

**POPÜLER YANILGILAR:  
POPÜLER KÜLTÜR ÇALIŞMALARINDA TANIMLAMA  
VE SINIFLANDIRMA SORUNLARI ÜZERİNE**

**Can TÜRE**

**Özet:** Bu çalışmada, popüler kültür çalışmalarında tanımlama ve sınıflandırma sorunları üzerine tartışmalar yürütülecektir. Çalışmada, kültürün tanımındaki karmaşadan hareketle Eliot'un kültür çözümlemesi, medya etkisi ve popüler kültür üzerinde durulacaktır. Çalışma genel itibariyle, kültür, kitle kültürü ve popüler kültür terimlerinin hatalı olarak kullanılması ve anlam sınırlarının doğru olarak saptanamaması üzerinde durmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Popüler kültür, Kitle kültürü, Eliot.

**POPULAR MISTAKES:  
ON THE PROBLEMS OF DEFINITION AND CLASSIFICATION IN POPULAR  
CULTURE STUDIES**

**Can TÜRE**

**Abstract:** In this study, discussions on definition and classification problems in popular culture studies will be carried out. Based on the complexity in the definition of culture, Eliot's analysis of culture, media influence and popular culture will be emphasized in the study. In general, the study focuses on the erroneous use of the terms culture, mass culture and popular culture and the inability to determine the meaning boundaries correctly.

**Keywords:** Popular culture, Mass culture, Eliot.

# POPÜLER YANILGILAR: POPÜLER KÜLTÜR ÇALIŞMALARINDA TANIMLAMA VE SINIFLANDIRMA SORUNLARI ÜZERİNE



Can Türe

Popüler kültür üzerine yapılan çalışmaların çoğu, bu olgunun varlığını genel olarak kitle iletişiminin ortaya çıkışıyla, daha özel olarak ise 20. yüzyıla başlatmaktadır. Aydınlanma ve Sanayi Devrimi'nin çalışan ve kentlerde toplanan bir kitle yaratması ve bu kitlenin mesai dışı zamanındaki uğraşları, ilgileri ve bu zamanı harcama şekli, daha 19. yüzyılın sonlarında entelektüel ilgiyi üzerinde toplamıştır. Yirminci yüzyılın başında radyonun, manyetik-elektronik kitle iletişim çağını açmasıyla "kitle" olgusu, kültür araştırmalarının merkezine oturmuştur. Hitler'i iktidara getiren halk desteği ve bu halkın üzerinde kullanılan propaganda teknikleri, "kitle" kavramını neredeyse 1980'lere kadar merkezde tutmuştur; bugünlerde ise, çoğunlukla "popüler kültür" sözü duyulmaktadır. Kitle kültürü ve popüler kültür hakim literatürde, eşanlamli olarak kullanılmakta, eğer biri tercih edilecekse de, popüler kültür, genelde küçümsenerek, tercih edilmektedir. Ana akım (*mainstream*) medya kaynaklı olarak, kamuoyunun gündemini oluşturan her tür konu ve malzeme popüler kültür olarak adlandırılmaktadır.

Popüler kültür araştırmalarında ise durum biraz daha karmaşık görünmektedir. Bu konu üzerine akademik çalışma yapan, çoğunluğu Anglo-Sakson kökenli araştırmacılar, popüler kültür "savunucusu" ya da "karşıtı" olarak bölünmüş durumdadır. Birçoğu popüler kültürü, halkın bir an önce kurtarılması gereken bir "illet" olarak görürken, diğerleri, önceki grubu elitizmle suçlayarak, popüler kültüre önyargıyla yaklaşıldığını savunan ekole dahildir. Bu iki yaklaşım grubunun çalışmalarında ortak olan ise, popüler kültür-elit kültür sınıflamalarıdır. Kimi çalışmalarda bunlar açıkça "yüksek kültür"- "aşağı kültür" şeklinde tanımlanmakta; bu iki kategori, kesin çizgilerle birbirinden ayrılmakta ve çatıştırılmaktadır. Popüler kültüre olumlu yaklaşan akademisyenler ise, popüler kültürün hor görülmesine getirdikleri eleştiriyi, elit kültür ürünlerinin popülerize edilerek geniş kitlelerin gündemine sokulabileceği varsayımına dayandırmaktadır. Bir diğer ortak noktaları ise, iki grubun da kültür

sözcüğüyle, bugün sanatsal ya da estetik olarak bilinen ürünleri kastetmesidir. Bu çalışmalarda kültür nesillerin yaşayış, düşünüş, duyuş vb. özelliklerini ardıllarına aktarma işlevi taşıyan her türlü sözel, yazılı, görsel, işitsel ya da kayıtlı malzemeye verilen isim olarak ortaya çıkmaktadır. Popüler kültür-elit kültür gibi sınıflamalar da, bu kültür ürünlerinin tüketimine göre yapılmakta ve basit, gündelik ürünleri tercih eden grubun kültürü “halk kültürü” ya da “popüler kültür”, nitelikli ürünleri tercih eden grubun kültürü ise “elit kültür” ya da “üst kültür” olarak adlandırılmaktadır.

Bu sınıflamanın hakim olduğu popüler kültür araştırmalarında dikkat çeken bir eğilim, kitle kültürü (mass culture) ve popüler kültür (popular culture) etiketlerinin sıklıkla aynı anlama gelecek şekilde kullanılmasıdır.<sup>1</sup> Bu özdeşleştirme “popüler” sözcüğünün tanımı ve bu tanımın “kitle” sözcüğünü içermesi dikkate alındığında bir nebze anlam kazanmaktadır. “Popüler” sıfatının, “halk tarafından tanınan, onaylanan, yaygın olan” anlamını vermesi, kitle kavramını doğal olarak akla getirmekte ve “popüler” yerine kullanılmasını sağlamaktadır. Bir diğer eğilim ise, kitle kültürü ve popüler kültür arasında kesin bir ayırım yaparak, kitle kültürünü, kitle iletişim araçları tarafından yaratılan tektip ve dayatmacı bir kültür, popüler kültürü ise, buna muhalif olarak halkın, dayatmacı kitle kültürü içerisinde kendine açtığı muhalefet ve bireysellik alanı olarak sınıflamaktır. “... kitle kültürü, kültür endüstrisinin etkisiyle yaygınlık kazanmış olup toplumda güç sahibi olan kesimlerin güdümünde, güçten yoksun kitleyi yönetmek ve yönlendirmek için kullanılmaktadır. Oysa halkın içinden çıkan, halk tarafından üretilen popüler kültür halkın varlığının ve gücünün önemli bir göstergesidir.”<sup>2</sup> Bu iki eğilim, popüler kültür üzerine yapılmış çalışmalarda hakim durumda görünse de, hem “kitle kültürü” olgusunun hem de “popüler kültür” sorunun anlaşılmasının önünde bir engel oluşturmaktadır.

<sup>1</sup> Bu eğilimin bir örneği de Dwight Macdonald’ın 1953 tarihli makalesinde görülmektedir. Macdonald, aynı anlama gelmek üzere popüler kültür terimi yerine kitle kültürü terimini önermektedir: “Bazen ‘Popüler Kültür’ denir, fakat bence, ayrıca özelliğinin, sakız çiğnemek misali, yalnız ve direkt olarak kitlesele tüketime yönelik olmasından dolayı, ‘Kitle Kültürü’ daha doğru bir terim.” Macdonald D., “A Theory of Mass Culture”, *Mass Culture: Popular Arts in America*, Haz. Bernard Rosenberg, D. M. White, The Falcon Wing’s Press, Illinois, 1957 içinde, s. 59.

<sup>2</sup> Güngör, Nazife, “Giriş”, *Popüler Kültür ve İktidar*, Der. Nazife Güngör, Vadi Yay., Ankara, 1999 içinde, s. 11. Söz konusu kategorizasyonu benimseyen akademisyenlerden biri de Ünsal Oskay’dır. Oskay, “kitle kültürü ile popüler kültür kavramlarının eşanlı kullanımı eleştirdiği makalesinde, iki kavramı da, daha içinden çıkılmaz ve genellenemez bir hale getirmektedir. Oskay’ın yaptığı ayırma göre, kitle kültürü, kitle iletişimin ürünlerinin seri bir şekilde tüketimine dayanan ideolojik bir kategori, popüler kültür ise, halkın bu dayatmacı kitle kültürünün ötesinde kendine sınırlı bir yer açarak tepkisini dile getirmesidir. Oskay, mesai dışındaki eğlence zamanlarını, sınırlı bireysel ifade olanaklarını bu kategoriye dahil etmektedir. Oskay, Ünsal, “Kitle Kültürü Popüler Kültürü Kuşatırken”, *Yıkanmak İstemeyen Çocuklar Olalım*, Yapı Kredi Yay., İstanbul, 2004 içinde, s. 151-154. Bu tasnife göre, kitle kültürü, birtakım elit profesyoneller tarafından hazırlanıp halka sunulan kitle ürünleri olurken, popüler kültür de, bu içeriklere bireylerin de müdahale edebildiği araçları ifade etmektedir. Oskay’ın iki kavram arasında gözettiği tek farkın “bireysel katılım” olduğu gözlenmektedir.

Popüler kültür ve kitle kültürü olgularının anlaşılmasındaki bir diğer zorluk ise, ikisinde de ortak olan “kültür” sözcüğündeki tanımsızlıktır. Bu sözcüğün Batı dillerindeki uzun serüveni, birçok farklı kullanım ortaya çıkarmış ve bunlar günümüz sosyolojisinde çatışmaya düşmüştür. Bu çatışma ve dolayısıyla ortaya çıkan tanımsızlık, “kültür” sözcüğünün iki tamlayanı olan “popüler” ve “kitle” sözcüklerini de etkilemekte ve birlikte kullanıldıklarında ortaya çıkan kavramların bulanıklaşmasına yol açmaktadır. Bu nedenle, öncelikle kültür kavramının açıklığa kavuşturulması gereklidir.

