

## POPÜLER KÜLTÜRÜN EKONOMİ, TEKNOLOJİ, MEDYA, MODA ve BEDEN ALANLARININ KISA BİR ELEŞTİRİSİ

Mertcan MUTLU\*

Atf: Mutlu, Mertcan. "Popüler Kültürün Ekonomi, Teknoloji, Medya, Moda ve Beden Alanlarının Kısa Bir Eleştirisi", *Sosyologca*, Sayı 22 (2021), s. 151-166.

**ÖZ:** Kültür, insanın nasıl yaşayacağını belirleyen temel unsurdur. Günümüzde ise dünya çapına yayılmakta olan bir popüler kültür söz konusudur. Popüler kültür neredeyse tüm devletleri ve toplumları etkilemektedir fakat kendi içerisinde sorunları da bulunmaktadır. Popüler kültürün, herhangi bir toplumun kültürel mirasından ortaya çıkmaması ise bu kültürü temelsiz ve anlamsız kılmaktadır. Popüler kültürün tarihsel geçmişten yoksun olması toplumlar için sorun teşkil etmektedir. Her toplum kendi tarihsel mirasını barındırmaktadır. Toplumlar kendi kimliklerini tarihten almaktadır. Fakat popüler kültür, toplumlara tarihsiz bir kültür anlayışını sunmaktadır. Tarihsel zenginlikten ve derinlikten yoksun olan popüler kültür, toplumsal hayatımızı etkilemektedir. Yalnızca geçici ürünler ortaya koyarak toplumların hafızalarını ortadan kaldırmaktadır. Her yeni güne yeni bir popüler ürün sunarak toplumların onu hızlıca tüketmesini istemektedir. Kültürün tüketilebilir hale gelmesi ise toplumsal açıdan önemli bir problemdir. Popüler kültürün hayatımızın her alanına temas etmesi bakımından genişliği çalışmayı zorlaştırmaktadır. Çözüm olarak ise popüler kültürü belirli alt başlıklarda incelemek gerekmektedir. Bu çalışmamızda da popüler kültürün, ekonomi, teknoloji, medya, moda ve beden alanlarından kısa eleştiriler sunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Popüler kültür, medya, ekonomi, teknoloji, moda-beden

### A Brief Critique of the Economy, Technology, Media, Fashion and Body Fields of Popular Culture

**ABSTRACT:** Culture is the basic element that determines how people live. Today, there is a popular culture that is spreading around the world. Popular culture affects almost all states and societies, but it also has its own problems. The fact that popular culture does not emerge from the cultural heritage of any society makes this culture baseless and meaningless. The lack of a historical past in popular culture poses a problem for societies. Every society has its own historical heritage. Societies derive their identities from history. But popular culture offers societies an understanding of culture without history. Popular culture, which lacks historical richness and depth, affects our social life. It removes the memories of societies by producing only temporary products. By presenting a new popular product every day, it wants societies to consume it quickly. Making culture consumable is an important social problem. The breadth of popular culture as it touches every aspect of our lives makes it difficult to work. As a solution, it is necessary to examine popular culture under certain sub-titles. In this study, short criticisms of popular culture, economy, technology, media, fashion and body are presented.

**Keywords:** Populer Culture, Media, Economy, Technology, Fashion-Body

Makale türü: Araştırma Makalesi

Geliş Tarihi: 16.10.2021

Kabul Tarihi: 21.12.2021

\* mertcanmutlu95@gmail.com, ORCID: 0000-0001-9736-6006.

## Giriş

Kültür, günümüz sosyal bilimcileri tarafından sıklıkla araştırılan, üzerine yazılar yazılan bir alandır. Toplumların yaşam şekillerini anlayabilmek ve gelecek nesiller ile bağlantılarını devam ettirebilmek için yararlandıkları temel kaynak kültürdür. Kişiler belirli bir kültürün içerisine doğar ve o kültürün içerisinde büyürler. Ancak küreselleşme süreci ile birlikte, birçok farklı olgu gibi, kültür olgusu da değişime uğramaktadır. Kültür, sözlük anlamıyla; toplumsal süreç içerisinde yaratılan tüm maddi ve manevi değerler ve bu değerlerin sonraki nesle aktarılmasında kullanılan tüm araçlardır. Kültür insanı dönüştürürken aynı zamanda da insan ile birlikte dönüşmektedir. Bu değişim ve dönüşüm süreci, sanayi devrimi öncesinde oldukça yavaş işlerken, sanayi devrimi sonrasında gerçekleşen kentleşmeyle birlikte hız kazanmıştır. Kentlere yaşanan bu büyük göçler sebebiyle insanlar ve toplumlararası alışveriş çok çabuk cereyan eder hale gelmiştir. Kentler ile birlikte kültürün, bir noktadan başka bir noktaya iletilmesi ve kendisini o iletiildiği noktada etkin kılması kolaylaşmıştır. Sonrasında gerçekleşen kitle iletişim ve kitle üretim araçlarının yaygınlık kazanması, kültürün iletimi ve oluşumunda büyük bir fark yaratmıştır.

Kitle iletişim ve kitle üretim araçları, insan yaşamı üzerinde büyük öneme sahiptir. Kitlelerin yönlendirilmesi, düşünce şekillerinin belirlenmesi, düşünülen politikaların uygulanması süreçleri bu araçlar sayesinde büyük bir ivme kazanmıştır. Böylelikle bu araçlar toplumların kültürünün belirlenmesi ve şekillenmesi sürecinde doğrudan rol alabilir hale gelmişlerdir. Başta telgraf ile başlayan bilgi iletiminin hızlanması süreci radyo ile etkisini büyük ölçüde arttırmıştır. Radyo, bilginin çok geniş alanlara aynı anda dağıtılmasını sağlamış ve böylelikle uzaklıklar sorun olmaktan çıkmıştır. Ancak dağıtım yalnızca bilgi alanı ile sınırlı kalmamıştır. Radyo ile birlikte merkez kültürün de en ücra noktalara kadar yayılabilmesi sağlanmıştır. Radyolardan yapılan müzik yayınları, radyo tiyatroları ve konuşanların düşünce şekli, radyo frekanslarının ulaşabildiği her noktaya iletilebilmiştir. Bu iletim ile birlikte radyo kullanan her nokta, kendi yaşam şekli üzerinde belirli bir değişime uğramıştır. Aynı durum gazeteler için de geçerlidir. Radyonun ve gazetenin insanların yaşam ve düşünce şekli üzerindeki etkileri sık sık suiistimal edilmiştir. Kitle üretim araçlarının toplumlar üzerinde oynadığı aynı tip giyinme, aynı eşyaları kullanma, aynı ürünleri satın alma şekilleri kitle iletişim araçları ile pekiştirilerek, kişilerin topluca aynı düşünceye yönelmeleri desteklenmiştir. Bu durum da Frankfurt Okulu'nun deyimiyle kültür endüstrisi<sup>1</sup> haline dönüşmüştür. Artık kişilerin kültürleri kendi geçmişlerinin mirası olmak durumundan çıkıp yeniden üretilen ve günün şartları içerisinde değişime uğrayabilen bir hale bürünmüştür. Kitle kültürü, kişilerin kendi düşünce yapılarının oluşmasına izin vermeyen ve belirli bir güce sahip kişilerin yönlendirilmesi ile yaratılan kültür şeklidir. Kitle kültüründe insanlar topluca aynı şeyi düşünür, aynı şeyi satın alır ve aynı şeyi isterler.

Kitle kültürü, tarihsel bağlarından kopmuş ve oldukça yüzeysel kalıplar içerisinde gerçekleşmiştir. Bu yapının kişiler üzerinde kurmuş olduğu tahakküm şekli, büyük eleştirilere uğramış ve zaman içerisinde kendisini yumuşatmak durumunda kalmıştır. Kitle kültürünün yumuşaması, kişileri belirli bir özgürlük alanı yaratıldığına dair yanılsama içerisine sokmuştur. Sözde yumuşama ve sözde yanılsama durumu, popüler kültür alanının önünü açmıştır. Popüler kültür kavramı, sözlük anlamıyla; kısa süre için geçerli olan ve çabuk yaratılıp çabuk tüketilen kültürel özelliklerdir. Popüler kültür, kendi anlamı içerisinde büyük bir hız kavramını barındırmaktadır. Burada görülen hız durumu, modern durumdan

<sup>1</sup> Sezgin Kızılcıkel, *Frankfurt Okulu*, Ankara: Anı Yayıncılık, 2018, s. 441.

çıkılma anlamını da beraberinde getirmektedir. Çünkü modern dönem böyle hızlı bir değişime cevap veremezdi. Popüler kültür kendi varlığını ancak anlamın ve doğrunun çoğalması ile koruyabilir. Modern dönemin tek istikametçi bakış açısı popüler kültürün dinamiğine cevaplayamazdı. Bu yüzden Zygmunt Bauman'a göre yumuşamış modernlik, Jean-François Lyotard'a göre ise yeni bir durum olan post-modern durum popüler kültürün varlığını korumasına yardımcı olmuştur.

