila edilmesi o denli yaygınla tı ki, ki isel ya amın varlı ı neredeyse sona erdi. Bugün aile kurumu yalnızca üretici i levlerini de il, yeniden üretici i levlerinin de ço unu kaybetti indendir ki, artık erkekler ile kadınlar diplomalı uzmanların yardımı olmaksızın kendi çocuklarını yeti tirmeyi bile beceremiyorlar. Eski kendi

kendine yetme geleneklerinin ölmeye başlaması, baskılarından yardım almaksızın gündelik ya amla baskıyı a çıkma yeterliliğini her alanda azalttı, dolayısıyla da bireyi devlete, kurumlara ve diğer bürokrasilere baskınlı kıldı.

Bu baskınlılığın ruhsal boyutunu ise Lasch'a (2006: 32) göre, narsisizm temsil etmektedir. Narsisist ki zaman zaman kendini tümgüçlülük (her şeyeye gücünün yeteceği) yanılsamalarına kaptırırsa da, özsaygısını kazanmak için baskılarından baskınlıdır. Kendine hayran bir izlerkitle olmadan yaşamaz. Görünümlerini aile baskılarından ve kurumsal kısıtlamalardan azade olması, onu kendi ayakları üzerinde durma ya da bireylikinden gurur duyma konusunda düzleşmeye çıkarmaz.

Narsisizm modern yaşamın gerilimleri ve kaygılarıyla baskıyı çıkmanın en iyi yolunu temsil ediyor gibi görüldüğünden, günümüzün hakim toplumsal koşulları herkeste de en derecelerde varolan narsisistik özellikleri ortaya çıkarmaya elverişlidir. Baskıya deyin, günümüz kapitalist toplumu, yalnızca narsisistlere ün kazandırmakla kalmıyor, herkesin barındırdığı narsisistik özellikleri de ortaya çıkartıp pekiştiriyor. Bunu da narsisizmi cazip biçimlerde ve ön planda göstererek, aileyi dönüştürmek suretiyle ki ilinin temel yapısını biçimlendirerek ve daha da önemlisi bir sürü bürokratik baskınlılık çeşidi yaratarak yapıyor (Lasch, 2006: 92, 357).

Kapitalizm, aslında bireyleri ahlaki sorumluluktan kurtaran ve onlara sosyal çevrenin bir kurbanı gibi davranan yeni bir siyasi ideoloji, refah liberalizmini geliştirdi. Sapkına bir hasta gözüyle bakan ve cezanın yerine tıbbi rehabilitasyonu koyan yeni toplumsal denetim yolları geliştirdi. Kapitalizm kendi içine kapanmayı "özgünlük" ve "farkındalık" olarak haklılaştırarak, Amerikan tarzı sömürücü bireyciliği bireycilikten çok, tekbencilikten yana olan bir sağaltıcı jargona dönüştüren yeni bir kültürün, yani günümüzün narsisistik kültürünün doğmasına yol açtı (Lasch, 2006: 339).

Narsisistik kültür, bireyin giderek referans almaya başladığı bir kimlik baskınlı haline gelmektedir. Bu durum, narsisizmin toplumsal ilikilere de yansımalarına sebebiyet vermektedir. Sözelimi, narsisist benlik kendi çıkarı için baskılarından kullanmakta, yapısı gereği ötekiyle derin bir iliki kuramamaktadır. Hazcılığın doğrudan etkisiyle, baskılarından duyularını onun için önemli deildir; kayıtsız ve duyarsızdır ama çıkarını tatmin edemediği ilikiler yırtıcı ve çatı malıdır. Diğer bir deyin, bu narsisistik özellik bireyin yalnızca bedeniyle farklı iliki kurmasını doğurmaz; aynı zamanda baskılarıyla ilikiler açısından da yeni bir tarz geliştirmektedir: Aldırmazlık/kayıtsızlık (Yaraman, 2003: 90). Aldırmazlık, örneğin, 'kaba' konumuna düşmeden muhatabını kırma imkânı sunar bireye; aslında 'kırılan' birey de 'kırana' aldırmamaktadır. Böylece tüm ilikiler, postmodern durumun bir baskınlı özelliği olarak yüzeyselleşir (Yaraman, 2003: 91).