### ***Kültürün Tanımındaki Karmaşa***

Kültür sözcüğü, uygarlık tarihinin oldukça uzun semantik ve morfolojik serüven geçirmiş sözcüklerinden biridir. Latince *colere* kökünden *cultura*'ya dönüşmüş ve “ibadet etmek”, “yetiştirmek” gibi anlamları taşımış; Latince Ortaçağ'a kadar ulaşarak 15. yüzyıl başlarında İngilizceye yerleşmiştir.<sup>3</sup> Kültür ve medeniyet kavramlarının zaman zaman birbirini karşılayacak şekilde kullanılmasının kökeni de, terimin Al-mancada uygarlık anlamına gelen bir dönem geçirmesinde aranabilir. Johann Gottfried Herder, kültür sözcüğü için, “*bundan daha belirsiz bir sözcük, bütün uluslara ve dönemlere uygulanmasından daha aldatici bir şey yoktur*” demiştir.<sup>4</sup>

Herder'in saptaması, kültür sözcüğünün modern kullanımı için, birkaç yüzyıl önceki kullanımından çok daha doğru görünmektedir. Zira, Aydınlanma çağının başlangıcından beri, “kültür” sözcüğünün birkaç kullanımı iç içe geçmiş ve bu karışıklığıyla günümüze kadar ulaşmıştır. Raymond Williams kültüre dair üç kullanıma yer vermektedir: “(i)18. Yüzyıldan itibaren zihinsel, manevi ve estetik gelişime ilişkin genel bir süreci anlatan bağımsız ve soyut ad; (ii) ... gerek bir halkın, dönemin, grubun gerekse genel olarak insanlığın belli bir yaşama biçimini anlatan bağımsız ad. Fakat entelektüel ve özellikle sanatsal etkinliğin ürünleri ve uygulamalarını anlatan bağımsız ve soyut adı da (iii)...”<sup>5</sup>

Williams'ın saptadığı bu üç anlamdan birinci ve üçüncüsü arasında derin bir tartışlık söz konusu değilken, bunlarla ikincisi arasında, tüm bir bilimsel terminolojiyi ve günümüzde yapılan çalışmaları etkileyen bir uçurum mevcuttur. İlk tanım daha çok antropolojik yaklaşım olarak bilinmekte ve anlamsal kökeni Edward Burnett Tylor'ın 1871 tarihli “İlkel Kültür” çalışmasına dayanmaktadır. Bu anlamıyla “kültür” çok geniş bir şekilde kullanılarak, sınırları çizilmiş bir topluluğun, tüm giriftliğiyle her türlü duyuş, düşünüş, eyleyiş ve varoluş şekillerini imlemektedir. Özneyi merkeze alan bu yaklaşım bir sosyal bir yapıyı sadece mevcut yapısıyla değil, bu yapıyı

<sup>3</sup> Williams, Raymond, *Anahtar Sözcükler*, Çev. Savaş Kılıç, İletişim Yay., İstanbul, 2007, s. 105.

<sup>4</sup> *Ibid.*, s. 108.

<sup>5</sup> *Ibid.*, s. 109.

şekillendiren özne olarak insan iradesini temel almaktadır. Antropolojik yaklaşım aynı zamanda tarihseldir ve yapının üzerinde tarihin etkisini göz önüne almaktadır. Bu yaklaşımda, bir topluluğun varoluş şekli olarak kültür sürekli bir değişkenlik halinde ve kendiliğindedir. İnsanın ya da topluluğun kendini mükemmelleştirmesi kullanımında olduğu gibi iradi bir özellik taşımamaktadır. Fakat bu sürekli değişim, geri-ileri kültür ya da popüler kültür-elit kültür gibi derecelendirmelere neden olan bir ilerleme çizgisi ortaya çıkarmak yerine kümülatif olarak gerçekleşmektedir. Bu da, söz konusu yaklaşımda tüm mevcut kültürlerin eşit düzeyde değerlendirilmesi anlamına gelmektedir.

Birinci ve üçüncü kullanımlar olarak ele alınan, kültürü “entelektüel ve özellikle sanatsal etkinliğin ürünleri ve uygulamaları” ya da “kişinin bilgisini artırmak ve akli melekelerini daha iyi kullanmak için harcadığı kişisel ve sistemli çaba”<sup>6</sup> olarak gören yaklaşım ise, her ne kadar kökeni Francis Bacon’a kadar uzansa<sup>7</sup> dahi, oldukça yenilerde yaygınlık kazanmıştır. Genel olarak eğitim seviyesiyle özdeşleştirilmiş olsa da, yirminci yüzyılda çoğaltım ve dağıtım olanakları gelişen kitle iletişim ürünlerinin, aynı dönemde öne çıkmış olan bu bakış açısının üzerinde son derece etkili olduğu görülmektedir.<sup>8</sup> Raymond Williams bu kullanım için de üç anlam katmanı belirlemektedir. Bunlardan ilki, “kültürlü kişi”, “kültür almış kişi” kullanımlarında görüldüğü gibi, gelişkin bir zihin durumunu, ikincisi, “kültürel ilgiler” “kültürel etkinlikler” örneklerindeki şekilde bu gelişme sürecini ve üçüncüsü de “sanat”, “beşeri entelektüel çabalar” gibi bu süreçlerin araçlarını ifade etmektedir.<sup>9</sup> Bu yaklaşım, kültür kavramına, insanoğlunun edinebileceği belirli vasıflar olarak bakmakta ve insanın kusursuzluk ve ilerleme yolundaki durumu olarak ifade etmektedir. Antropolojik yaklaşım “kültür”ü kümülatif bir bütün olarak görürken, bu bakış gelişimci bir tona

<sup>6</sup> Dollot, Louis, *Kitle Kültürü ve Bireysel Kültür*, İletişim Yay., Çev. Özlem Nudralı, İstanbul, 1991, s.9. Aynı kaynaktan, “kendini kültüre vermek”, “kültüre adamak”, “doğal yetilerini kültürel gelişimle” gibi kültür sözcüğünün bu kullanımından doğmuş deyimlere ve “engin bir kültür; iyi bir edebiyat, felsefe, bilim, sanat, müzik kültürüne sahip olmaktadır” örneğine yer verilmektedir.

<sup>7</sup> “Culture”, *Dictionary of Race, Ethnicity and Culture*, Haz. Bolaffi G., Bracalenti R., et. al. Sage Publications, London, 2003, s. 61.

<sup>8</sup> “Eğitim, entelektüel birikim ve sanatsal zevklerde incelik” yaklaşımına dayalı popüler kültür-yüksek kültür ayrılığı, en çok Irving Howe, Herbert J. Gans, Dwight Macdonald gibi yazarlarda göze çarpsa da, akademik çalışmaların hemen hepsi bu ayrılığı dile getirmekte ya da varsayımsal olarak kabul lenmektedir. Ayrıca, bu yazının kaleme alındığı günlerde CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu, İzmir mitinginde kentlilere hitaben “İzmir deyince sokaklarında, caddelerinde özgürce gezilebilecek, kültür düzeyi yüksek bir kent görüyorsunuz” diye sesleniyordu. “Kılıçdaroğlu İzmir’de Konuştu”, *Hürriyet İnternet*, 4 Aralık 2011, <http://www.hurriyet.com.tr/gundem/19389866.asp> (Erişim: 4.12.2011). Burada da, “kültür” kavramının bir bilinç seviyesi şeklinde hatalı kullanımının örneği görülmektedir. Zira “kültür düzeyi yüksek” saptaması büyük olasılıkla, İzmir halkının yüksek eğitim seviyesine ve sol siyasal eğilimlerine dayanarak yapılmıştır.

<sup>9</sup> Williams, Raymond, *Kültür*, Çev. Suavi Aydın, İmge Yayınları, Ankara, 1993, s. 9.

sahiptir. Hem bireyin hem de toplulukların kültürel gelişimini esas almaktadır. Bilinçli ve iradi olarak sahip olunan, geliştirilen kültür, ortaya bir ilerleme çizgisinin çıkmasına neden olmuş, on sekiz ve on dokuzuncu yüzyıllarda birçok yazarın yaptığı gibi, ileri ve geri kültür ayrımı ortaya çıkmıştır.<sup>10</sup> Yirminci yüzyılda, bu ayrımın ulusal sınırlar taşıyan bir örneği, kendisini Avrupa ve Amerikan kültürleri karşıtlığında göstermektedir. Amerikan kültürü basit zevkleri ve algısı kolay enformasyon ürünleriyle özdeşleştirilirken, Avrupa kültürü binlerce yıllık geçmişinin birikiminden gelen ve Amerikan halkı için “elit” kültürle bir tutulan ürünlerin merkezi olarak görülmektedir. Van Elteren, bu karşıtlığı “*bir kültürel savaş*” ve “*bir yanda kültürel incelik ve eğitilmiş zevk, diğer yanda ise kaba, ticari ve yüzeysel kitle kültürü arasındaki çatışma*” olarak nitelemektedir.<sup>11</sup> Amerikan toplumu birçok kişi tarafından geri ve popülere düşkün bir toplum olarak değerlendirilirken Batı Avrupa, kendi tarihsel kültür ürünlerine bağlı olarak, daha komplike bir estetik bilinç ve ileri bir entelektüel düzey sahibi bireyler topluluğu olarak algılanmaktadır.<sup>12</sup> Bunun yanında, kültürün halk ve elit kültür olarak ayrımında, popüler kültürle özdeşleştirilen halk kültürünün de savunucuları çıkmıştır. Bu savunucular, hem akademik dünyadan hem de bilinçli olarak bu kültürel düzeyini koruma ihtiyacı taşıyanlar arasından çıkmış ve anti-elitist özellikler sergilemişlerdir. Dollot, sosyo-politik nedenler ya da sıkıntılar nedeniyle bu grubun her zaman var olduğunu ve birey kültürünü temsil ettiğini düşündükleri her şeye karşı savaştıklarını belirtmektedir.<sup>13</sup>

Kültürün tanımlanmasındaki bu karşıtlık, günümüzde popüler kültür üzerine verilen çalışmalarını doğrudan etkilemektedir. Bu etki, sadece etimolojik bir alanda kalmamakta, popüler kültürün doğasının kavranmasına da engel olmaktadır.

<sup>10</sup> Kültürü ilerleyen bir yapı olarak görmek, tanımı itibariyle ilerlemeci bir özellik taşıyan medeniyetle arasındaki ayrımı da silikleştirmektedir. Kültür sözcüğünün geçtiğimiz yüzyıllarda bazı dillerde medeniyetle aynı anlamda kullanıldığını düşündüğümüzde, bilimsel terminolojinin hala büyük bir çıkmazda olduğu sonucuna varmak zor olmamaktadır. Hem de kültür kavramının sınırlarının çizilmesi meselesi 1940 ve 50’li yıllarda Amerikan antropologların oldukça meşgul etmiş olmasına rağmen. Bkz. “Culture”, *Encyclopedia of Social and Cultural Anthropology*, Haz. Barnard, A. - Spencer, J., Routledge, London, 2002, s. 206.

<sup>11</sup> Van Elteren, Mel, “Amerikan Popüler Kültürünün Etkisinin Global Bir Yaklaşım İçinde Değerlendirilmesi”, *Popüler Kültür ve İktidar*, Der. Nazife Güngör, Vadi Yay., Ankara, 1999 içinde, s. 278.

<sup>12</sup> Söz konusu ABD-Avrupa kültürü arasındaki karşıtlık popüler kültür incelemeleri açısından oldukça anlamlıdır. Bu bağlamda, popüler kültürle özdeşleştirilen hep Amerikan kültürü olsa da, Avrupa, kıtasal ya da ulusal kültürler olarak kendi popüler kültürüne sahiptir. Avrupa’nın kültürel popülizm biçimleri, Amerikan kültürü ya da kültür ürünleri karşısında elitist olarak değerlendirilmektedir. Bu farklı konulamalar da, popüler kültür incelemelerinde ortak kategorilere ulaşılmasını engellemekte ve ortak kavramlar üzerinden konunun tartışılmasını zorlaştırmaktadır.