Popüler kültür, kültürlerin popüler şekilde kullanılması anlamını taşır. Bu kullanma durumu bir *kullan-at* formu ile gerçekleşir. Kitle kültürü döneminde yaratılmaya başlanan bu suni kültür, popüler kültür döneminde çok daha hızlı hareket ederek kendisini çok daha çabuk yaratıp tüketebilmektedir. Fredric Jameson, popüler kültürün önemli bazı özelliklerinden bahseder.<sup>2</sup> Bunlardan birincisi, popüler kültürün yüzeyselliği ve derinlikten uzak oluşudur. Kültür, toplumların tarihi ile yoğrulmuş ve kendi deneyimlerine buldukları çözümler ile şekillenmiş, oldukça anlamlı yapıları barındıran pratikler içerir. Bir toplumun kültür kodları, o toplumun düşünce yapısı, tarihi, geleceğe yönelik planları ve günlük yaşam pratikleri hakkında bilgi verir. Aynı kültürü paylaşan kişiler arasında derin bir yakınlık yaratılma durumu söz konusudur. Ancak Jameson'ın belirttiği haliyle popüler kültür, bu tür yaratımlardan uzaktır. Çünkü popüler kültür, ulaşabildiği her insana hitap etmeye çalışmaktadır. Bu yüzden de kültürün içerisinde gerçekleşecek olan bir derinlik, onun ulaşacağı kitleyi kısıtlar hale gelecektir. Yani kültür, toplumların az konuşarak çok şey anlattıkları bir söz ise; popüler kültür, çok konuşarak hiçbir söz söylememektir. Bu yönüyle de anlamdan ve derinlikten uzaktır. Jameson, ikinci bir nokta olarak ise, popüler kültürün, tarihsellik yitimine uğradığını söylemektedir. Günümüz yaşam pratiklerimiz içinde geçmişten gelen ve bizim çoğu zaman farkında bile olmadığımız birçok durum söz konusudur. Kişi bunları sosyalizasyon süreci içerisinde öğrenir, kendisi üzerine yapıştır ve hayatını bu kodlar ile devam ettirir. Geleneklerimiz, ailemizden ve etrafımızdan gördüklerimiz, bizlere verilen öğütler aslında bu deneyimlerin sonucudur. Toplumlar belirli dönemlerde belirli sorunlar ile yüzleşirler ve bunlar üzerine çözümler üretirler. Üretilen çözümler, zaman içerisinde toplumların pratiklerine ve düşün tarzlarına yansır. Bu yapıları da kendilerinden sonraki nesillere aktararak kendi varlıklarını korumaya devam ettirirler. Ancak popüler kültür böyle bir imkândan uzaktır. Çünkü günümüz şartları içerisinde yaratılmıştır ve herhangi bir derinliğe sahip olmadığı için kişilerin yaşam pratiklerine uzun süre etki edemez.

Küreselleşme olgusuyla birlikte popüler kültür kavramı da kendi içerisinde boyut atlamıştır. Popüler kültürün basitliği, küreselleşme ile birlikte etki alanını genişletmiş ve birçok kültürü basitliği ile tahribata uğratmıştır. Kültür kendi içerisinde derinliğe ihtiyaç duyarken<sup>3</sup> bu derinlik ortadan kalkmış ve yüzeysel bir boyut kazanmıştır. Marshall McLuhan'ın deyişiyle küresel köy olma yolunda ciddi adımlar atılmıştır. Popüler kültürün, yerel kültürlerle olan etkisi üzerine tartışmalar söz konusudur. Örneğin Jon Nederveen Pieterse kültürde küreselleşmenin farklı boyutlarına temas etmiştir.<sup>4</sup> Kültürel farklılaşma bakış açılarından birisine göre 'popüler kültürün küreselleşmesi yalnızca yüzeysel boyutta kalır ve kültürlerin derinini çok fazla etkilemez' şeklindedir. Bu düşünce şekline göre popüler kültür bir süre için kültürün yüzeysel boyutuyla etkileşim haline gelir ancak o kültürü derinden etkileyemez. Fakat burada üzerinde yeteri kadar durulmayan bir durum

<sup>2</sup> George Ritzer ve Jeffrey Stepnisky, *Sosyoloji Kuramları*, çev., Himmet Hülür, Ankara: De Ki Yayıncılık, 2018, s. 662.

<sup>3</sup> Byung-Chul Han, *Yorgunluk Toplumu*, çev., Samet Yalçın, İstanbul: Açılım Kitap, 2019, s. 24.

<sup>4</sup> Ritzer ve Stepnisky, *Sosyoloji Kuramları*, s. 606.

söz konusudur. Popüler kültürün yüzeyselliği aynı zamanda çekici bir hale de gelir. Çünkü üzerinde fazlaca düşünülmesine gerek yoktur, eğer yanlış olduğu düşünülen bir nokta varsa telafi etmesi kolaydır ve çok geniş kitlelere hitap ettiği için, sözde kendimizle aynı kültüre sahip insanlarla bir araya gelmemiz daha olasıdır. Popüler kültür yalnızca yaşam pratiği değil aynı zamanda bir düşünüş şeklidir. Popüler kültür, kendi içerisinde popüler düşünceyi de barındırır. Popüler düşünce, tıpkı içerisinde bulunduğu popüler kültür gibi derinlikten yoksundur. Derinlikten yoksun olma durumu, onu geniş kitlelerce elde edilebilir kılar. Böylelikle denizin içerisinde yüzemeyen kitleler, kendileri gibi yüzeyde salınan birçok insanla karşılaşır. İşte popüler kültür yüzeydeki insanları bir arada tutan yapıdır.

Popüler kültürün yalnızca yüzeysel boyutta kalmadığını düşünenler de bulunmaktadır. Farklı kültürlerin birbirleri ile karşılaşmalarını sorun olarak görenler de vardır. Örneğin Huntington, kültürlerin/medeniyetlerin çatışmasından bahseder.<sup>5</sup> Huntington, Batı dünyasıyla İslam dünyası arasında bir çatışma olduğundan söz eder. Bu çatışma onun deyimleriyle 'kendini beğenmiş Batı' ile 'hoşgörüsüz İslam' arasında gerçekleşir. Bu çatışmada Batı, kendi düşünce yapısını olabildiğince tüm dünyaya yaymaya çalışır vaziyettedir. Örneğin demokrasi olmayan ülkelere demokrasi götürmek Batı medeniyetinin temel gayelerinden birisidir. Kendi yönetim şekillerine varıncaya dek kendi sistemlerini tüm dünyaya mal etmeye çalışmaktadır. Kendi değerlerinin evrenselliğini savunmaktadır. Huntington'a göre, İslam medeniyeti de yeniliğe kapalı ve hoşgörüden uzaktır. Bu durum ona göre çatışma yaratmaktan başka sonuca çıkamayacaktır. Kültürlerin farklılığı, ona göre ancak çatışmayı ortaya çıkarır.

Bir diğer bakış açısına göre ise, küresel düzeyde kültür, belirli kültürlerce yönlendirilmesine karşılık yerel kültürlerin de mümkünliğini savunur. Küresel düzeyde Batı kültürü -özellikle Amerika Birleşik Devletleri'nin kültürü- dünyayı yönlendirmektedir. Fakat bu yönlendirme, yerel kültürlerin varlıklarını devam ettirmelerine engel teşkil etmemekte hatta bazı durumlarda iç içe geçerek yeni bir yaratım ortaya çıkarmaktadır. 'Toplumun McDonaldlaştırılması' isimli kitabında Ritzer, McDonald's menülerinin ülkelere göre farklılık göstermesini örnek verir.<sup>6</sup> Örneğin küresel pizza şirketleri 'Turkish Pizza' adı altında yöresel lezzetlerden faydalanarak yeni tip pizzalar oluşturmaktadırlar. Aynı durum hamburger şirketleri için de geçerlidir. Küresel firmalar kendi yaratmış oldukları ürünleri dünyaya pazarlarken, pazarladıkları coğrafyanın kültürüne göre de kendilerini şekillendirirler. Bu bakış açısı, iki kültürün bir şekilde iç içe geçmesini temel almaktadır. Ancak unutulmaması gereken önemli bir husus vardır. Bu iç içe geçme durumunda bile yönlendirici kültür kendi üstünlüğünü belli etmektedir. Ürünün ön plana çıkmasından ziyade marka ön plana çıkmaktadır. Bu durum da bizlere aslında ürünün zaman içerisinde değişebileceğini - yani yerel kültür ile yoğrulan yeni durumun değişip ortadan kalkabileceğini- fakat markanın - yani yönlendirici kültürün- kalıcı olduğunu anlatmaktadır. Böylelikle bir alışveriş görünümü alan kültür değişimi temelinde yine de hegemonyayı barındırmaktadır.

"Kültür, çok da anlamı olmayan dünyanın anlamıdır."<sup>7</sup> Ancak günümüzde, derin anlamlar içeren kültür, yoğun bir yıpranma içerisinde. Kültür yayılcılığı üzerindeki

<sup>5</sup> A.g.e., s. 609.