Öte yandan, çeşitliliğin artması ve özendirildiği günümüz toplumunda birey, sürü mantığını sözde reddedip farkını ortaya koymak için de narsisist elimler gerçekleştirmekte; kapitalizmin önceki dönemlerinde herkesle aynı olmak için tüketirken, artık farklı olmak için tüketmektedir. Ancak bu kez de, farklı olmak adına vücuduna yatırım yaparak tüketime hizmet eden bireyin aynı estetik ameliyatlardan geçip, aynı 'sallıklı' yiyecekleri tüketip, aynı jimnastik salonlarına gidip, aynı vitaminleri alıp ve aynı markaları giyip diğerleriyle aynılaşması söz konusudur (Yaraman, 2003: 80). Örneğin, tüm kızların kendini B.Bardot sanabilmesi için onları birbirinden ayırt edici hususiyetin, kitle iletişim araçları tarafından sanayisel olarak üretilmiş, imlenebilir göstergelerden saçlar, ağız ya da giysinin herhangi bir özelliği olması gerekir, yani zorunlu olarak hepsi için aynı şey geçerlidir. Her biri kendi özgün iliki ini/kimliğini bu modellerin baskısıyla uygulanmasında bulur (Baudrillard, 2008: 114).

Dolayısıyla Yaraman'ın (2003: 80) ifade ettiği gibi, modernliğin tektiplik konusundaki baskısı yıkılmıştır ama artık tam tersi bir amaca hizmet ettiği düşünülen bireyin kendi üstüne kapanması süreci, bu kez de tüketim yoluyla, gönüllü sürülere ortam vermektedir.

SONUÇ

Kimlik toplumsal bir evrende oluşup şekillendiğinden, sosyo-kültürel yapılarla doğrudan ilintilidir. Bu nedenle kimliğin, içinde yer aldığı kurumsal evren kimliğin ana referans balamını oluşturur. Bu evrende yaşıyanların değerleri/dönüşümleri kimliğe de yansır. Günümüz toplumu hızlı ve kapsamlı bir çözümlü sürecini deneyimlemektedir. Sosyal gerçeklik hızla yıkılıp, yeniden kurulmakta, genel toplumsal evren dramatik biçimde akı kanla maktadır. Birey artık ulus, aile, cemaat gibi istikrarlı kategorilerin sadık bir üyesi değildir. Böylesi yapıların bala layıcılığından azade kalması, kısa vadeli iliklere dayalı yaşam tarz(lar)ına yönelmesine sebebiyet vermektedir. Balta internet olmak üzere ileri kitle iletişim teknolojilerinin etkisiyle sahici sosyal bala ların / ilikilerin kurumsal temelleri çökmekte, kimlik istikrarlı dayanaklarını kaybetmektedir.

Toplumsal gerçekliğin süratli/anlık değişmesiyle, “imdi” bireyin zaman tahayyülünün merkezine yerleşmekte, bireyi “an”ı yaşamaya zorlamaktadır. Böylece geçicilik/uçuculuk üzerinden kurulan zihniyet ve yaşam tarz(lar)ı çalınan damgasını vurmaktadır. Kapitalist tüketimin “kullan at” mantığı toplumsal ilikilerin, bala lılıkların, değerlerin, yaşam tarzlarının, arkadaşlıkların, hatta evliliklerin kısa vadeli/geçici bir hal almasına, hızla tüketilip atılmasına yol açmaktadır. Bu durumda belli bir kimliğe angaje olmak çalınan tüketim koşullarında tercih özgürlüğüne veda anlamına gelmektedir ki, birey için ölümcüldür. Zamanın ruhu hızlı kimlik değişimini, bir kimlikten diğeriye süratle geçmeyi, çeşitli kimliklerin harmanlanmasıyla postmodern anlayışı uygun kimlik(ler) edinmeyi, kısaca yaşam tarzları ve kimlikler kapsamında mobil olmayı avantajlı kılmaktadır.

Günümüzde kimlik imajlar üzerinden kurulmaktadır. Balta televizyon olmak üzere, medya imaj üretimi üzerinden kimlik seçiminin/in asının türlü imkânlarını sunmaktadır. Özellikle Tv. dizileri/reklamlar üzerinden topluma pompalanan postmodern kültürel formlar insanların bütünlüklü anlam dünyasını parçalayarak, kolaylıkla kimlik değişimini tirmelerinin, bir kimlikten diğeriye rahatça geçi yapmalarının önünü açmaktadır.