<sup>13</sup> Dollot, Louis, Op. Cit., s. 17.

### *Kültürün Tanımındaki “Modern” Çarpıklık*

Günümüzde “kültür” kavramının sadece belirli entelektüel, sanatsal birikim ve belirli davranış ve duyarlılık kodları olarak tanımlanması, popüler kültür yaklaşımlarındaki temel sorunu oluşturmaktadır. Bu birikime sahip olmak ya da bundan mahrum kalmak ya da bu birikimin derecesi, kültürde ilerleme ve dolayısıyla ileri-geri kültür gibi bir ayrım ortaya çıkarmaktadır. Bu ayrım, popüler kültüre, elit kültürün tam tersi olarak yaklaşan ekolün temel varsayımını oluşturmaktadır.

Söz konusu kullanım, kültürün kitlesel karakterini göz ardı etmekte ve yapısını anlamaya yönelik çabayı sadece ekonomik sınıflarla sınırlamaktadır. Kültür olgusu kitle içersinde oluşarak, şekillenerek, yaşayarak ve sürekli değişerek var olur. Kültürü kitle kavramı dışında düşünmek olanaksızdır. Louis Dolot, bireyin “bilinçli ya da bilinçsizce etkilerine maruz kaldığı gruptan bağımsız olmadığını” belirtmektedir.<sup>14</sup> Oysa Marksist anlamdaki klasik sınıflar toplumda yer alan kültürel grup ya da toplulukların sınırlarıyla her zaman örtüşmemektedir. Dolayısıyla, halk kültürü- elit kültür ayrımına dayalı çalışmalarda, “sayı” yani kitlenin büyüklüğü ya da sosyo-ekonomik düzey, o kitleyi bir kültürel düzey ile özdeşleştirmek için bir ön şart olmamaktadır. Bu ekol, karşı karşıya getirmek üzere iki kültürel aşama tanımlamakta ve bunlar arasındaki sınırı mutlaklaştırmaktadır.

Bu iki kültür derecesi arasındaki geçişlilik yirminci yüzyıldaki çok az araştırmacı tarafından, onlar da sadece elit kültürün popülerize edilerek kitlelere ulaştırılması konusunda, ele alınmıştır; bunlar dışında kalan tüm çalışmalar ise, genelde popüler kültürle aynı anlama gelmek üzere, halk kültürü ve elit kültür arasında herhangi bir etkileşim öngörmemektedir. Oysa daha on sekizinci yüzyılda yazdığı *İnsanlık Tarihinin Felsefesi Üzerine Düşünceler (Ideen zur Philosophie der Geschichte der Menschheit)* adlı eserinde Herder “kültürler”den bahsetmenin gerekliliğine değinmiş ve hem farklı coğrafyaların hem de farklı zamanların kendine özgü ve değişken kültürleri olabileceğini, bunun yanında belirli bir ulus içinde de toplumsal ve ekonomik grupların kültürlerinin olabileceğine işaret etmiştir.<sup>15</sup> Bu “kültürler” ulusal kültür içindeki farklı topluluklarda ve farklı zaman kesitlerinde değişik özellikler taşımakta ve aralarındaki etkileşim sonucu sürekli değişkenlik halindedir. Topluluk ve gruplararası etkileşimi anlamak kültürün öznesini anlamak anlamına gelmektedir. Gruplararası etkileşimin kültürün değişiminde oynadığı rolü Van Elteren şöyle ortaya koymaktadır:

*“Ulusal ve diğer kültürel kimliklerin gereği gibi anlaşılabilmesi için onların tek tek analiz edilmesi ve sonra da birbirleriyle ilişkilerinin nasıl olduğunun düşünülmesinden çok bu ilişkiler içindeki kurulma biçimlerine bakmak gerekir. Bu perspektiften bakarsak, Avrupa kültürünü tanımlamaya çalışmakla başlamak ve örneğin, daha sonra da*

<sup>14</sup> Ibid, s. 29.

<sup>15</sup> Williams, *Anahtar Sözcükler*, s. 108 ve Williams, *Kültür*, s. 9.

*diğer kültürel kimliklerle ilişkilerini analiz etmek uygun olmayacaktır. Asıl ayırım, kimliğin oluşturucusudur. Avrupa kültürü, tam olarak Amerikan kültürü, Asya kültürü, İslam kültürü ve başka kültürlerle karşı eklemlenişi ve onlardan ayrılan yönleriyle inşa edildikçe görülebilir.”<sup>16</sup>*

Kültürel birimlerin birbirlerine taşıdıkları veya kendileri dışında bıraktıkları motifler, değerler, tutum ve algılar bu birimler arasındaki sürekli bir etkileşimin ürünüdür. Buna rağmen son dönemde yapılan kültür sınıflamaları, karmaşık etkileşim unsurunu göz ardı ederek kültürlerin içinde var olduğu varsayılan ekonomik sınıfların sınırlarını da mutlaklaştırmakta ve çalışmalar, kültür gibi neredeyse canlılık derecesinde bir devingenliğe sahip bir kavramın oldukça uzağına düşmektedir. Kast sistemlerinin varlığını sürdürdüğü toplumları dahi açıklamaya yetmeyen bu “sabit kültürel sınıflar” analizi, günümüz ekonomik geçişliliğin kısmen yaşandığı Batılı sanayi toplumlarındaki kültürel yapının anlaşılmasını imkansız kılmaktadır.

Kültür olgusunun, “bir topluluğun, tüm yaşayış, varoluş, duyuş ve düşünüş biçimleri” olarak tanımlanması, onun, iki kültürel sınıfın birbirinden bağımsızca varlığını temel alan dikotomik model yerine, kültürü kitlesel temele oturtan bir modelle kavranmasının ön adımını oluşturmaktadır. Zira, kültür kitlesel ve dolayısıyla grupsal bir olgu olarak ele alınmazsa, kültür gruplarının sadece halk ve elit kültürlerden ibaret olduğu yanlışlığı devam edecektir. Oysa kapsayıcı bir kültür tanımı, tüm ekonomik, bölgesel, dinsel, ailevi, etnik vs. tüm kültür grup ve alt gruplarını, tüm etkileşimleriyle kavramaya oldukça elverişlidir. Tüm kültürel biçimlenmeler yan yana ve iç içe gruplar olarak ele alındığında, farklı düzeylerdeki statik iki kültür düzeyi yerine kültürel gruplar normatif bir düzey taşımaksızın, toplum içinde birbirlerinin alt kümesi ya da kapsayanı olarak ortaya çıkmakta ve bunlar arasındaki tek taraflı ya da karşılıklı etkilenmeler bu ilişkilerin niteliğini belirlemektedir. Bu grupsal yaklaşım, aralarında ortak kültürel elementlerin bulunduğu her insan grubunu bir kültür olarak ele almakta ve toplumsal kültürü tüm karmaşıklıkıyla kavramaya çalışmaktadır.

### ***Eliot’un Kültür Çözümlemesi***

Şair Thomas Stearns Eliot, bir kelimenin ancak yanlış kullanılmaya başlayıp yozlaşınca yeniden tanımlanmaya ihtiyaç duyduğunu ve amacının “kültür kelimesini kurtarmak” olduğunu belirterek<sup>17</sup>, bu kavramın anlamını tartıştığı makalelerinde<sup>18</sup>

<sup>16</sup> Van Elteren, Op. Cit., s. 283.

<sup>17</sup> Eliot T.S., *Kültür Üzerine Düşünceler*, Çev. S. Kantarcıoğlu Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara, 1981, s. 1-6.

<sup>18</sup> Bu makalelerin çoğu daha çok şiirleriyle tanınan Eliot’un, edebiyat ve estetik eleştirilenliğinin ürünleri olarak II. Dünya Savaşı sırasında yazılıp yayınlanmış ve savaştan kısa bir süre sonra *Notes Towards the Definition of Culture* adı altında kitaplaştırılmıştır. Kitabın orijinal İngilizce ismi, makalelerin tanımsal bir tartışma niteliğinde olduğunu daha açık olarak yansıtmaktadır. Eliot’un



kültür kavramının, “sözcüğü neredeyse topluma denk kılan”<sup>19</sup> antropolojik anlamını benimsediğini ifade etmiş ve bu anlamın dar kapsamlı bir yapı çözümlemesine girişmiştir. Eliot, bu makalelerinde din gibi idealist ve “gelişmiş kültür”, “az gelişmiş kültür” gibi normatif kavramlara yaslanırsa da, kültür analizi, kültürdeki çözülme ve devrimin itici gücü olarak iktisadi mübadele ve ihtisaslaşmayı temel alması nedeniyle, oldukça materyalist ve dünyevi temellere dayanmaktadır.<sup>20</sup> Bu çözümleme, “kültür” sözcüğünün günümüzde daha revaçta görünen anlamına yapılacak bir itiraz bağlamında oldukça yol gösterici görünmektedir. Her şeyden önce Eliot, benimsediği kültür kavramını ve sınırlarını şöyle ifade etmiştir:

“... ‘kültürü’ önce antropologların söyledikleri gibi, bir yerde ve birlikte yaşayan belli bir toplumun yaşayış şekli olarak tanımlıyorum. Bu kültür, onların sanatlarında, sosyal sistemlerinde, alışkanlık ve adetlerinde ve dinlerinde gözle görülür şekilde yaşamaktadır. Fakat bütün bu unsurların toplamı, kolaylık olsun diye konuşmalarımızda ekseriya ifade ettiğimiz gibi, kültürü oluşturmaz. Bir insan, vücudunun bütün uzuvlarından daha anlamlı ve büyük bir şey olduğu gibi, kültür de, sanatlarının, adetlerinin ve dini inanışlarının toplamından daha büyük ve farklı bir şeydir. Kültürü oluşturan bu unsurların hepsi etkileşim içindedirler; tek bir unsuru anlamak için, hepsini anlamak gereklidir.”<sup>21</sup>

Bu tanımla Eliot, kültüre hem antropolojik anlamını ifade etmekte hem de bu anlamın sınırlarını çizmektedir. Tylor’un 1871 yılında kültür kavramına koyduğu sınırlar da Eliot’unkiyle oldukça benzeşmektedir: “Kavramları, bilgileri, inançları, sanatları, yasaları, ahlaki, giysileri ve bir toplum üyesi olarak insanın edindiği tüm diğer yetenek ve alışkanlıkları kapsayan karmaşık bir bütün.”<sup>22</sup> Sınırları Tylor ve Eliot’unkiler kadar geniş bir diğer kültür tasvirine ise Nermi Uygur’un kültür analizinde rastlanmaktadır. Uygur, kültür için “içinde insanın var olduğu tüm gerçeklik” dedikten sonra kültür kavramının çerçevesini şöyle çizmektedir:

“Kültür, doğanın insanlaştırılma biçimi, bu insanlaştırmaya özgü süreç ve verimdir. Kültür, insanın kendini kendi evinde duymasını sağlayacak bir dünya ortaya koymasındır. Buna göre kültür, böylesi bir dünyanın anlam-varlığına ilişkin tüm düşünelirlikleri içerir: insan varoluşunun nasıl ve ne olduğudur kültür. İnsanın nasıl düşündüğü, duyduğu, yaptığı, istediği; insanın kendisine nasıl baktığı, özünü nasıl

---

yaklaşımı, kültür kavramını insan dimağı ve kişiliğinin geliştirilmesine hapseden yaklaşıma itiraz için uygun bir teorik çerçeve sağlamaktadır. Raymond Williams ise kitabı ilk çıktığında okuduğunu ve kabul edemediğini belirtmektedir.