<sup>6</sup> George Ritzer, *Toplumun McDonaldlaştırılması*, çev., Akın Emre Pilgir, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2016, s. 333.

<sup>7</sup> Guy Debord, *Gösteri Toplumu*, çev., Ayşen Ekmekçi ve Okşan Taşkent, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2019, s. 137.

tartışmalar da zaten yayılmanın biçimi üzerinedir.<sup>8</sup> Popüler kültür, kendisine çok geniş alan bulmakta ve insanları içerisine çekmektedir. Kişiler kendilerini daha yüzeysel bir ortamda buldukça *daha az anlam ve daha az doğru* içerisinde salınırlar. Bu salınım kendilerine rahatlık kazandırır. Artık düşünecek çok daha az şeyleri vardır. Yapmaları, düşünmeleri gereken şeyler onlara hazır halde sunulmakta, onlardan sadece taklit etmeleri beklenmektedir. Kişiler popüler kültür içerisinde ne kadar yüzeysel kalırlarsa o kadar başarılı olduklarını hissederler. Ancak içerisinde oldukları *popüler durum* onları farklı boyutlarda farklı sorunların içerisine atar. Bu sorunları birkaç ana başlık altında açıklamakta fayda vardır.

### Ekonomi

Küreselleşme, 19. Yüzyıl vahşi kapitalizminin yeniden yaratılmış halidir<sup>9</sup>. Hatta küreselleşme ve emperyalizm kavramları birbirinden ayrılabilir kavramlar değildir.<sup>10</sup> Kapitalizm, ihtiyaç duyduğu hammadde, iş gücü ve pazar arayışını küreselleşme ile birlikte bulmuştur. Küreselleşmenin yoğun olmadığı dönemlerde, ekonomiler kendi içerisinde nispeten ayakta kalabilir haldeyken küreselleşme ile birlikte içine kapanarak ayakta kalmak söz konusu olamamaktadır. Bu durum büyük işletme ya da küçük işletme fark etmeksizin herkes üzerinde ciddi etkiye sahiptir. Küreselleşme olgusu dünya genelinde düzensiz ve ölçsüz gelişmenin zeminini hazırlamıştır.<sup>11</sup> Bu eşitsizlik ve düzensizlik durumu bazı toplumların çok hızlı gelişmesine, bazılarının ise gelişmemesine hatta sömürülmesine neden olmuştur. Ancak bunlardan daha da tehlikelisi küreselleşme olgusu bu geri kalma durumunun toplumların kendi sorunu olduğuna yönelik bir algı yaratmıştır. Yani Batı toplumları hızlı bir şekilde gelişmeleri ve başarılı olmalarının nedenini çalışkanlıklarına, zekâlarına ya da Max Weber'in deyimiyle ahlaklarına bağlamışlardır.

Özellikle İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra, kapitalist toplumların sınıf yapısında, ciddi derecede bir muğlaklık gerçekleşmiştir.<sup>12</sup> Sınıf yapılarında gerçekleşen bu muğlaklık durumu, toplumlar içerisinde çizilmiş olan net çizgileri de ortadan kaldırmıştır. Ekonomik anlamda da sınırların ortadan kalkmasıyla birlikte zenginliğin etki alanı küresel ölçüde yayılmaya başlamıştır. Castells bu durumun 1970'lerdeki bunalımdan çıkmak için bir adım olduğunu belirtir.<sup>13</sup> Ekonomik anlamda kazanılmış olan bu güç, ahlaki anlamda da kendisine bir set çekilemeyince, kültürel alanda yoğun bir çürütme politikasına girilmiştir. Artık servet ya da güç elde edebilmek için diğer insanlar üzerinde baskı kurmak normal hale getirilmiştir.<sup>14</sup> Diğer bir deyişle insanlar artık her şeyi yağmalayıp yutmak arzusuyla doldurulmuştur.<sup>15</sup> Ekonomik gücün, toplum yapısı üzerinde, diğer yapı taşlarından daha baskın hale gelmesiyle ortaya büyük bir hegemonya çıkmıştır. Artık küresel düzeyde satılan ürünler yalnızca ekonomik kaygıyla dağıtılmakta ve toplumların kültür yapıları göz ardı

<sup>8</sup> Sungur Savran, *Kod Adı Küreselleşme- 21. Yüzyılda Emperyalizm*, İstanbul: Yordam Kitap, 2011, s. 118.

<sup>9</sup> Raşan İnal, *Küreselleşme ve Spor*, İstanbul: Evrensel Basım Yayın, 2008, s. 18-19.

<sup>10</sup> Savaş Çoban, *Küreselleşme, Ulus-Devlet, Azınlıklar ve Dil*, İstanbul: Su Yayıncılık, 2005, s. 7.

<sup>11</sup> Sezgin Kızılcık, *Zalimler ve Mazlumlar Küreselleşmenin İnsani Olmayan Doğası*, Ankara: Anı Yayıncılık, 2018, s. 36.

<sup>12</sup> Tom Bottomore, *Modern Toplumda Sosyal Sınıflar*, çev., Özlem Balkız, Bekir Balkız ve Ümit Tatlıcan, Bursa: Sentez Yayıncılık, 2018, s. 38.

<sup>13</sup> Manuel Castells, *Bin Yılın Sonu Enformasyon Çağı- Ekonomi, Toplum ve Kültür*, çev., Ebru Kılıç, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2013, s. 487.

<sup>14</sup> Charles Taylor, *Modernliğin Sıkıntıları*, çev., Uğur Canbilen, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2017, s. 27.

<sup>15</sup> Jean Baudrillard, *Simülakrlar ve Simülasyon*, çev., Oğuz Adanır, Ankara: Doğubaki Yayıncılık, 2018, s. 102.



edilmektedir. Ancak toplumlar, bu duruma karşı direnç göstermesinler diye aynı zamanda bu ürünlere yönelik müthiş bir kültür yaratımı da söz konusudur. İşte bu yaratılan kültür, popüler kültürdür.

Yerel ölçekli firmalar, kendilerine küresel firmaları örnek alarak onlar gibi olmak istemektedirler.<sup>16</sup> Bu durum bizlere kültür yayılmacılığının belirli bir noktadan diğerine doğru ilerlediğini değil aksine etkilenme yolu ile farklı noktalarda farklı zamanlarda ortaya çıkabildiğini göstermektedir. Böylelikle kültür yayılması bir dalga halinde gelmemekte, her an her noktada ortaya çıkabilmektedir. Bu durum bizlere popüler kültürün yayılma hızı konusunda ipuçları vermektedir. Daha dün Hollywood'da çekilmiş olan bir film, ertesi gün ülkemizdeki gençlerin giyim tarzını etkileyebilmektedir. Popüler kültürde yayılma hızı, takip edilemeyecek seviyededir.

Popüler kültürün sahip olduğu bu hız, süreç içerisinde insanların düşünce yapılarına derinlemesine işlemektedir. Örneğin Richard Sennett, "Karakter Aşınması" isimli çalışması ile kuşaklar arası düşünce tarzının değişimi konusunda ciddi saptamalar yapmıştır.<sup>17</sup> Sennett, şirketler içerisinde yaşanan sorunlara yönelik çalışanların onlarla nasıl mücadele ettiğini yaş farklarına göre analiz etmeye çalışmıştır. Elde ettiği sonuçlara göre, şirket içerisinde akla yatmayan bir direktif verildiğinde ya da şirket önemli bir sorunla karşılaştığında yaşlı olarak nitelendirdiği çalışanların, şirket içerisinde daha çok tartışmada bulunarak sorunun üzerine gittiğini söylemiştir. Genç kuşak ise tartışmaların ilerlemesiyle birlikte işi bırakma sürecine daha yakın olduğunu tespit etmiştir. Bu durumu yalnızca yaş farkına ya da deneyime bağlamamak gerekir. Çünkü *yaşlı kuşak* popüler kültür denilen hızlı kültür yaratma, hızlı yaşama deneyiminden farklı bir deneyimle yetişmiştir. Bir mekândan başka mekâna, bir iş yerinden başka bir iş yerine, bir düşünce yapısından bir başka düşünce yapısına geçmek bu nesil için yeteri kadar kolay değildir. Buna karşılık *genç kuşak* tam tersi yönde bir mekândan bir başka mekâna, bir iş yerinden bir başka iş yerine, bir düşünce yapısından bir başka düşünce yapısına kolaylıkla geçebilmektedir. Kendi içerisinde yaşadığı kültür ona bu özelliği kazandırmıştır. Ancak bu esneklik durumu bir anlamda onun düşmanıdır. Çünkü her şeyin bu kadar hızlı değiştiği bir dünyaya ister istemez yeteri kadar ayak uyduramamaktadır. Değişen insanlar, değişen çevreler, değişen yenilikler ona içsel bir sıkıntı yaratır. Böylelikle Bottomore'un dediği gibi, İnsanlar uzun ilişkilerin ve kalıcı hedeflerin yokluğunu hissetmektedir.<sup>18</sup> Çalışma arkadaşları her an değişebilir. Bu yüzden onlarla derinlemesine ilişki kurmaktan çekinir. İş yeri her an değişebilir bu yüzden iş yeri için fedakârlık yapmaktan çekinebilir. Çevresindeki insanlar her an değişebilir bu yüzden onlar için kendini adamasına gerek yoktur. Bu durum onu herkesten yavaş yavaş koparmaya başlamaktadır.