Bu bala lamda kimlik, tüketimin mantığına endekslenmektedir. Hızla değişen moda trendlerine göre reklamlar üzerinden mevcut kimlikler süratle güçten düşürülüp de ersizle tirilmekte, yerine yenileri ikame edilmekte ve bu döngü süreklile tirilmektedir. İnsanlara, sunulan türlü kimlik seçenekleriyle esasen kimliklerini seçme, çeşitli kimlikleri birleştirmek suretiyle in a etme imkânı sunulmaktadır. Böylelikle kimlik artık sıkça vurgulandığı gibi postmodern anlayışı uygun bir “yamalı bohça” halini almaktadır.

Bu süreç yeni kimlik tiplerinin de ortaya çıkmasına sebebiyet vermektedir. Söz konusu kimlik tiplerinden biri “postmodern ben-odaklı karakter”dir. Kendini hiçbir kural ve ölçüyle sınırlamayan, istikrarlı hiçbir kimliğin referans almayan postmodern ben-odaklı kimlik’in çalınan çok uygun oldu u, mevcut sosyo-kültürel bala lamı adeta kimliğininde cisimleştirdiği söylenebilir. Öyle ki bu kimlik tipinin özelliklerinden hareketle toplumsal bala lama dair çıkarımlarda bulunmak bile mümkündür.

Bütünlüklü ve tutarlı kimlik yapılarını besleyen, insanlar için anlam kaynağı olan yerleşik toplumsal yapıların çöküşü oldu u günümüz toplumu “bizi”i yok sayıp, “ben”i kurumsallaştırmaktadır. “Ben” odaklılığın yükselen değere dönüşmesi ise, beraberinde büyük riskler/patolojiler getiriyor. Nevrotik ve izoit benliklerin yükselişi, artarak yaygınlaşan depresif vakalar söz konusu kurumsallaşmanın kimi sonuçları olarak öne çıkmaktadır.

Bu dönemde bireyin/öznenin güç yitimine uğraması, bürokrasiler de dahil, kurumsallaştırma yapılarına bala lımlıla tırılmasıyla, özel yaşam örgütlü hegemonik güçlere yenik düşmekte, tümgüçlülük yanılması içinde olan narsisistik kimlik(ler)/kimlik(ler) giderek artmaktadır. Kapitalizmin hakimiyet sahasının geni lemesiyle toplumun narsisistik potansiyelinin açığa çıkmasında belirgin bir yükseliş yaşamaktadır.