<sup>19</sup> Williams, *Anahtar Sözcükler*, s. 19.

<sup>20</sup> Eliot, T.S., s. 17. “Medeniyette gelişmenin daha ihtisaslaşmış kültür gruplarını meydana getireceği açıktır. Fakat bu gelişmenin tehlikesiz olacağı beklenmemelidir. Kültürde çözülme, kültürde ihtisaslaşmayı takip eden bir olgudur. Bir toplumun muzdarip olabileceği en köklü çözümlere ihtisaslaşma ile olur.”

<sup>21</sup> *Ibid*, s. 133.

<sup>22</sup> Dollot, Louis, s. 29.

gördüğü; değerlerini, ülkülerini, isteklerini nasıl düzenlediği, -bütün bunlar hep kültürün öğeleridir. İnsanın ne tür bir yaşama-biçemi, ne tür bir var olma programı, ne tür bir eylem-kalıbı benimsediği kültürdür hep. Teknik, ekonomi, hukuk, estetik, bilim, devlet, yöntem, -insanın meydana getirdiği her şey kültüre girer. Örgütler, dernekler, kurumlar, okullar, tüm kendilerine ilişkin şeylerle birlikte kültürden sayılırlar. İnsanlar arasındaki her çeşit karşılıklı etkileşmelere, her türlü yapıp yaratma alışkanlıklarına, bütün 'manevi' ve 'maddesel' yapıt ve ürünlere kültür denir.<sup>23</sup>

Eliot'un kültür analizinde önemli bir diğer nokta ise, kültür olgusunun yapısının ortaya konmasında merkezi öneme sahip sistem yaklaşımını benimsemesidir. Kültür ve alt kültürler arasındaki etkileşim için güneş sistemi analogisine başvurmaktadır: "Eğer bir milli kültürün gelişmesi bekleniyorsa, bu milli kültür, birbirini besleyerek kültürün bütününe de besleyen alt kültürlerden oluşmuş bir güneş sistemi gibi olmalıdır."<sup>24</sup> Bu yaklaşım, kültürün kendi içindeki alt kültür gruplarının, kültürel yapının tamamının ortaya konması bakımından önem taşımaktadır. Aynı şekilde, kültüre bu antropolojik anlamını kazandırdığı kabul edilen Edward Burnett Tylor da kültür olgusunu bir parça bütün ilişkileri içerisinde değerlendirmiştir. "... 'zira düzeyi ne olursa olsun insan yaşamına ilişkin her şey kültüredir.' -Tylor, mitolojiyi, dili, animist pratikleri, şenlikleri de kültürün kapsamına dahil eder. Kültür adını verdiğimiz şey bunların bütünüdür ve bu bütünün parçaları da birbirleriyle ilişkilidir."<sup>25</sup>

Eliot, kavramın kişisel bir gelişim karşılığı olarak kullanılan anlamının çok uzun bir tarihi olmadığını belirterek bu anlamın da antropolojik anlamın semantik köklerine sahip olduğunu vurgulamaktadır: "Özenle ve bir gayret sonucu kazanılacak bir şey olarak 'kültür', ferdin kendi dimağını işlemesi anlamında düşünülünce, nispeten anlaşılabilir kavramdır. Tabidir ki, ferdin kültürü, içinde bulunduğu sınıfın ve toplumun kültüründen soyutlanamaz"<sup>26</sup> Kavramın antropolojik anlamı ve kişiliğin ve dimağın geliştirilmesi şeklindeki anlamları arasındaki ilişki, Eliot'un bu vurgusunda açıkça görülmektedir.

Sözcüğün son on yıllarda karşımıza, insana ait bir vasıf olarak çıkması, bu vasfın - kültürün- kazanılması için gerekli araçların yaygınlaşarak, kitle iletişim araçlarına dönüşmesine yakın zamanlara denk düşmektedir. Toplumun tüm yaşam, düşünüş ve duyuş biçimleri olarak kültürün aktarılması ve yayılmasını, dolayısıyla bekasını sağlayan kitap, gazete, tiyatro, opera vb. tüm araçlar yüzyıllardır bu işlevlerini sürdürmüşse de televizyon, video, yeni baskı teknolojileri ve internet gibi araçlarla birlikte, özel olarak son çeyreğinde olmakla birlikte, yirminci yüzyıl kültürün medya ve diğer kitle iletişim araçları üzerinden üretilip aktarıldığı bir zaman dilimi olarak ortaya

<sup>23</sup> Uygur, Nermi, "Dil, Kültür ve Eğitim", *Kültür Kuramı*, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 1996, s. 17.

<sup>24</sup> Eliot, T.S., "Kültürde Benzerlikler ve Farklar: Bölge Kültürü", s. 57.

<sup>25</sup> Dollot, Louis, s. 29.

<sup>26</sup> Eliot, T.S., "Kültürün Üç Anlamı", s. 11.

çıkıştır. Günümüzde kültür, hiçbir dönemde olmadığı kadar medya aracılığıyla aktarılmakta ve üretilmektedir. Özet olarak kültür, kısa zaman öncesine kadar, antropolojik anlamıyla, topluma ait oldukça kapsayıcı bir durumu ifade ederken, günümüzde, kendisini aktaran araçların kullanım yoğunluğunu ifaden bir sözcüğe dönüşmüştür. Eliot'un, *"ferdin kültürü, içinde bulunduğu sınıfın ve toplumun kültüründen soyutlanamaz"* şeklinde ifade ettiği durum, medyada ve diğer kültürel araçlarda yer alan içeriğin, toplumdaki somut durumdan tümüyle ayrılmasının imkansızlığıdır.

"Edinilen kültür" ve "içinde yaşanan kültür" ayrımının bizi götürdüğü bir diğer düşünce ise, kültürü bilinçli ve istekli olarak planlanan, öngörülen ve kazanılan iradi bir yapı olarak kavrama yanılgısıdır. Bu yanılgı, kültürel araçların tüketilme yoğunluğuna bağlı olarak ileri kültür-geri kültür şeklinde ayrımlar ortaya çıkarmakta ve bu araçların toplum ve birey üzerindeki etkisini gerçekte olduğundan fazla göstermektedir. Bu da sürekli olarak topluma, kitle iletişim araçlarının, kendisi üzerinde mutlak bir otoriteye sahip ve bu araçları yönetenlerin de kültürün tek belirleyicisi olduğunu telkin etmektedir. Tüm toplumsal ve grupsal yaşama ait olan kültürün organik ve tabii yapısı göz ardı edilmektedir. Eliot, kültürün öngörülebilir ve şekillendirilebilir oluşuna dair görüşlere karşı çıkarak, verdiği birleşik kilise örneğiyle kültür üzerinde bilinçli bir müdahalenin gerçekleşemeyeceğini savunmaktadır:

*"Mutlak bir otoritenin planladığı sosyal bir sınıflandırma suni ve tahammülü imkansız bir şey, merkezden yönetilen bir mahalli yönetim planı çelişkili olurdu. Kiliseler arasında kurulacak bir birlik inançta birlik meydana getirir ümidiyle empoze edilemezdi ve sadece çeşitlilik hatırı için yaratılan farklı inançlar da saçma olurdu. Varacağımız sonuç, bu kültür şartlarının insanlar için "tabii" olduğunun şuurunda olmaktır."<sup>27</sup>*

Kilise üzerinden bu yaklaşım kültüre bilinçli müdahale edildiği tezine önemli bir karşı çıkış niteliği taşımaktadır. "Kültürün öznesi" sorunu geçmişte kilise bağlamında yapılmışken günümüzde bu tartışmanın kilise tarafını kitle iletişim araçları almıştır. Eliot'un geçmişteki bu tartışmada aldığı konum günümüze uyarlandığında, kitle iletişim araçları ve kültürel araçlar olarak nitelenen tiyatro, müzik, opera, edebiyat vb., kültürün yayılması ve aktarılmasında önemli bir role sahipken kültürün belirlenmesinde oldukça pasif, ikincil bir konumda bulunmaktadır. Bir kültürün devinimi, tek tek kişiler tarafından değil, ona içkin gruplar tarafından ve bunların etkileşimiyle "doğal" olarak gerçekleşmektedir. Bir kültürü tasarlama ya da ona şekil verme çabaları, kimi kişi ya da grupların güçlerinin olduğundan fazla gösterilmesi ya da bir yanılgı sonucu öyle görülmesinden ibarettir.

Kültürün toptan biçimlendirilmesi doğasına tamamen aykırı olsa da, kültürü oluşturan bileşenlere müdahale edilebilmektedir. Herhangi bir toplulukta, belirli davranışların kabul görmesi ve diğerlerinin dışlanması, yine topluluk içi dinamiklerden bağımsız olmamakla birlikte, topluma enjekte edilebilmektedir. Davranış ka-

<sup>27</sup> Ibid, "Giriş", s. 10.

lıplarının yanı sıra, yaklaşımların, tutumların, hassasiyetlerin, belirli algı biçimlerinin, tüketim alışkanlıklarının ve kültüre içkin diğer unsurların topluluğa işlenmesi, öne çıkartılması ya da yaygınlaştırılması belirli yöntemlerle mümkün olabilir fakat, bu müdahalelerin toplulukta karşılık bulması, hiçbir zaman, kültürün karmaşık iç yasalarına aykırı biçimde gerçekleşmez. Eliot, kültürün tanımına devamla şu şerhi düşmektedir: “*Kendimi farklı bir insan yapacağım’ diyemediğimiz halde ‘bu kötü alışkanlığı bırakacağım ya da bu iyi alışkanlığı geliştirmeye çalışacağım’ diyebiliriz.*”<sup>28</sup> Kültür ve onu oluşturan elementler arasındaki bu ayırım, kültürün öznesi tartışması bağlamında büyük önem taşımaktadır. Zira, hatalı olarak birbirinin yerine kullanılan “kitle kültürü” ve “popüler kültür” terimleri arasında yapılacak bir sınıflamada bu ayırım başat rol oynamaktadır.