Çevresinden uzaklaşmaya başlayan kişi, hayatındaki *insan* eksikliğini doldurabilmek için yeni yeni icatlar bulmaya yönelir. Bu boşluğu tüketim ile doldurmaya çalışır. Baudrillard, insanın tüketime yönelmesinin ana nedenleri olarak, ölüm korkusu ve dışlanma kaygısını görür.<sup>19</sup> Kişi, aslında hiçbir zaman gerçekten sahip olamadığı arkadaş çevresine tüketim ile sahip olmaya çalışır. Daha çok satın alarak ve daha hızlı tüketip bir an önce yenisine geçerek içerisinde yaratılan duygusal boşluğu doldurmaya çalışır. İçerisindeki boşluğu doldurmasına tüketim ile birlikte teknolojik aletler de yardımcı olmaktadır.

<sup>16</sup> Ritzer, *Toplumun McDonaldlaştırılması*, s. 340.

<sup>17</sup> Richard Sennett, *Karakter Aşınması*, çev., Barış Yıldırım, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2019, s. 106.

<sup>18</sup> Bottomore, *Modern Toplumda Sosyal Sınıflar*, s. 112.

<sup>19</sup> Ritzer ve Stepnisky, *Sosyoloji Kuramları*, s. 667.

## Teknoloji

Teknolojik aletler, insanoğlunun yaşadığı her yerde mevcuttur. Ancak aletlerin kullanım şekli ve amacı bakımından önemli farklılıklar vardır. Örneğin, cep telefonu ilk ortaya çıktığında bir noktadan bir diğer noktaya gerçekleşecek olan iletişimi sağlama amacı gütmekteydi. Kişiler cep telefonları ile birlikte her an ulaşılabilir olmayı hedefliyorlardı. Fakat günümüz sürecinde teknolojik aletler yaşam pratiklerimizde önemli değişimlere yol açmışlardır. Bu değişimlerden belki de en önemlisi, artık teknolojik aletlerin, insanın en yakın dostu olma sürecidir. Teknolojik aletlerimiz, bizlerin her istediğini yapan ve bizi farklı bir insana *muhtaç etmeyen* en yakın *kankalarımızdır*.<sup>20</sup> Önceden bir başkası ile iletişime geçebilmemizi sağlayan telefonlar, artık bir başkasına ihtiyaç duymadan iletişim sağlayabilmektedirler. Öğrenmek istediğimiz bilgiyi, izlemek istediğimiz bir videoyu, dinlemek istediğimiz bir şarkıyı birkaç saniye içerisinde bizlere sunan telefonlar, artık bir başka insana ihtiyaç duymamamızı sağlamaktadır. Batı kültürünün temelini oluşturan bireycilik, artık tüm dünyaya farklı bir şekilde pazarlanmaktadır. Batı kültürü dışında yaşayan insanlar bireyciliği anlayamadan yalnızlaşmaya başlamışlardır. Diğer insanları kendilerine düşman olarak görebilmekte ve yalnız kalmanın tadını çıkarmayı istemektedirler. Kullanmış oldukları sosyal medya içerisinden de mevcut durumlarının onları ne kadar mutlu ettiğine dair devamlı paylaşım içerisindedirler.

Bu durumda sosyal medya için ayrı bir parantez açmak gerekir. Alvin Toffler, üretüketim olarak tanımladığı bir sürecin yaygınlığından söz eder.<sup>21</sup> Üretüketim kavramı, yalnızca sosyal medya ile sınırlı kalmamakta hayatımızın her alanına yansımaktadır. Ancak sosyal medya içerisinden bir örnek vermek gerekirse Facebook bunun için ideal bir örnektir. Facebook'un gücü, kişilerin kendi dünyalarını yaratmasına izin vermesinden gelmektedir. Kişiler, bu platforma kendi dünyalarını yükleyerek diğer insanlar ile paylaşmaktadırlar. Yüklemiş oldukları bu dünya *ilgi dünyasıdır*. Burada gerçekleşen olaylar, yüklenen fotoğraflar ve videolar temelinde *like alma* ya da duyuru yapma amacı gütmektedir. Artık yaratılmış olan yeni kültür, insanların beğenilmek için yaşadıkları bir kültüre dönüşmüştür. Kişiler beğenilme sayılarına göre yaşamakta ve hangi paylaşımları daha çok beğeni alıyorsa o yönde paylaşım yapma davranışına sürüklenmektedirler. Bunun için de paylaşımın devamlılığı gerekmektedir. Çok beğeni alan bir paylaşımın devamı getirilmezse, o kişi sosyal medyadan silinip gidebilir. Dünyadan yok olma korkusu ile insan, devamlı olarak sosyal medyada paylaşım içerisinde bulunur. Sosyal medyada yok olmamak ancak popüler alanın içerisinde kalabilmek ile mümkündür.

Popülerliğin içerisinde kalmak tüketim normlarıyla da mümkün hale gelmiştir. "Artık satın aldığımız teknolojik ürünlerin en önemli özelliği uzun süre bizimle kalıp biktırmamalarıdır."<sup>22</sup> Hızlı değişme süreci, popüler kültürün en temel özelliğidir. Tüketim kültürü de bu durumu kendi çıkarı için kullanmaktadır. Artık ürünler uzun süre dayanamayacak şekilde üretilmektedir. Fiziksel olarak kendilerini muhafaza etseler bile içerisindeki uygulamalar bir süreden sonra kendini yenilememektedir. Bu durum da bizleri, ürünün yeni çıkan son modelini almaya itmektedir. Tabi yalnızca ihtiyaç durumunda gerçekleşen değişim, tüketim çarkını yeteri kadar döndürmeyecektir. Kişiler ihtiyaçları olmadığı halde yeni olanı almak istemektedirler. Çünkü yeni olanı almak onları popüler

<sup>20</sup> Zygmunt Bauman, *Azınlığın Zenginliği Hepimizin Çıkarına Mıdır?*, çev., Hakan Keser, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2019, s. 45.

<sup>21</sup> Ritzer ve Stepnisky, *Sosyoloji Kuramları*, s. 699.

<sup>22</sup> Bauman, *Azınlığın Zenginliği Hepimizin Çıkarına Mıdır?*, s. 44.

kültür seviyesinde zirveye taşıyacaktır. Bu kültüre göre, yeni olan her şey en iyi ve en güzeldir. Hızlı gerçekleşen yenilik bu kültürün olmazsa olmazıdır. İnsanın tüketim normlarını etkileyen bu kültür, toplumları zaman içerisinde derinden etkilemektedir. Popüler kültürün, toplumların kültürünü derinden etkileyemeyeceğini söyleyenlerin aksine gerçekleştirdiği etkinin devamlılığı önemli yıpratmalara yol açmaktadır. Teknolojik aletler artık insanın eli, kolu, gözü, kulağı olmuştur. Bir başka insana bile ihtiyaç duymayabileceğimiz bir kültür yaratmıştır. Artık insanlar buluşmalarını sosyal medya üzerinden gerçekleştirmekte, gazetelerini ve kitaplarını telefon-bilgisayar ekranlarından okumakta, alışverişlerini *bir tık* ile gerçekleştirmektedir. Teknolojik aletler bizleri asıl dünyadan koparmış ve orada ne olduğunu önemsemeye hale getirmiştir. Böylesi bir ortamda kişi kendisinden başka kimseye ihtiyaç duymamakta ve önemsememektedir. Ancak bu durum kendi içerisinde büyük bir boşluk yaratmakta ve etkiye olabildiğince açık hale getirmektedir. İnsanlar ile doğrudan iletişim kuramayan kişi, farklı bir düşünce yapısıyla yönlendirilebilir hale gelmektedir.