KAYNAKLAR

- BAUDRILLARD, Jean (2008), *Simülakrlar ve Simülasyon*, (Çev: O uz Adanır), Ankara: Do u Batı Yay.
- BAUDRILLARD, Jean (2008), *Tüketim Toplumu*, (Çev: H. Deliceçaylı, F. Keskin), stanbul: Ayrıntı Yay.
- BAUMAN, Zygmunt (2000), *Postmodernlik ve Ho nutsuzlukları*, (Çev: smail Türkmen), stanbul: Ayrıntı Yay.
- BAUMAN, Zygmunt (2001), *Parçalanmı Hayat*, (Çev: smail Türkmen), stanbul: Ayrıntı Yay.
- BAUMAN, Zygmunt (2003), *Modernlik ve Müphemlik*, (Çev: smail Türkmen), stanbul: Ayrıntı Yay.
- BAUMAN, Zygmunt (2005), *Bireyselle mi Toplum*, (Çev: Yavuz Alogan), stanbul: Ayrıntı Yay.
- BAUMAN, Zygmunt (2010), *Eti in Tüketiciler Dünyasında Bir ansı Var mı?*, (Çev; F.Çoban, . Katırcı), Ankara: de ki Yay.
- BAUMAN, Zygmunt (2011), *Postmodern Etik*, (Çev: Alev Türker), stanbul: Ayrıntı Yay.
- BAUMAN, Zygmunt (2012) *Akı kan A k* (Çev: I ık Ergüden), stanbul: Versus Yay.
- BENDLE, Mervyn F. (2002), "The Crisis of 'Identity' in High Modernity", *British of Journal Sociology*, Vol. No: 53, pp.1-18
- BEST, Steven, KELLNER, Douglas (2011), *Postmodern Teori* (Çev: Mehmet Küçük), stanbul: Ayrıntı Yay.
- B LG N, Nuri (2007), *Kimlik n ası*, zmir: A ina Kitaplar
- BOURSE, Michel (2009), *Melezli e Övgü*, (Çev: I ık Ergüden), stanbul: Ayrıntı Yay.
- CASTELLS, Manuel (2006), *Kimli in Gücü*, stanbul: stanbul Bilgi Üniversitesi Yay.
- CHAMBERS, Iain (2005), *Göç, Kültür, Kimlik*, (Çev: . Türkmen, M. Be ikçi), stanbul: Ayrıntı Yay.
- CONNOR, Steven (2001), *Postmodernist Kültür*, (Çev: Do an ahiner), stanbul: Yapı kredi Yay.
- DEBORD, Guy (1996), *Gösteri Toplumu*, (Çev: A. Ekmekçi, O. Ta kent), stanbul: Ayrıntı Yay.
- DUNN, G. Robert (1998), *Identity Crises: A Social Critique of Postmodernity*, Minneapolis: University of Minnesota Press.
- FUNK, Rainer (2007), *Ben ve Biz: Postmodern nsanın Psikanalizi*, (Çev: Ç.Tanyeri), stanbul: Yapı Kredi Yay.
- HARVEY, David (2006), *Postmodernli in Durumu*, (Çev: Sungur Savran), stanbul: Metis Yay.
- KARADUMAN, Sibel (2010), "Modernizmden Postmodernizme Kimli in Yapısal Dönü üümü", *Journal of Ya ar University*, C: 17, S:5, ss.2886-2899.
- KELLNER, Douglas (2001), "Popüler Kültür ve Postmodern Kimliklerin n arı", (Çev: Gülcan Seçkin), *Do u Batt*, S:15, ss.195-226.
- KUMAR, Krishan (1999), *Sanayi Sonrası Toplumdan Post-Modern Topluma Ça da Dünyanın Yeni Kuramları*, (Çev: Mehmet Küçük), Ankara: Dost Yay.
- LASCH, Christopher (2006), *Narsisizm Kültürü*, (Çev: S. Öztürk, Ü.H. Yolsal), Ankara: Bilim ve Sanat Yay.
- LASH, Scott, Urry, John (1987), *The End of Organized Capitalism*, Cambridge: Polity Press.
- MORLEY, David, Robins, Kevin (1997), *Kimlik Mekânları* (Çev: Emrehan Zeybeko lu), stanbul: Ayrıntı Yay.
- NIEDZVIECKI, Hal (2011), *Ben Özelim!*, (Çev: Sibel Erduman), stanbul: Ayrıntı Yay.

ONGUR, Hakan Övünç (2011), *Tüketim Toplumu, Nevrotik Kültür ve Dövü Kulübü*, stanbul: Ayrıntı Yay.

OUTHWAITE, William (2008), *Modern Toplumsal Dü ünçe Sözlü ü*, (Çev: Melih Pekdemir), stanbul: leti im Yay.

SENNETT, Richard (2002), *Kamusal nsanın Çökü ü*, (Çev: S.Durak, A.Yılmaz), stanbul: Ayrıntı Yay.

SENNETT, Richard (2002), *Karakter A nması*, (Çev: Barı Yıldırım), stanbul: Ayrıntı Yay.

SLATTERY, Martin (2007), *Sosyolojide Temel Fikirler*, (Çev: Ü.Tatlıcan, G.Demiriz), stanbul: Sentez Yay.

TOK, Nafiz (2003), *Kültür, Kimlik ve Siyaset*, stanbul: Ayrıntı Yay.

TWENGE, Jean M., (2009), *Ben Nesli*, (Esra Öztürk), stanbul: Kaknüs Yay.

TWENGE, Jean M., CAMPBELL, W. Keith (2010), *Asrın Vebası: Narsisizm İleti*, (Çev: Özlem Korkmaz), stanbul: Kaknüs Yay.

YARAMAN, Ay egül (2003), *Toplumsal De i me ve Ki ilik Özellikleri*, stanbul: Ba lam Yay.