### ***Kitle Olgusu ve Uyma Davranışı***

Kitle sözcüğünün Türkçe olmasa da İngilizcedeki etimolojik kökeni, kitle ve kültür ilişkisi açısından aydınlatıcıdır. Latince *Massa* ve Fransızca *Masse* kökünden gelen ve birkaç yüzyıl önce sadece “çokluk”, “yüksek miktar”, “geniş sayı”, “yığın” gibi anlamları karşılayan bir sıfat olan “mass” sözcüğü, on yedinci yüzyılın sonları ve on sekizinci yüzyılın başlarından itibaren toplumsal anlamını kazanmaya başlamıştır.<sup>29</sup> On yedinci yüzyılda gazete yoluyla kitle iletişiminin yaygınlaştığı ve yüzyılların durağanlığından sonra seri üretim tekniklerinin henüz hızlanmaya başladığı bir zamanda ortaya çıkan bu anlam, pekişerek günümüze kadar varlığını korumuş ve “mass” sözcüğü, her ne kadar eski anlamını korusa da, günümüzde daha çok geniş insan toplulukları anlamında isimleşmiştir. Sözcüğün etimolojik serüveni, kitle kavramının çokluk ve yüksek miktar anlamlarıyla ilişkisini açıkça ortaya koymaktadır.

Kitle ancak, çokluğun, yığının olduğu yerde var olmaktadır. Dolayısıyla kitle kültüründen bahsedildiğinde, kitlenin bu özneliliğinin dikkate alınması zorunludur.<sup>30</sup> Bu öznelilik, birey ve topluluk arasındaki ilişkiyi belirleyerek, kültürün üretilmesi ve devam ettirilmesinde temel bir rol oynamakta ve kitle kültürü olgusunun yerleşik ve toplu yaşam sonrasına -günümüzdeki anlamıyla kentliliğe- ait bir kavram olduğunu göstermesi bakımından önem taşımaktadır. Buna rağmen, kitle, çokluğun ve yığının olduğu yerde yaşam alanı bularak kökünü nicelikten alsa da, kitle kavramı nitel bir özellik taşımaktadır. Gasset bu kitleyi, eşitleyici bir anlamda olmak üzere “ortalama

<sup>28</sup> Ibid, “Giriş”, s. 10.

<sup>29</sup> Williams, Op. Cit., 2007, s. 234.

<sup>30</sup> Gasset de, kitle kavramının yapısını çözümlerken, “çokluk” kavramının nicel bir kavram olduğundan ve bunu sosyolojik terminolojiye çevirmenin gerekliliğinden bahsetmektedir. Gasset, J.O.Y., “The Coming of the Masses”, *Mass Culture: Popular Arts in America*, Haz. Bernard Rosenberg, D. M. White, The Falcon Wing’s Press Illinois, 1957 içinde, s. 42.

insan” olarak nitelemektedir. *“Bu şekilde sadece bir nicelikten -çokluk- ibaret olan şey, nitel bir saptamaya dönüşmektedir: Diğer insanlardan farklılaşmamış fakat kendisinde genel bir tipi sürekli tekrarlayan insan, ortak sosyal nitelik haline gelmektedir.”*<sup>31</sup>

Kültüre yukarıda bahsedilen devingenliği ve canlılığı kazandıran kitledir. Bu sadece kitlenin, kültürün öznesi olmasından değil, aynı zamanda içinde yaşamasından kaynaklanmaktadır. Bu anlamda, kitle kültürü belirli düzeyde asimilatif özellikler taşımaktadır. İnsan türünün kendi kendisinin hem öznesi hem de nesnesi olmasından kaynaklanan bu durum, kendi içinde sürekli bir asimilasyonu gerçekleştirmektedir. Dolayısıyla, kitle, kültür için sadece bir fail değil aynı zamanda bir koşuldur. Kültürün bir canlı organizma gibi sürekli devinimi bu koşul içerisinde gerçekleşmektedir.

Kitle kendi içerisinde kültürü yaratır ve yaşatırken, birey sürekli bir asimilasyona uğramaktadır. Bu durum bireylerin belirli mekanizmalar aracılığıyla birbirine benzeme ihtiyaçlarının sonucu olarak ortaya çıkmakta ve tek tek bireyler, topluluk yaşamında sürekli bir uyma davranışı gerçekleştirerek, çeşitli yönleriyle birbirine benzemektedir. Bu benzeme, çoğu popüler kültür araştırmacısının kabul ettiği aksine, sadece tüketim alışkanlıkları ve kitlesel kültür ürünlerinin tercihinde değil, topluluk içerisinde inşa edilen kimliğin seçiminde de görülmektedir. Tüketim alışkanlıkları, giyim tercihleri, kitle iletişim araçlarının takip edilmesi vb. yönelimler, bireyin topluma entegre olma biçiminin sonuçları olarak ortaya çıkmaktadır. Toplumda birçok farklı gruba dahil ve çeşitli statülere sahip olan birey, bu alanlarda ne kadar marjinal şekilde hareket etmeye çalışsa da sonuç olarak, kendisini bu topluluklar dışında bırakacak bir tercih yapmaktan her zaman çekinmektedir. Örneğin farklı olmak, kişinin dahil olduğu gruplarda bir norm halinde ise, kişi bu norma kayıtsız kalamayacaktır. Bu norm gözetme ihtiyacı bireyde içsel ya da dışsal olarak sürekli gerçekleşmektedir. *“Kişinin kendi olma arzusu herkesten bütünüyle farklı olma arzusunu değil, bireysel farklılıklarını toplumsal dayanışma içinde ortaya koymayı ifade eder.”*<sup>32</sup> Bu uyma, sosyal varoluşun bir zorunluluğu olarak karşımıza çıkmaktadır. Farklı olma ve sosyal güvence ihtiyaçları eksenindeki bu paradoksun popüler kültür kavramı içindeki merkezi yeri şöyle ifade edilmiştir:

*“Eli kitaba kaleme uzanan pek çok insan için herhangi bir kitabı ‘herkesin’ okuyor olması ya da bir şarkıyı ‘bilmeyenin kalmaması’ bu ürünlerin bir kenara atılması, yok sayılması için yeterli. Tersini düşünecek olursak, bilinmeyi, ‘ender’ ve özgün olanı bulup çıkarmak, dinlemek, izlemek, yani ‘tüketmek’ çoğumuz tarafından övünülecek, bizi ‘ayrıksı’ kılan özellikler olarak ele alınır. Popüler kültür kavramı çerçevesinde söylenecek sözler aslında bu tavırların arkasında yatan tarihsel-düşünsel bir birikime dayanmaktadır.”*<sup>33</sup>

<sup>31</sup> Ibid, s. 42.

<sup>32</sup> Fiske, John, *Popüler Kültürü Anlamak*, Çev. Süleyman İrvan, Ark Yay., Ankara, 1999, s. 13.

<sup>33</sup> Özçetin, Burak, “Ortada Kavram: Popüler Kültür”, *Birgün Kitap*, Sayı: 71, Şubat 2010, s. 19.

Popüler kültürün anlaşılmasına yönelik çalışmaların çoğunun düştüğü yanlış, kültürün tanımlanmasındaki yanlışlığa bağlı olarak, bireyi kitle iletişim endüstrisinin direkt etkisine karşı tamamen savunmasız ve pasif olarak ele almasından kaynaklanmaktadır. Oysa kentli birey, yaşamda birçok sosyal topluluklar içerisinde yaşamakta ve kendisinin bu gruplar içerisindeki konumuna göre kimliğini kurmaktadır. Bu nedenle medyanın direkt etkisi birey üzerinde ancak ikincil bir etkiye sahip olmaktadır. Medyanın birey üzerindeki bu açık, tek yönlü ve otoriter etkisine dair yanlış kanı, araştırmacıları, popüler kültürü kitle iletişim araçlarını takip eden herkesin basmakalıp kültürü, bu araçları izlemekten daha fazla imkana sahip olan küçük grubun kültürünü de elit kültür olarak sınıflama yanlışına götürmektedir.

Kitle kültürü kavramının, popüler kültürle eş tutulması, kitle iletişim araçlarını takip eden ya da kitlesel tüketim ürünlerini tercih eden herkesin kültürü olarak görülmesi, araştırmaların tamamını etkilemektedir. Oysa kitle kültürü yukarıda değinildiği gibi, sosyal psikolojik bir olgu olarak ele alınmalı ve “popüler” kavramının ön şartı ve gerçekleşme koşulu olarak değerlendirilmelidir. Sosyal varoluşun ve topluluklar içinde yaşamın ortaya çıkardığı bir durum olan kitle kültürü, bir grup olgusu ve gruba belirli zihinsel ve ruhsal mekanizmalar aracılığıyla uyma davranışıdır. Bu uymayla birlikte kurulan kimliğe uygun maddi tercih ve tutumlar “popüler”i ortaya çıkarmaktadır. Kitle ve kitle kültürü “popüler”in ortaya çıkmasının ön şartıdır.

### ***Popüler Kültür mü Popüler Tercih mi?***

Popüler kültür, şimdiye kadar hep tüketim alışkanlıkları ve tercihler bağlamında ele alınmış fakat bu tercihlerin arkasındaki sosyal saikler ve kitleyi ortak tüketime yönelten refleksler hep göz ardı edilmiştir. Kültür ve kitle kültürü kavramlarının aksine popüler kültür teriminde herhangi bir anlam karışıklığı bulunmamakta; zira, kültür “bir toplumun tüm yaşayış, duyuş ve düşünüş biçimi” olarak ve kitle kültürü de bir grup olgusu olarak ele alındığında, terimin kendisi işlevsiz kalmaktadır. Birçok araştırmada kitle kültürüyle eş anlamlı olarak kullanılan popüler kültür terimi, yanlış bir adlandırmayla bir kültür düzeyini ifade eder hale getirilmiştir. Yukarıda önerildiği gibi, kitle kültürünün herhangi bir kültür düzeyi olarak değil, tüm kültürel formasyonları kapsayan bir durum ve koşul olduğu varsayıldığında “popüler kültür” ya da “elit kültür” gibi sınıflandırma ve adlandırmalar, bilimsel terminolojide yersiz kalmaktadır.