### Medya

Yalnızlaşan ve kendi içindeki boşluğu doldurmaya çalışan birey, dış etkilere açık hale gelir. Medya ise bu süreci kendi çıkarı açısından yönlendirme amacı gütmektedir. Televizyon/medya, yalnızca ideoloji sunmaz ayrıca ekonomik alanda da bireyi yönlendirir.<sup>23</sup> Birey, elindeki teknolojik aletler sayesinde dünyanın her tarafında gerçekleşen olayları hızlıca görebilmektedir. Dünyanın diğer ucunda bulunan bir icadın haberi eş zamanlı olarak tüm dünyaya yayılabilmektedir. Fakat aynı zamanda yalan/yanlış bilginin de yayılımı bu hızla ilerlemektedir. Özellikle günümüzde teknolojinin ilerlemesi ile birlikte yalan/yanlış haber yapımı ve yayılımı kolaylaşmıştır. Görüntülerle oynanmakta, haber farklı şekilde aksettirilmekte ya da tamamıyla baştan sona kurmaca şekilde yaratılmaktadır. Reklamlar, spor müsabakaları, filmler, diziler aracılığıyla bireylere sürekli olarak telkinler yapılmakta ve tüketmesi gereken ürünler gösterilmektedir. Hangi tip kıyafetler giyeceği, nasıl arabalara binmesi gerektiği, insanlara nasıl davranması gerektiği ve nasıl yaşaması gerektiği ona bu kanallar sayesinde aktarılmaktadır. Ancak bu süreç, kişinin hayatını etkilediği gibi aynı zamanda hayattan uzaklaşmasını da sağlamaktadır. Yani aslında çift yönlü bir etkisi mevcuttur. Kişi, reklamlarda gördüğü hayata sahip olmak isterken aynı zamanda da hayattan uzaklaşarak öyle bir gerçekliğin hiç olmadığı yönünde düşüncelere de sahip olmaktadır. Kişi, hem popüler dünyaya hazırlanmakta hem de ona yabancılaşmaktadır. Baudrillard'ın deyişiyle simülasyon dünyasına geçilmektedir. Olaylar televizyon ekranlarında olup giden görüntüler halini almaktadır.<sup>24</sup> Haber kanalları, o gün içerisinde gerçekleşen olayları hızlı bir şekilde aktarmakta ve son olarak mutlu/eglençli haberleri sunarak kendilerine ayrılan sürenin sonuna gelmektedirler. Birey bu süreç içerisinde henüz bir haberi sindirememişken sonrakine geçmekte ve ona uyum sağlayana kadar da bir sonraki haber gelmektedir. En sonunda da mutlu bir haber ile programın bitirilmesi ertesi gün de aynı kanalın izlenilmesi içindir. Çünkü bireyler, popüler kültür içerisinde her zaman en sonuncu olan ile ilgilenmektedirler. Bu yüzden de son haber akılda ve duyguda kalıcıdır. Diğer haberlerin ne kadar kötü olduğundan bağımsız şekilde son haber, kişileri mutlu eder ve böylelikle en son olanın peşinden gidilmesi sağlanır.

<sup>23</sup> Ahmet Talimciler, *Sporun Sosyolojisi Sosyolojinin Sporu*, İstanbul: Bağlam Yayıncılık, 2015, s. 160.

<sup>24</sup> Baudrillard, *Simülakrlar ve Simülasyon*, s. 212.



Medya içerisinde yaratılan bu suni dünya, belirli güçler tarafından yönlendirilmektedir. Örneğin bugün Rusya'da haber yapmak sanıldığı kadar kolay değildir. Yoğun bir denetim içerisinde geçmekte ve bu denetimden geçemeyen haberler sorulamamaktadır. Bu durumun sosyal medya ile birlikte kırıldığı düşünülmektedir. Çünkü sosyal medya ile birlikte haber alma organı, büyük patronların elinden kurtarılmıştır. Artık haberler sosyal medya aracılığıyla birinci kişiler tarafından yayılabilmekte ve seslerini duyurabilmektedirler. Fakat bu durumun sanıldığı kadar özgür biçimde gerçekleşmediği de ortadadır. Örneğin 9 Ocak 2021 tarihinde Twitter, Donald Trump'ın hesabını geçici bir süre için kapatmıştır. Böylelikle ABD'de gerçekleşen olaylar hakkında devletin en yetkili mercinin sesi bir bakıma kesilmiştir. Bugün özgür haberleşmenin, bilginin en özgür şekilde yayılımını sağladığını iddia eden şirketin böyle bir engelleme yapması, aslında özgürlüğümüzün ne kadar bıçak sırtında olduğunu göstermektedir. Çok uluslu şirketler, bugün ABD başkanının bile sesini kısılabilmektedirler. Ellerindeki bu güç, hem büyük bir kontrol mekanizmasına sahip olmalarına hem de büyük bir bilgi yığınına elde edebilmelerine sebep olur. Her gün Twitter'a milyonlarca bilgi yüklenmektedir. Bu bilgiler depolanmakta ve yeri geldiğinde -Facebook davalarında gördüğümüz üzere- satılabilmektedir.

Medya içerisindeki bilgilerin doğruluğu da şüpheyle yaklaşılması gereken bir konudur. Herkesin -yetkili olsun ya da olmasın- konular hakkında fikir beyan etmesi, fikrini söyleyen kişinin eleştirilmesi günümüzde ciddi sorunlar yaratabilmektedir. Bugün linç kültürü ismi verilen bir olgu ortaya çıkmıştır. Sosyal medya, insanların yetkili olup olmadığına bakmadan, her konu üzerinde dilediği gibi konuşabilmesine olanak tanımaktadır. Türkiye içinden geçilmekte olan bu sürece, gerek yasal gerekse de kişisel anlamda somut bir şekilde büründürmede hazırlıksız yakalanmıştır. Kişiler, düşüncelerini etik kaygılar gözetmeksizin saldırgan şekilde paylaşmaktadırlar. Gayet sakin ve saldırıdan uzak olan paylaşımların altına ciddi hakaretler içeren yorumlar yapılabilmektedir. Kişinin bu konudaki uzmanlığı görmezden gelinerek *her şeyi en iyi ben bilirim* düşüncesi sosyal medyamızın her tarafını sarmıştır. Bilgi, artık öğrenilebilecek bir şey değildir. Bilgi artık sahip olunan bir şeydir. Herkes kendi sahip olduğu bilgi neyse onun yalnızca tek gerçek olduğunu düşünmektedir. Medya, toplumumuza özgürlük sunuyorum derken büyük bir kargaşanın içine sürükleyebilmektedir.

### Moda ve Beden

Popüler kültürün son derece etkili olduğu bir başka alan ise moda ve bedendir. Popüler kültür, insan vücudu üzerine ciddi etkilerde bulunmaktadır. Popüler kültür, kendisine belirli bir güzellik algılayışı yaratır ve içerisinde bulunan kişileri de bu algıya sahip olması yönünde telkinde bulunur. İnsan vücudunun nasıl olması gerektiği ve bu şeklin hangi yollardan geçilerek sağlanabileceği günümüz popüler kültürünün büyük bir silahıdır. Anlamın ortadan kalktığı ve yalnızca görüntülerin ortada kaldığı bu kültür yapısında, insanın iç dünyasına ait gelişimin önemi kalmamaktadır. Popüler kültür, kendisine ikonlar yaratarak kişilerin bu ikonlara benzemesini ister. İkonlar, mutlak surette kusursuz şekilde gösterilmekte ve insanın kusurlularını kapatması gerektiğini ifade etmektedir. Aslında popüler kültüre göre her insan kusurludur. Bu kusurunu kapatması için kendisine sunmuş olduğu ürünleri kullanmak mecburiyetindedir. Gençleştirici kremler, makyaj setleri, spor salonları, *hair designer*lar bu amaca hizmet etmektedir. Popüler kültür içerisinde nesnelere kendilerini gösterme amacı güderler.<sup>25</sup> Artık insan başlı başına bir nesne durumundadır.

<sup>25</sup> Sezgin Kızılcılık, *Çağdaş Sosyal Teorisyonlar 2*, Ankara: Anı Yayıncılık, 2019, s. 299.

Sergilemesi gereken şey insanın kendisidir. İnsan kendisini ürün durumuna düşürmüştür. Dünya artık günümüz insanı için podyum ya da vitrindir. Kendisini ne kadar *parlatabilirse* popüler kültür basamaklarında o kadar yükselecektir. Bu vitrin, günümüz sosyal medyalarında Instagram üzerinden gerçekleşmektedir. Bu mecrada kişiler, kendi kusursuzluklarını paylaşarak takipçi toplamakta ve takipçi sayılarına göre kendilerine reklam alabilmektedirler. Kendilerine almış oldukları reklam ürünlerini kullanarak adeta kusursuzluklarına kusursuzluk katmaktadırlar. Artık son moda olan giysileri takip etmek için özel bir çabaya ihtiyaç duyulmamaktadır. Moda artık cebimizdedir.

Moda, toplumun alt katmanında olan insanın, kendisini yukarıdaymış gibi hissetmesine de olanak sağlamaktadır.<sup>26</sup> Bu bakımdan toplum içerisindeki gerginlikleri azaltmanın da aslında farklı bir yoludur. Kişinin kendisini üst tabakadanmış gibi kabul etmesi moda sayesinde gerçekleşebilmektedir. Çünkü kişi, her zaman olmak istediği yerde olamamıştır belki ama olmak istediği yerdekiler gibi giyinebilmektedir. Onların kullandığı son model telefonları kullanabilmektedir. Onların gitmiş olduğu tatil yerlerine gidip fotoğrafını da sosyal medya üzerinden paylaşabilmektedir. Sahip olunanların benzerliği ile birlikte ortaya çıkan yanılısma durumu toplum içerisindeki kişilerin çatışmadan uzak kalmalarına neden olmaktadır.