Bu varsayımlarla, popüler kültür teriminin yerine ancak popüler tutum, davranış, algı ve tercihlerden söz edilebilmektedir. Kitle kültürü içerisinde, modern birey grup dışı kalmamak amacıyla yaptığı seçimlerde, belirli tutum, algı ve tercihleri popüler hale getirmektedir. Bu popülerite genelde sanıldığı aksine, sadece bazı tüketim ürünlerinin belirli zaman kesitlerinde popüler hale gelmesi, bir kültür ürününün takip edilmesi ya da bir siyasi partinin belirli bir kesim tarafından kitlesel olarak tercih

edilmesi gibi nesnel tercihler olarak ortaya çıkmamaktadır. Birey uyma davranışını daha çok, grup içindeki kimliğini kurma ya da idame ettirme gibi içsel saiklerle, zihinsel ve ruhsal olarak gerçekleştirilmekte ve buna göre maddi tercihlerini ortaya koymaktadır.<sup>34</sup> Ali Murat Yel de, maddi tüketimi, “bireylerin objelere farklı anlamlar yüklemesiyle yakından alakalı” olarak görmektedir:

*“Objelerin kullanılması da maddi olduğu kadar mecazi de olabilir; yani objeler mevcut bir şey, bir fikir veya bir ilişki bile olabilir. İnsanın obje ile ilişkisi de halen sahip olma veya ileride sahip olmayı ümit etme şeklinde olabilir. Genel olarak sosyal bilimlerde tüketim şimdiye kadar klasik ekonomi ya da Marksist ekonomi yaklaşımlarıyla ele alınmıştır. Fakat bu yaklaşımlar ihtiyaçların ortaya çıkışı ile arz ve talebin tatmin edilmesi sürecinde yaşanan sosyal ve kültürel etmenleri göz ardı ettiklerinden sık sık eleştirilmişlerdir. Antropologlar ise bazı ihtiyaçların maddi temelleri olduğunu kabul etmekle birlikte objeler için asıl önemli olan hususun bir takım ilişkileri kolaylaştırdığı ve sosyal kimliğin oluşmasında önemli bir faktöre sahip olduğu görüşündedirler. (mesele bkz. Maus: 1990 ve Malinowski: 1978)”<sup>35</sup>*

Dolayısıyla, tüketim kavramını, sadece iktisadi tüketimle sınırlayarak anlamsal tüketimi göz ardı etmek, “popüler kültür”ün yalnızca tüketim ürünlerinin satış rakamlarında aranmasına yol açmaktadır. İktisadi tüketim ve anlamsal tüketim arasındaki çizgiyi Fiske, tüketim ürünlerinin işlevlerini maddi ve kültürel olarak ikiye ayırarak belirlemeye çalışmaktadır. Buna göre,

*“Kot pantolonların maddi işlevi, sıcaklık, genel ahlaka uygunluk, rahatlık gibi gereksinimleri gidermesidir. Kültürel işleviyse anlamlar ve değerlerle ilgilidir: Tüm metalar, tüketiciler tarafından benliğin, toplumsal kimliğin ve toplumsal ilişkilerin anlamlarını oluşturmak amacıyla kullanılabilirler.”<sup>36</sup>*

Bu anlamsal tüketim sayesinde birey, kendi sosyal konumunu güvenceye alacak ölçüde kitleye uyum sağlamaktadır. Fakat, içinde yer aldığı gruplar ya da sosyal çevreye az ya da çok uymasıyla, basmakalıp yığın tercihleri yerine, toplum içersindeki her grup ya da topluluğun farklı kitlesel tercihleri ortaya çıkmaktadır. Bu tercihler hem toplum düzeyinde hem de topluluk ve grup düzeyinde popüleriteyi ortaya çıkarmaktadır. Van Elteren, küresel kültürün, bir örneğin kopyasından öte çeşitliliğin örgütlenmesiyle gerçekleşeceğini öne sürmektedir.<sup>37</sup> Bu nedenle, tüm halkı kap-

<sup>34</sup> Bu maddi tercihlerin, dışarıya karşı bir kimlik edinme kaygısıyla ortaya çıkışı, bireyin bu kimliği sadece belirli göstergeler aracılığıyla edinebilmesidir. Kültür için de, bu göstergelerin toplamından oluşmaktadır. “Bir kültürel paradigma daha çok bir anlamlandırma sistemidir. Bir anlamlandırma rejimi, aynı zamanda da göstermenin belli bir tarzıdır.” Abercrombie N., et. al., “Popüler Temsiliyet ve Gerçekliğin Yeniden Kurulması”, *Popüler Kültür ve İktidar*, Der. Nazife Güngör, Vadi Yay, Ankara, 1999 içinde, s. 411.

<sup>35</sup> Yel, Ali Murat, “Popüler Kültür ve Ülkemizdeki Empoze Kültür”, *Köprü*, Yaz 1999, s. 33.

<sup>36</sup> Fiske, John, Op. Cit, s. 23.

<sup>37</sup> Van Elteren, Op. Cit., s. 292.

sayan, dışında kalınması imkansız, yarı mitleştirilmiş bir popüler kültür içinde her dayatılanı tüketen birey yerine, bir grupsal uyma çabasını maddi tüketimine, yaşam tarzına, giyim ve eğlence tercihlerine yansıtan birey kavrayışına geçilmelidir. Zira, popüler meta üretimi, onu maddi olarak üretenden bağımsız bir şekilde, kitle içinde kendini yeniden üretir. Bu yeniden üretim, metanın bizzat tüketimi sırasında gerçekleşmektedir.<sup>38</sup> Bu nedenle, popüler kültürden her birey eşit ve direkt olarak etkilennemekte ve yaygın kanının aksine, popüler ürünlerin tüketim oranları popüler kültür araştırmaları için nihai bir gösterge oluşturmamaktadır.<sup>39</sup>

Popüler yönelimler, sadece bilinçli yapılan tercihlerde kendini göstermez, tercihlerin yanında tutumlar ve tepkiler de grupsal bir uyma sürecine dahil olmaktadır. Popüler algılar, bireylerin, sanatsal ve enformatif ürünlerin belirli yanlarını, belirli şekillerde alımlaması şeklinde ortaya çıkmaktadır. Belirli bir topluluğun kendi kültürel biçimlenmesi, o topluluk içindeki bireylerin algısının o biçimlenmeye uygun olarak gerçekleşmesine neden olmaktadır. Ahmet Oktay, *Gülün Adı* romanının Türk okuru tarafından alımlanması örneğiyle bu konuya açıklık getirmektedir. Roman- da, Hıristiyan teolojisinin karmaşık tartışmalarının ele alınmasına rağmen Oktay, Türk okurunun, eseri polisiye yanıyla ele aldığına değinmektedir. Ayrıca eser, film uyarlamasının gösteriminden sonra, roman okuyucu tarafından daha da basitleştirilerek okunmuştur.<sup>40</sup> Okuyucu ya da izleyiciler, kültür ürünlerini, kendi grupsal ilişkileri ve konumları uyarınca, aktif bir algıyla tüketmektedir. Bu aktif algı, grup mekanizmalarınca etkilenerken, basitleştirici ve indirgeyici bir özellik kazanmaktadır. Bu da bir kültürel birime mensup farklı bireylerin, içeriği algılamalarının belirli bir oranda birbirine benzemesine yol açmaktadır. Buna örnek olarak, Van Elteren, Avrupalılar'ın Amerikan kültürüne küçümseyici yaklaşımlarının, "seçici ödünç alma ve alımlayıcılar arasında aktif benimsemeyi ima ettiğini dikkate almadığını" belirtmekte ve Avrupalılar'ın Amerikan kültürü algısına dair tektipleştirici yaklaşıma itiraz etmektedir.<sup>41</sup> Bazı araştırmacılar ise, popüler kültür olgusuna olumlu yaklaşmakta ve

<sup>38</sup> Fiske, John, Op. Cit., s. 45.

<sup>39</sup> Popüler kültürün tektip tercihler olarak değerlendirilmesine bir itiraz da Erol Mutlu'dan gelmektedir. Mutlu, popüler yönelimlerin semantik çok katmanlılığını şöyle savunmaktadır: "Burada popüler kültür pratiklerinin aslında bu kavrayışın tersine, çok sesli ve çok anlamlı olduğunu söylemekle yetineceğim. En basit dil pratiğinin bile tek boyutlu bir anlam düzeyine indirgenemeyecek olduğunu düşünecek olursak, popüler kültürü kimilerinin kolayca yutulacak bir hap veya önceden zaten hazmedilmiş, dolayısıyla tüketicilerin hazmetmek için bile çaba harcamaları gerekmeyen tek-sesli, tek-anlamlı, seriyal ürünler kompleksi olarak tanımlamalarına, en yalın haliyle bile bir kültürel pratiğin, birbiriyle çatışan, birbirini destekleyen farklı sesler ve anlamlarla nitelendiğini unutmamak gerektiğini söyleyerek karşılık vereceğim." Mutlu, Erol, "Popüler Kültürü Eleştirmek", *Doğu Batı*, Sayı: 15, Mayıs, Haziran, Temmuz 2001, s. 14.

<sup>40</sup> Oktay, Ahmet, *Türkiye'de Popüler Kültür*, Everest Yay., İstanbul, 2002, s. 14.

<sup>41</sup> Van Elteren, Op. Cit., s. 284.



algının popülerleştirilmesiyle, elit kültür ürünlerinin geniş kitlelere ulaştırılabileceğini öne sürmektedir.

### ***Medya Etkisi ve Popüler Kültür***

Günümüzde, kitle iletişim araçları, popüler kültürün kaynağı ve istisnasız üreticisi kabul edilmektedir. Gazete ve dergi yayıncılığı, kitap basımı, sinema filmleri, konser salonları, müzik endüstrisi, televizyon kanalları, video ve görsel teknolojiler, uydu kanalları ve dijital teknolojiler -ve hatta kitle iletişim araçları olarak billboardlar- modern kentli bireyin tüketim, eğlence, yaşam tarzı, cinsellik, haber alma, politik ve iktisadi davranış gibi birçok ihtiyacına yönelik içerikler üretmekte ve bunları yaymaktadır. Reklamlar, haber programları, filmler vs. gibi çeşitli biçimlerde geniş kitlelere aktarılan bu içerikler, bireyin tercihlerini etkileyerek değiştirmeyi ya da korumayı amaçlamaktadır. Bu amaca kısmen ulaşıldığı ve kitle iletişim araçlarının birey ve toplum üzerindeki etkisi şüphesizdir. Birey, günümüzde tercihleri için duyduğu enformasyon ihtiyacını en fazla bu araçlardan karşılamaktadır ve popüler kültür çalışmalarını da, bu kültürün ortalamasının kültürü olduğunu savlarken, en çok medya yoluyla yayıldığı varsayımıyla hareket etmektedir. Kitle medyasının, on sekiz ve on dokuzuncu yüzyıllardaki popüler literatürün başarısından sonra, yirminci yüzyılda tamamen kitlenin tektip zevklerini tatmin etmeye yönelerek popüler kültürün “asıl ögesi” durumuna geldiği öne sürülmektedir.<sup>42</sup> Medya, toplumu sarıp sarmalamış olan popüler kültürün tek kaynağı ve yayılma, yönlendirilme noktası olarak kabul edilmektedir. Akademik çalışmalarda, “dünyamızı, hayatımızı, kendimizi bile medyaların, Bilinç Endüstrisi'nin bizim için uygun gördüğü anlamsal içerikle anlamlandırıp, bildiğimiz” öne sürülmüştür.<sup>43</sup> Bu kabul, medyanın toplum ve dolayısıyla kitleler üzerinde sınırsız bir etkiye sahip olduğunu varsaymaktadır. Bir filmde kullanılan ürünün popüler olması, reklamı yapılan ürünün halk arasında prestij kazanması, medyada daha çok kapsanan politik partinin kolaylıkla kitle partisine dönüşmesi ve marjinaliteden uzaklaşması gibi sıklıkla kullanılan örnekler, bireyi medyanın savunmasız ve pasif alıcısı durumuna düşürmektedir. Bu pasif birey varsayımı da çalışmaları kolaylıkla popüler kültür – elit kültür karşıtlığı yanılıgısına sürüklemektedir.

Yukarıda değinildiği gibi, kitle iletişim organları, kültürel yaşamın en önemli enformasyon sağlayıcısıdır. Fakat, bu enformasyonun alınması anlamında medya ürünlerinin tüketimi ve etkisi arasında büyük bir farklılık bulunmaktadır. Medya,

<sup>42</sup> Bigsby, E.C.W., “Popüler Kültür Politikaları”, *Popüler Kültür ve İktidar*, Der. Nazife Güngör, Vadi Yay., Ankara, 1999 içinde, s. 89.

<sup>43</sup> Oskay, Ünsal, “Haydi Sinemaya Gidelim... ‘Yıkanmak İstemeyen Çocuklar Olalım...’, *Yıkanmak İstemeyen Çocuklar Olalım*, Yapı Kredi Yay., İstanbul, 2004 içinde, s. 63. Aynı yazıda Oskay, “hayatımızı, dünyamızı, kendi insanal varoluşumuzu bilmekte bile biz ‘özne’ değiliz” diye yazmakta ve bunun insanın içine düşürüldüğü “tuzak”tan, yani medyadan kaynaklandığını öne sürmektedir.

çok geniş kitleler tarafından takip edilirken, bireyler üzerindeki etkisi oldukça karmaşık kitlesel mekanizmalar aracılığıyla gerçekleşmektedir. Her birey, medya içeriklerinden dolaysız etkilenmek yerine, mensup olduğu gruplar ve bu gruplardaki diğer bireylerle arasındaki etkileşim dolayısıyla etkilenmektedir. Grupların, medya içeriğinin alınmasındaki rolünü Riesman şu sözlerle anlatmaktadır:

*“Etrafta kimse olmasa dahi, [kişi] müzik dinlerken, bunu hayali ‘diğerleri’ bağlamında dinlemektedir – bu dinleme çoğunlukla bunlarla bağlantı kurmaya yönelik bir çabadır. Genel olarak, medyadan alımladıkları, ait olduğu eş grupların algısıyla sınırlanmaktadır”*<sup>44</sup>

Bireyin tüm tercihleri, “öteki” ile ilişkilidir ve bu ilişki de ancak gruplar vasıtasıyla kurulmaktadır. Bu da popüler tercih, tutum ve düşüncelerin ortaya çıkışında topluma içkin olan kitle kültürünün rolünü ortaya koymaktadır. Kitle kültürü, medya etkisini, kendi iç mekanizmalarınca biçimlendirerek bireye ulaştırmakta ve bu etki dolaysızca gerçekleşmemektedir.

Kitle kültürünün belirleyicisi, grup davranışıdır. Bu, her türlü toplu yaşam şartlarında görülebilecek bir olgudur ve kitle iletişiminin olmadığı dönemlerde de kitle kültürü, toplumlarda mevcut olmuştur. Medya öncesi dönemde de kamuoyunun varlığını ve bunda fısıltı gazetesi gibi araçların kullanıldığını ileri süren Murat Çetin medyanın kitle kültüründeki rolünü şöyle saptamaktadır:

*“Medya kağıda basılma, radyo ve televizyon vericilerini kullanma imkanına sahip olmadan önce de vardı. Toplumdaki sözüne güvenilir kişiler, fazla esneklik tanımayan gelenekler, gazete kavramından sonraki ismiyle ‘fısıltı gazeteleri’ ile kamuoyu yine her türlü etkiye açıktı. Modern anlamdaki medya ise, etkileri disipline etme, belli amaçlara yönlendirme ve daha örgütlü hale getirme fonksiyonları gördü.”*<sup>45</sup>

Medya sadece, daha önce kitlesel dinamiklere düzensizce ve doğal olarak dağılan enformasyonun düzenli ve sistematik olarak tedarik edilmesini sağlamıştır. Fakat kitle kültürü ve belirli düzeyde bir kamuoyu, kitle iletişimi öncesinde de mevcuttur.

<sup>44</sup> Riesman, David, “Listen to Popular Music”, *Mass Culture: Popular Arts in America*, Haz. Bernard Rosenberg, D. M. White, The Falcon Wing’s Press, Illinois, 1957 içinde, s. 413.

<sup>45</sup> Çetin, Murat, “Popüler Kültür, Kimin Kültürü?”, *Köprü*, No: 67, İstanbul, 1999, s. 93. İslamcı bir süreli yayın olan Köprü dergisinin Popüler Kültür Özel Sayısı’na katkıda bulunanlar da, ideolojik etkilerle olsa gerek, akademik popüler kültür çalışmalarının düştüğü hataya düşmektedir. Popüler kültüre, topluma yerleştiği iddia edilen hedonizmi eleştirmek maksadıyla, tüketim tercihlerinin toplumu ele geçirmesi bağlamında yaklaşılarak, bu tercihlerin medya tarafından empoze edilmesi eleştirilmektedir. Oysa ne “popüler” kavramı medya sonrası döneme ait bir kavramdır ne de popüler kültür tüketim alışkanlıklarından ibarettir. Aslına bakılırsa, aynı hata aynı nedenle dinsel yönelimli diğer metinlerde de görülmektedir. Örneğin, Vatikan’ın 1965 yılında toplanan 2. Konsül’ünde kabul edilen *Gaudium Et Spes* belgesinin kültüre yönelik maddelerinde, toplumdaki hazcılığın eleştirisine bağlı olarak, kültür, bireyin mükemmelleştirebileceği bir özellik olarak ele alınmıştır. “Kültür en geniş anlamıyla, kişinin bedensel ve ruhsal niteliklerini geliştirip kusursuzlaştırdığı her şey anlamına gelir” *Gaudium Et Spes*, 53. Madde, 2. Bölüm, 1. Kısım, “Proper Development of Culture”, Vatikan, 1965.

Örneğin, Stuart Hall, geçmiş yüzyılların eğlence alışkanlıklarına horoz dövüşü gösterisini örnek vermektedir.<sup>46</sup> *Yalnız Kalabalık* eserinin yazarı David Riesman ise, kişinin ait olmak istediği, ait olduğu ya da dışında tutulmak istediği grup anlaşılmasızın, medya içeriğinin birey tarafından manipülasyonunun da anlaşılamayacağını öne sürmüştür.<sup>47</sup> Kitle kültürünün özelliği, kitle medyasının etki alanı dışında da doğal bir devinime ve kompleks bir işleyişe sahip olmasıdır. Kültürün şekillenişinde, tek başına bu araçların ya da sağladıkları ürünlerin rol oynaması imkansızdır. Medyaya atfedilen etki, ancak toplumun kendi grupsal dinamikleriyle birleşerek ortaya çıkmaktadır.

Kitle iletişiminin bir diğer özelliği de, içeriği sağlayan ve tüketen grupların ayrımıdır. Bu ayrım, popüler kültür çalışmalarında yaygın olarak görülen halk-elit sınıflamasının da temellerinde birini oluşturmaktadır. Araştırmacılar, örgütlü ve entelektüel birikim sahibi medya çevrelerini elit sınıf, bu medya içeriklerini alımlayan izleyicileri de “kitleler” ya da “halk” kategorisine yerleştirmektedir. Bu durum da medya tarafından oluşturulup yayıldığı iddia edilen popüler kültürün empoze bir kültür olduğu ve halkın sürekli bu dayatmaya maruz kaldığı inancına neden olmaktadır. Bu inanca rağmen kitle iletişimi öncesi dönemde de enformasyonu üreten ve tüketen sınıfların ayrılığına dair bilgiler mevcuttur. Örneğin Peter Burke, popüler kültür tarihini incelediği makalesinde, eski rejim Fransa’sında halka sunulan metinlerdeki fikirlerin, krala, soylulara, gezginlere mi yoksa bunları tüketen halka mı ait olduğu konusunda şüpheler bulunduğunu belirtmektedir.<sup>48</sup> Burke ayrıca on beşinci ve on yedinci yüzyıllarda rahiplerin halk kültüründen beslenen vaazlarını kendi olanaklarıyla harmanlayarak ve kendi yöntemleriyle sunduklarını vurgulamaktadır. “*Vaaz kürsülerinde tıpkı birer palyaço gibi rol yapan rahipler halk masallarının ilginç örneklerinden de yararlanarak oldukça zengin ve süslü bir üslupla*” bu masalları tekrar dinleyiciye sunmaktadır.<sup>49</sup> Halk masalları rahiplerinin onlara verdiği biçimle halka geri aktarılmakta ve halk kültüründen belirli düzeyde bir kopuş rahip vaazlarında da gözlenmektedir. Aynı makalede verilen bir diğer örnek ise, on altıncı ve on yedinci yüzyıllarda Avrupa köylüleri arasında oldukça yaygın olan büyü ve günah çıkarma pratikleridir. Yazar’ın “*o dönemin popüler tutumları ve değerleri için oldukça önemli birer kaynak oluşturabileceğini*” söylediği bu deneyimlerde kültürü üreten ve tüketen sınıflar arasında açık bir ayrılık görülmektedir. Günah çıkarma işleminde halkın içinden insanları sorguya çekenlerin genelde ruhban sınıfından, dolayısıyla üst sınıftan kişiler olduğu anlaşılmaktadır ve

<sup>46</sup> Hall, Stuart, “Popüler Kültür ve Devlet”, *Popüler Kültür ve İktidar*, Der. Nazife Güngör, Vadi Yay., Ankara, 1999 içinde, s. 100-101.

<sup>47</sup> Riesman, David, Op. Cit., s. 416.

<sup>48</sup> Burke, Peter, “Popüler Kültür Tarihine Dolaylı Yaklaşımlar”, *Popüler Kültür ve İktidar*, Der. Nazife Güngör, Vadi Yay., Ankara, 1999 içinde, s. 207.

<sup>49</sup> Ibid, s. 206.

Burke, günah çıkarma seanslarında, kişilere “*sizi şeytana uyduran nedir?*” gibi sorular yönelten bu ruhban sınıfı mensuplarının, “*durumu kendi ölçütlerine ve kavrayışlarına göre empoze eden bir konumda*” olduklarını saptamaktadır.<sup>50</sup> Görüldüğü gibi, kültürü üreten ve tüketen sınıflar arasındaki ayırım kitle iletişiminin başlamasıyla ortaya çıkmış bir durum değildir ve Ortaçağ’ın popüler pratiklerinde yaygın olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu da popüler yönelimlerin belirlenmesinde medyanın alternatifsiz rolüne dair tezlerin sorgulanmasını gerektirmektedir. Popülerite ya da yaygınlık araştırmaları ise, medyanın ve popüler eden(ler)in (özne) merkeze alınması yerine, popüler olan (nesne) eksenli olarak gerçekleştirilmelidir. Bu kriter, tüm popülerite biçimlerine uygulanabilir ve genellenebilir niteliktedir.