Popüler kültürün bedene olan etkisinin görülebilmesi için incelenmesi gereken bir diğer alan da spor sahalarıdır. Spor sahalarında yaşanan bedene müdahale yeni bir olay değildir. Sporunun vücudu onun malzemesidir. Bu malzeme, yapmış olduğu spora göre en iyi şekilde biçimlendirilmelidir. Aynı zamanda spor müsabakaları ideolojik çatışmaların da yoğun olarak yaşanabildiği alanlardır. Örneğin David Rowe bu konuda ABD ve Sovyetler birliği arasında gerçekleşen olimpiyat sürecini örnek vermektedir.<sup>27</sup> İki büyük güç kendi mücadelelerini silahlı alanda vermektен çekinerek çatışmayı farklı alanlara taşımıştır. Spor ve olimpiyatlar da bunlardan bir tanesidir. Sporcular, bu müsabakalara hayatları boyunca hazırlanmakta ve adeta bir asker vazifesi görmektedirler. Bu alanlarda başarı her şeydir. Spor müsabakalarında yalnızca kazanan vardır. Sporunun bir spor müsabakasında galip gelmesi, kendi ülkesinin başarısıdır. Örneğin, Müslüman bir ülkenin futbol müsabakasında ABD'yi yenmesi ülkede büyük bir sevinçle karşılanmakta ve büyük şeytanı yendik sloganları atılmaktadır. Ortaya çıkmış olan bu durum, sporun yalnızca spor müsabakası ile sınırlı kalmadığını ve tüm yaşamımıza ciddi ölçüde etkide bulunduğunu göstermektedir. Spor ciddi bir iştir. Günümüz toplumunda da insan bedeni, itaatkâr olmaya değil performans göstermeye odaklanmıştır.<sup>28</sup> Artık günümüz sporu yalnızca performansa dayanmaktadır. Nasıl kazanıldığının önemi olmaksızın kazanmak zaruridir. *Vur kır parçala bu maçı kazan* sloganı çok tehlikeli bir slogan olmasına karşın ana amaç haline gelmiştir. Günümüz kültürü, her alanda olduğu gibi spor alanlarında da etik kuralları ortadan kaldırmıştır. Artık kitleler çekişmeli bir müsabaka izlemek yerine tuttuğu takımın ya da desteklediği sporunun kazandığı müsabakaları izlemeyi tercih etmektedir. Artık oyunun bir değeri kalmamıştır. İçerisinde derin anlamlar bulunan müsabaka kültürü ortadan kalkmıştır. Hâlbuki Rahşan İnal'a göre saniyeler ile ölçülen rekorlar önemli değildir, önemli olan sportif değerler çerçevesinde elde edilen sonuçlardır.<sup>29</sup> Fakat İnal'ın bahsetmiş olduğu değerler popüler kültür içerisinde yok olmuştur. Popüler kültürün *önümüzdeki maçlara bakması* bizim içerisinde

<sup>26</sup> Ritzer ve Stepnisky, *Sosyoloji Kuramları*, s. 671.

<sup>27</sup> David Rowe, *Popüler Kültürler: Rock ve Sporda Haz Politikası*, çev., Mehmet Küçük, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1996, s. 209.

<sup>28</sup> Han, *Yorgunluk Toplumu*, s. 17.

<sup>29</sup> İnal, *Küreselleşme ve Spor*, s. 143.

bulduğumuz durumu göremememizi sağlamaktadır. Spor sezonunun açılması, izleyiciler açısından, yalnızca başarı kazanıp kazanmamanın ortaya çıkması anlamına gelmektedir. Etik değerler içerisinde gerçekleşen müsabaka kültürü artık ne yazık ki kaybolmuştur. Bunun ana sebebi de kişinin performans öznesi durumuna düşmesidir. Günümüz kültüründe birey her an performans göstermek zorundadır. Çünkü sergilediği işler anlaktır. Derinlikten uzak olduğu için gelecek nesillere kalması olası değildir. Bu çaresizlik kişiyi o an içerisinde performans göstermeye mecbur bırakmaktadır. Performansın bittiği noktada kişi silinip yok olmaktadır. Yok oluşunun önüne geçebilmek amacıyla aktif sporculuk hayatından sonra kendisini başka alanlarda var etmek durumundadır. Günümüzde sporcuların emekli olduktan sonra gerek spor yorumculuğu, gerekse çalıştırıcılık gibi vazifelerde yer aldığına tanık olmaktadır. Bugün -futbol için konuşmak gerekirse- iki önemli isim aktif futbolculuktan gelmektedir. Bunlardan bir tanesi şuanda yorumculuk yapmakta olan şeytan lakaplı Rıdvan Dilmen, diğeri ise 3 büyük kulüpten birisinin çalıştırıcısı olan Sergen Yalçın'dır. Bu iki isim aktif sporculuk dönemlerinde kendi takımlarının efsane isimleridir. Ancak efsaneler her daim hatırlanmazsa kaybolup giderler. Bu isimler kaybolmamak için kendi içlerinden çıktıkları mecra ile bağlantılı farklı alanlarda çalışmaya devam etmişlerdir. Böylelikle popüler oyun alanının içerisinde kalabilmişlerdir.

*İkonların* varlıklarını devam ettirmelerine en güzel örnek Michael Jordan'dır. Efsanevi basketbol oyuncusu henüz oynadığı dönemde dahi kendi adından *efsane* olarak söz ettirebilmiştir. Kendi markasını oluşturması ile bir sporcunun dünyayı ne derece etkileyebildiği açıkça görülmüştür. Bugün dünyanın her yerinde Jordan marka spor ürünleri satılmaktadır. Jordan, oynadığı dönemde takımından kazanmadığı parayı kendi *markası* üzerinden kazanmıştır. Ancak dikkat edilmelidir ki burada marka olan ya da markalaşan şey Jordan'ın kendisidir. Jordan ikon haline gelmesiyle birlikte dünya üzerinde basketbol oynayan ya da oynamak isteyen herkesin örnek aldığı bir isimdir. Buradaki başarı Jordan'ın reklamıdır. İstatistiklere bakıldığı zaman Jordan tarihin en iyisi değildir. NBA tarihinin en çok sayı atan ismi 38,387 sayı ile Kareem Abdul-Jabbar'dır. NBA tarihinin en çok *rebound* alan oyuncusu 23,927 *rebound* ile Wilt Chamberlain'dir. NBA tarihinin en çok *asist* yapan oyuncusu 15,806 asist ile John Stockton'dur. Ancak NBA tarihinin reklamı en iyi yapılan ismi tartışmasız şekilde Michael Jordan'dır. Futbol alanından örnek vermek gerekirse günümüz ikonlarından en büyükleri Cristiano Ronaldo ve Lionel Messi'dir. Kısa bir dönem öncesine kadar David Beckham da önemli bir ikon olarak dikkat çekmekteydi. Bu ikonların reklamlardan ve markalardan kazandıkları paralar kendi takımlarından kazandıklarına nazaran kat ve kat fazladır. Futbolcular oynadıkları oyunlar ile birer ikon haline gelmişlerdir. Aslında gerçekleşen bir *oyun oynama* durumunun ne derece işe ve medyaya döküldüğüne bu ikonlar güzel örneklerdir. Artık oynanan oyun bile popüler kültürün yönetimi altına girmiştir. Popüler kültürden uzak kalan sporcular ne derece başarı kazanırlarsa kazansınlar hep arka planda kalmaya ve zamanla yok olmaya mahkûmdurlar. Popüler kültür, her alanda olduğu gibi spor alanında da kendi nüfuzunu ortaya koymaktadır.

### Değişimin Boyutları

Günümüz toplumu, içinde yaşayan bireyi tüketici olarak görmektedir.<sup>30</sup> Bu tüketim şekliyle birlikte de *doğru* ve *anlam* kavramlarının içi boşaltılmaktadır. Her şeyin ölçüsü olduğu düşünülen insan, zaman içerisinde, evrendeki tek gerçek olduğuna inandırılmıştır.

<sup>30</sup> Zygmunt Bauman, *Küreselleşme Toplumsal Sonuçları*, çev., Abdullah Yılmaz, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2012, s. 25

Taylor'ın deyimiyle bir zamanlar insandan bağımsız doğruların ve gerçeklerin olabileceği düşüncesi hâkimken günümüzde seçim artık insana bırakılmaktadır.<sup>31</sup> Seçimde sunulmuş olan bu özgürlük, kendisini hayatın her alanına adapte etmiştir. İnsan evrendeki tek gerçek olarak kendisini kabul etmek istemektedir. Bu yüzden kendi özgürlükleri olduğunu düşünmekte ve aslında ona sunulmuş olan popüler kültür içerisinde salınmaktadır. Aslında insanoğlu, her zaman için, kendisine sunulan özgürlükten daha fazlasını hak ettiğini düşünür.<sup>32</sup> Hayatını, özgür iradesi ile yönlendirdiğini düşünmek ister. Fakat popüler kültür, kendisini hayatın her alanında dikte etmektedir. Kendisine rakip olabilecek ya da karşı durabilecek olan her düşünceyi ezip geçmek ve yok etmek istemektedir. Popüler kültür, eleştiriye kendisini kapatmıştır ve ortaya birçok farklı doğru koymuştur. Ortaya koyduğu doğruların tartışılmasını da engellemiştir. *Sana göre o doğru bana göre ise bu doğru* yapısı sayesinde fikirlerin tartışılmasının önüne geçmiştir. Hızlı değişimin ve yüzeyselliğin kutsallığını ön plana çıkarmıştır. Bu bakımdan da kişinin derinlemesine gerçekleştirebileceği ne olursa olsun reddetmiş ve küçümsemiştir. Hız ve hızlı değişim onun en büyük gücüdür.

Sennett, günümüz toplumlarında hareketsizliğin başarısızlık anlamına geldiğinden söz etmiştir.<sup>33</sup> Bu ortam içerisinde hareket etme durumu, amacının olup olmaması konusundan sapmıştır. Yani hareket önemli hale gelmiştir. Hedefin neresi olduğundan ziyade kişinin hareket halinde olması durumu günümüz toplumlarında başarı olarak görülmektedir. Popüler kültürün ana teması işte bu vaziyet içerisinde bulunur. Kişi, sürekli hareket halindedir fakat nereye gittiğinin, nasıl gittiğinin bir önemi yoktur. Hareket halinde olmak zorunda kalan insanlar vardır.

Sennett, kitabında Diderot ve Adam Smith'in fikirlerinin kıyaslamasını yapmaktadır.<sup>34</sup> Adam Smith'e göre sürekli olarak aynı işi yapmak kişileri köreltir. Bu yüzden yeniliğe ve harekete mutlak suretle ihtiyaç duymaktadır. Ancak Diderot düşüncesine göre ise, kişi aynı işi yaparak o işte uzmanlaşır ve derinleşir. Tıpkı bir oyuncunun repliklerini sürekli şekilde tekrar ederek o cümlelerin derinine inmeye çalışması gibi.

Hareket toplum içerisinde zorunludur. Toplumlar, kültürler hareket etmelidirler. Hareket olmadan kendi varlıklarını devam ettirmeleri söz konusu değildir. Ancak günümüz dünyasında iletişim ağının bu kadar geniş ve hızlı olması nedeniyle değişim olgusu artık gözlenebilir, yönlendirilebilir olmaktan çıkmıştır. Popüler kültür, kendi varlık alanını aynı anda birçok doğrunun bulunabilmesi ile sağlayabilmektedir. Popüler kültür, ortaya atmış olduğu ürünün iyi ya da kötü olup olmadığının tartışılmasına izin vermeden bir sonraki ürününü ortaya atmak durumundadır. Kendi varlığı, değişime bağlıdır ve değişim onun gücünü ortaya koymaktadır.

## Sonuç

Popüler kültür, insan hayatının her alanında etkisini göstermektedir. Toplumların yaşam şekillerini değiştirmekte ve insanların daha basit bir yaşama sahip olmalarına yol açmaktadır. Toplumların tarih içerisinde şekillenmiş, derinliğe sahip olan kültürleri, popüler kültür ile mücadelesinde ağır yaralar almıştır. Popüler kültür, insanlara basitlik sunarak herkesi basitleştirmeye çalışmaktadır. Bu çabasını hayatımızın her alanına yayarak *bunda*

<sup>31</sup> Taylor, *Modernliğin Sıkıntıları*, s. 77.

<sup>32</sup> Zygmunt Bauman, *Postmodernlik ve Hoşnutsuzlukları*, çev., İsmail Türkmen, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2019, s. 208.

<sup>33</sup> Sennett, *Karakter Aşınması*, s. 98.

<sup>34</sup> A.g.e., s. 37.



*şaşırlacak bir şey yok* düşüncesini bizlere sunmaktadır. Tarihimiz içerisinde yoğrulmuş olan kültürümüz, popüler kültür ile yeteri kadar mücadele edememektedir. Dünya eskisinden çok daha hızlı hareket etmektedir. Bu hıza insanoğlu alışamamaktadır ve boşlukta salınmaktadır. Basitlik bu kültürün ana metodudur. Pop, sıradanın sanatı olmak istemektedir.<sup>35</sup> Popüler kültür insanın değerini azaltmaktadır. İnsanın egosunu yükselterek ona değerli olduğu izlenimini sunar. Ancak popüler kültür içerisinde insan, yalnızca nesne konumundadır. Kendi kararlarını verebilen, kendi düşüncesi olan, kendi yaşamını seçebilen birisi değildir. Ona sunulmuş olanları hazır olarak tüketen ve derinliğini düşünmeye gerek duymayan bir nesne haline gelmiştir. Toplumların temelini oluşturan kültür, artık meta halindedir.<sup>36</sup> Popüler kültür, kendisinden başka hiçbir kültürü kabul etmemekte ve kendisiyle barışık kaldığı sürece yaşamasına izin vermektedir. Hiçbir toplum popüler kültüre karşı koyamamaktadır. Onun sunmuş olduğu ürünlerden kendisini koruyamamaktadır. Dışarıdan gelen popüler kültür ürünlerine yeteri kadar eleştirel bakamamakta ve kendi kültürümüz gibi benimsemektedir. Hâlbuki böylesi bir durum toplumların yerlilik kimliğini ortadan kaldırmaktadır.<sup>37</sup>

Levi-Strauss, kültürün doğrulunun ölçülemediğini söylemektedir.<sup>38</sup> Kültürler çeşitlilik gösterebilir. Ancak popüler kültür konusunda böyle bir düşünceye katılmamaktayız. Popüler kültür, toplumun tarihiyle yoğrulmuş ve derinliği olan bir kültür değildir. Gücü elinde bulunduran ve kendi çıkarları yönünde kullanmak isteyenlerin üretmiş olduğu suni bir yapıdır. Bu yüzden de toplum içerisinde doğruluğu ya da yanlışlığı ölçülebilmektedir. İnsanoğlunu derinlikten koparan ve *basit varlık* haline getiren yapının doğruluğu kabul edilmemelidir. Hayatımıza sunulan yenilikler iyi ölçülüp tartılmalıdır. Popüler kültür bizlere *eleştiri süzgecimizi rafa kaldırmamızı* söylemektedir. Bizlere hazır olarak sunulan ürünleri, toplumlar kendi kültürel yapılarıyla ölçmeli ve eleştiri süzgecinden geçirdikten sonra hayatlarına kabul etmelidir.

Popüler kültür, ekonomi alanında toplumu ciddi şekilde etkilemiştir. Küreselleşme süreci ile birlikte artık yerel firmalar, yavaş yavaş ortadan kalkmaktadır. Yerel firmalar, büyük küresel firmaları örnek alarak onlar gibi olmak istemektedir. Çalışanlar iş yerlerine yeteri kadar bağlı kalmamaktadırlar. Hızlı değişim çağında yaşamaktayız. Bu sebeple özellikle genç çalışanlar, buldukları firmalardan kolaylıkla ayrılabilen ve farklı yerlerde çalışabilmektedirler. Bir mekândan kopmak ya da koparılacak genç nesil için sorun teşkil etmemektedir. Ekonominin, etik değerlerden sıyrılarak tek güç haline geldiği bu süreçte kişilerarası ilişki yüzeyselleşmekte ve paraya dönük olmaktadır. Para, popüler kültür için olmazsa olmazdır.

Teknoloji, insanlara birçok yenilik sunmakta ve işlerini kolaylaştırmaktadır. Fakat aletleri kullanım şeklimize göre yaşam tarzlarımızda bazı değişiklikler meydana gelmektedir. Cep telefonları iletişimi kolaylaştırmak adına icat edilmişken; günümüzde iletişimi koparma noktasına gelmiştir. Cep telefonları sayesinde günümüz insanı artık bir başka insana ihtiyaç duymamaktadır. Telefonlar bizlerin en yakın *kankası* haline gelmiştir. İstedığımız her şeyi yapan cep telefonları, sorgusuz sualsiz bizlere itaat etmektedir. İtaat edilmesinin verdiği güç sayesinde kişi kendisini diğer insanlara göre üst mertebede görebilmektedir. Dış dünyada

<sup>35</sup> Jean Baudrillard, *Tüketim Toplumu*, çev., Nilgün Tatal ve Ferda Keskin, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2018, s. 48.

<sup>36</sup> Debord, *Gösteri Toplumu*, s. 142.

<sup>37</sup> Orhan Türkdoğan, *Osmanlı'dan Günümüze Türk Toplum Yapısı*, Konya: Çizgi Kitabevi, 2015, s. 682.

<sup>38</sup> Bauman, *Postmodernlik ve Hoşnutsuzlukları*, s. 198.



aradığı mutluluğu bulamayan insan, telefonuna yönelerek mutluluğa ermektedir. Teknolojik aletler bizleri birçok yönden geliştirmekle birlikte aynı zamanda ciddi şekilde köreltmekte ve yalnızlaştırmaktadır.

Popüler kültürün önemli bir diğer silahı da medyadır. Medya, insanları yönlendirebilmektedir. İnsanlar teknolojik aletlere yoğun bir şekilde bağımlı olduktan sonra medya onları kolaylıkla kısılacına alabilmektedir. Yalnızlaşarak etkiye açık hale gelen insan, medya sayesinde yönlendirilmektedir. Telgraf ile başlayan mesajın hızlı iletilmesi durumu, radyo ve gazete ile geniş kitlelere ulaşabilmektedir. Böylelikle tek merkezden dağıtılabilen yoğun bir kültür baskısı oluşmaktadır. İnsanların hangi konular üzerinde düşüneceği, hangi sonuca varacağı ve ne yapacağı bu merkezden belirlenmektedir. Günümüzde özellikle sosyal medya ile birlikte özgürleştiğini düşündüğümüz haberleşme ağı, yeteri kadar özgürlüğü barındırmamaktadır. Gerekli görüldüğü takdirde ABD başkanının bile sesinin kesilmesi bu konuya iyi bir örnektir.

İnsan bedeninin nasıl olması gerektiği tartışmaları çok eskiye dayanmaktadır. Fakat eskiden bu tartışmalar farklı kültürler açısından farklılık taşıyabiliyorken günümüz şartlarında tek tip güzellik anlayışı ortaya çıkmaktadır. Küresel medya ile sunulan beden güzelliğine ulaşabilmek için kişiler yoğun çaba sarf etmektedirler. Bu çabalarından bekledikleri sonucu alanlar kendilerini mutlu olarak görmektedirler. Ancak popüler kültür içerisinde yalnızca ikonlar kusursuzdur. Bu yüzden kişi, ne kadar uğraşırsa uğraşsın mükemmel olamayacaktır. Çabası nafile bir çabadır. Ancak hiç çabalamamak, kişiyi popüler kültür içerisinde bunalım durumuna sokabilmektedir. Kendisini dışlanmış ve yalnız hissetmemek için popüler kültürün kodlarına uyum sağlama hissi yaşayabilmektedir.

Popüler kültür spor alanlarını da derinlemesine etkilemiştir. Günümüz kültürü içerisinde spor etik değerlerinden sıyrılmıştır. Yalnızca başarı, kazanmak, galibiyet önemli hale gelmiş ve takımlar/sporcular yalnızca buna odaklanmıştır. Spor artık belirli kültür kodları içerisinde gerçekleşmemekte, *vurup, kırıp, parçalayarak kazanmak* amacıyla sahaya çıkmaktadır. ABD ve Sovyetler Birliği arasındaki çatışmanın benzeri günümüzde her noktaya yayılmıştır. Artık iki taraf birbiri ile çatışmamakta, tek taraf diğer herkes ile çatışmaktadır. Bu durum şüphesiz ki spor müsabakalarında kullanılan dile de yansımaktadır. Rakibin kim olduğuna bakılmaksızın aşağılanmakta buna karşılık kendi tarafından övgüyle bahsedilmektedir. Artık taraftarın desteklemiş olduğu takım ya da sporcu kusursuzdur. Tıpkı taraftarı gibi... Böyle bir ortamda da tabii ki kusursuz olan, kusurlu olanlar karşısında üstün gelmek durumundadır. Popüler kültürün yarattığı egoizm, kendisini taraftarlık boyutunda da göstermektedir. Hangi takım ya da sporcu olduğundan bağımsız şekilde taraftar kimi destekliyorsa, o *en büyüktür*. Çünkü aslında kendi taraftarı en büyüktür.

Dünya kontrol edilebileceğimize daha hızlı dönmektedir. Bu hızlı süreç içerisinde kişi kendisini hiçbir noktaya ait hissedememektedir. Popüler kültürün içerisinde *bana ihtiyaç duyan var mı?* sorusu yanıtız kalmaktadır.<sup>39</sup> *Kalabalığın içerisindeki yalnızlık* durumu artık *boşluğun içindeki yalnızlığa* dönüşmektedir. Popüler kültür ile birlikte artık kalabalık da kalmamıştır. İnsanlar, popüler kültür ile birlikte, toplumdan adeta soyutlanmış ve her biri, ilahi bir noktaya yükselmiştir. Egoizm toplumun iliklerine işlemiş ve diğer insanlara ihtiyaç duymaz vaziyete getirmiştir. Günümüzde diğer insanlar yalnızca *like* sayısını belirleme işlevi görmektedirler. Nesne konumuna düşmüş olan insan, diğer insanların yalnızca beğenisini

<sup>39</sup> Sennett, *Karakter Aşınması*, s. 170.

kazanma amacı gütmektedir. Popüler toplumda eleştiri yoktur. Yalnızca beğenme ve beğenilme vardır. Popüler kültür, geleneksel kodları yıpratarak hâkimiyetini geliştirmektedir. Eleştiri süzgecinden geçirilmeden kullanılan tüm popüler kültür ürünleri, insanlık adına ciddi sorunlar yaratmaktadır. Bu sorunun önüne geçilebilmesi için insanın aklını kullanması ve dirayetli olması gerekmektedir. İnsanın, kişisel düzeyde göstereceği direnç, ona popüler kültürün gerçeklerini görebilmesini getirecektir. Bir kez popüler kültürün yüzeyselliğini, basitliğini ve çirkinliğini görebilmek, insana kendi özüne dönebilme fırsatı sağlayacaktır.

**Etik kurul raporu:** Bu çalışma için etik kurul raporu gerekliliği bulunmamaktadır.

**Katkı oranı beyanı:** %100

**Çatışma beyanı:** Makalede, herhangi bir kurum, kuruluş ve kişi ile mali çıkar çatışması yoktur.

### Kaynakça

- Baudrillard, Jean. *Simülakrlar ve Simülasyon*. Çev., Oğuz Adanır. Ankara: Doğubatu Yayıncılık, 2018.
- Baudrillard, Jean. *Tüketim Toplumu*. Çev., Nilgün Tatal ve Ferda Keskin. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2018.
- Bauman, Zygmunt. *Küreselleşme Toplumsal Sonuçları*. Çev., Abdullah Yılmaz. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2012.
- Bauman, Zygmunt. *Azınlığın Zenginliği Hepimizin Çıkarına mıdır?*. Çev., Hakan Keser. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2019.
- Bauman, Zygmunt. *Postmodernlik ve Hoşnutsuzlukları*. Çev., İsmail Türkmen. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2019.
- Bottomore, Tom. *Modern Toplumda Sosyal Sınıflar*. Çev., Özlem Balkız, Bekir Balkız ve Ümit Tatlıcan. Bursa: Sentez Yayıncılık, 2018.
- Castells, Manuel. *Bin Yılın Sonu Enformasyon Çağı*. Çev., Ebru Kılıç. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2013.
- Çoban, Savaş. *Küreselleşme, Ulus-Devlet, Azınlıklar ve Dil*. İstanbul: Su Yayıncılık, 2005.
- Debord, Guy. *Gösteri Toplumu*. Çev., Ayşen Ekmekçi ve Okşan Taşkent. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2019.
- Chul Han, Byung. *Yorgunluk Toplumu*. Çev., Samet Yalçın. İstanbul: Açılım Kitap, 2019.
- İnal, Rahşan. *Küreselleşme ve Spor*. İstanbul: Evrensel Yayıncılık, 2008.
- Kızılcılık, Sezgin. *Frankfurt Okulu*. Ankara: Anı Yayıncılık, 2018.
- Kızılcılık, Sezgin. *Zalimler ve Mazlumlar Küreselleşmenin İnsani Olmayan Doğası*. Ankara: Anı Yayıncılık, 2018.

- Kızılçelik, Sezgin. *Çağdaş Sosyal Teorisyenler 2*. Ankara: Anı Yayıncılık, 2019.
- Ritzer, George. *Toplumun McDonalddlaştırılması*. Çev., Akın Emre Pilgir. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2016.
- Ritzer, George ve Stepnisky, Jeffery. *Sosyoloji Kuramları*. Çev., Himmet Hülür. Ankara: De Ki Yayıncılık, 2019.
- Rowe, David. *Popüler Kültürler Rock ve Sporda Haz Politikası*. Çev., Mehmet Küçük. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1996.
- Savran, Sungur. *Kod Adı Küreselleşme 21. Yüzyılda Emperyalizm*. İstanbul: Yordam Kitap, 2011.
- Sennett, Richard. *Karakter Aşınması*. Çev., Barış Yıldırım. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2019.
- Talimciler, Ahmet. *Sporun Sosyolojisi Sosyolojinin Sporu*. İstanbul: Bağlam Yayıncılık, 2015.
- Taylor, Charles. *Modernliğin Sıkıntıları*. Çev., Uğur Canbilen. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2017.
- Türkdoğan, Orhan. *Osmanlı'dan Günümüze Türk Toplum Yapısı*. Konya: Çizgi Kitabevi, 2015.