Son yirmi yıllık dönemde, İnternet teknolojisinin ortaya çıkışıyla, tek taraflı medya egemenliği son bulmuş ve kitle iletişimi, interaktif bir nitelik kazanmıştır. Bu aynı zamanda içeriğin üreticisi ve tüketicisi ayrılığının kısmen ortadan kalkması anlamını taşımaktadır. İnternet kullanıcısı, kendisini etkileyen içeriği belirli oranda etkileyebilmekte, değiştirebilmekte ve bizzat içerik yaratıcısı durumuna gelebilmektedir. Diğer yandan İnternet medyasının, televizyon ya da radyo gibi kıt kaynaklar üzerinden değil sınırsız bir kanal yelpazesinde yayıncılığa olanak sağlaması, tektip ve ulusal kitle iletişim organları anlayışının aksine, alternatif kanalların ve her tür kültür ve alt kültür grubuna ait mecraların ortaya çıkışına neden olmuştur. Uydu teknolojisi de, İnternet gibi, oldukça geniş sayıda kanalla yayıncılığı başlatarak, ilgi gruplarına ve çeşitli hedef kitle gruplarına yönelik yayınların artışına yol açmıştır. Tematik TV kanalları, alışveriş kanalları vb. özel ilgi alanlarına yönelik kanallar bu teknolojinin gelişmesinin sonucu olarak ortaya çıkmıştır. İnternetin gelişimi ve “kıt kaynaklı” yayıncılığın son bulmasıyla, tektipleştirici, hegemonik ve tek taraflı kitle iletişimini döneminin kapandığını ileri süren tezler ortaya atılmıştır. Bu tezler, bundan böyle medyanın, tek taraflı dayatmacılığının zayıflayarak, popüler kültürü yönlendirmede gücünün kırılacağını varsaymaktadır. Oysa kitle iletişim araçlarının direkt etkisi birey üzerinde zaten sınırlıdır. Yeni kanallar ve izlerkitle katılımına açık içerik ise, daha alt kültür gruplarına içerik sağlayarak, bu gruplardaki kitlesel mekanizmalara malzeme sağlamaktadır. Aynı şekilde alternatif medyanın ürettiği içerik de birey üzerinde, onun kendisini grup içi konumlayışına bağlı olarak etki göstermektedir. Dolayısıyla “popüler”in topluma yansımada bir değişiklik olmaz ve enformasyon kaynakları artış gösterirken, üretilen enformasyon da fazlalaşmıştır.

Sonuç olarak; kitle iletişiminin, popüler tercih ve tutumları yaratmadaki rolü, kitle kültürü ve onun mekanizmalarından bağımsız olarak alınmakta ve abartılı bir şekilde değerlendirilmektedir. Bireyin toplum içerisindeki kimlik problemi ve bu kimliği kurmakta gösterdiği çaba, popüler olanın ortaya çıkışında, medyanın rolünden her zaman daha belirleyici olmuştur.

<sup>50</sup> Ibid, s. 207-208.

## Sonuç

Batı üniversitelerinde ve ülkemizde popüler kültür üzerine şimdiye kadar yapılmış olan çalışmalarda üç genel eğilim öne çıkmaktadır. Birincisi; ulusal kültürü, geniş yığınlardan oluşan alt, orta ve bir kısım üst ekonomik sınıfların içerisinde bulunduğu popüler kültür – ya da kimilerinin deyimiyle halk kültürü – ve nitelikli sanatsal ve kitle iletişimi ürünlerine erişim imkanı olan küçük bir grubu kapsayan elit kültür olarak iki parçaya bölmektir. İkinci eğilim, kültür kavramının, toplumsal anlamından koparılarak, estetik ve enformatif kitle iletişim ürünleri ve bunların tüketimi yoluyla kişinin elde ettiği entelektüel düzey ve durum olarak ele alınmasıdır. Son eğilim ise, medyanın popüler kültürün oluşturulmasında tek aktör durumunda olduğu ve söz konusu kültür ürünlerinin sağlayıcısı olarak birey üzerinde dolaysız bir etkisi bulunduğu varsayımlarıdır.

Bu eğilimlerin ortaya çıkışına, kültür, kitle kültürü ve popüler kültür terimlerinin, hatalı olarak kullanılması ve anlam sınırlarının doğru olarak saptanamaması neden olmaktadır. İlk olarak “kültür” kavramı, kendisine tarihsel içeriğini sağlayan *“gerek bir halkın, dönemin, grubun gerekse genel olarak insanlığın belli bir yaşama biçimi”* anlamından, güncel ve modern ihtiyaçları karşılamak üzere, *“ferdin kendi dimağını işlemesi”* ve entelektüel düzeyini yükselterek oluşturduğu öz birikim anlamına evrilmiştir. Bunun için gerekli kitlesel ürünler de “kültür ürünleri” ya da bizzat “kültür” olarak adlandırılmıştır. Oysa, kültürü, bilim ya da medeniyet gibi çizgisel bir ilerleme şablonuna oturtmak mümkün değildir. Ayrıca, T.S. Eliot’un kültür eleştirilerinde görüldüğü gibi, kültür toplumsal yaşama içkin bir kavramdır ve böyle anlaşılması, “kitle kültürü” ve “popüler” kavramlarının içeriğini de daha açık bir şekilde ortaya çıkaracaktır.

Kitle kültürü ise, söz konusu çalışmalarda popüler kültürle eşanlamlı olarak kullanılmaktadır. Özellikle kitleyi nicel boyutuyla düşünmek, araştırmacıları, kitleyi, sadece geniş toplumsal yığınlar olarak ele alma yanlısına itmektedir. Buna rağmen, kitle bu yığın anlamını taşımasına rağmen, kitle kültürü söz konusu olduğunda bu özelliğini nicel niteliklerinden değil, bir grup olgusu olmasından almaktadır. Tüm toplum bir kitleyi oluşturabileceği gibi kendi alt gruplarını da içinde barındırmakta ve bu gruplar da kendi iç kitle dinamiklerine sahip olmaktadır. Kültürel anlamda kitleye bu özelliğini kazandıran sayı değil grup içi uyuma davranışdır. Geniş veya sınırlı kitlede popüler olanın ortaya çıkması da bu sürekli uyuma davranışından kaynaklanmaktadır.

Popüler kültür kavramı ise, elit ya da “üst” kültür olarak ayrılan nitelikli estetik ve enformatif ürünleri tüketenlerin dışında kalan büyük insan topluluklarının eğlence alışkanlıkları, müzik zevkleri, medya izleme tercihleri, zaman geçirme yöntemleri, tüketim ve politik tercihleri vs. gibi tutumlar ve tercihler bütününe imlemek üzere kullanılmaktadır. Oysa popüler olan, bütünsel bir kültür değil, her çeşit popülarite-

yi içinde barındıran kitle kültürü sayesinde ortaya çıkan tekil tercih ve tutumlardır. Kitle kültürü, tanım gereği bu popüler tercih ve tutumları sürekli yaratmakta, var etmekte ya da gözden düşürmektedir. Geniş yığınlar içerisinde değerlendirilemeyecek en marjinal gruplar dahi, kendi iç uyma mekanizmaları sayesinde belirli popüler şekiller ortaya çıkarmaktadır. Dolayısıyla “popüler” hem bir sıfat olarak, hem de her türlü tercih, tutum, algı, kişi ya da nesneyi karşılamak üzere isim olarak, kitle kültürünün ürünü olarak değerlendirilmelidir.

Birbirine bağlı bu üç kavramsal hata, çalışmalarda, popüler kültürün iktisadi sınıflara paralel bir şekilde konumlandırılmasını sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Kültür ürünlerinin tüketimine dayandırılarak yapılan bu sınıflamada, her ne kadar iktisadi sınıfların isimleri geçmese de, popüler kültürün dayandığı sınıflar, televizyon, gazete, popüler roman vb. ucuz ve erişimi kolay ürünleri tüketen kesimleri kapsamaktadır. Alt, orta ve bir kısım üst ekonomik gelir grubu bu kültür düzeyine dahil edilmekte, daha az yaygın ürünleri tercih edenler içinse, elit kültür, üst kültür gibi adlandırmalar tercih edilmektedir. Oysa popüler kültürü tüketen kesim içinde, bu kesim tümüyle bir kitle arz etse de, birçok farklı grup ve insan topluluğu bulunmaktadır. Bu gruplara dahil olan kişiler, tektip olarak ele alınan popüler kültürden eşit olarak değil, bu gruplardaki ve toplumun tümünün içindeki konumlarına göre etkilenmektedir. Dolayısıyla, tek ve sınırsız bir popüler kültür yoktur, fakat tek, sınırsız ve bireyler, gruplar ve topluluklar üstü bir kitle kültürü mevcuttur. Her bireyin içinde bulunduğu gruplara verdiği tepkiler, popülerin birey üzerindeki etkisini belirlemektedir. Bu nedenle, iktisadi sınıflar ya da toplumun geniş kesimlerine yayılmış tek tip bir popüler tercih arayışının terk edilerek, grupsal faktörlerin dikkate alınması gerekmektedir.

Diğer yandan çalışmalardaki medya ve popüler kültür ilişkisi de söz konusu varsayımlara dayandığından abartılı görünmektedir. Medyanın, popüler kültürün yaratılmasında mutlak şekilde etkili unsur olarak görülmesi, popüler kültür araştırmacılarını bu kültürün gerekliliği konusunda iki karşıt konum almaya itmiştir: Çoğu araştırmacı, popüler kültürün toplum üzerindeki deformatif etkilerine işaret etmiş ve bireyi maddi gerçeklikten uzaklaştırarak hakim ideolojinin idamesini sağladığını ileri sürmüştür. Karşıt grupta yer alanlar ise, popüler kültürün toplum üzerindeki tartışılmaz etkisine işaret ederek bu etkinin daha işlevsel amaçlar için kullanılabilirliğini öne sürerek popüler kültürü yücelten bir konum almaktadır. Bunlar içerisinde, elit kültür ürünlerinin popülarize edilerek kitleye mal edilmesini önerenler bulunmaktadır. İki yaklaşım da popüler kültürü idealize ederek, toplumu yön veren mutlak bir otorite olarak görmektedir. Oysa kitle kültürü popüler tercihlerin ortaya çıkmasının koşuludur ve toplum bu dinamiği dış etkenlerden bağımsız olarak içinde taşımaktadır. Popüler olgusu ne sanıldığı gibi monolitik ve mutlak bir yapıdır ne de toplum üzerine mutlak ve tek tip etkiler yaratmaktadır. Bu etki bireye, gruplar ve kitle dinamikleri aracılığıyla farklı biçimlerde yansımaktadır.

Bir diğer abartı konusu ise, medyanın bu kültürün yaratılmasındaki rolüdür. Modern toplumlarda kitle medyasının kaçınılmaz bir etki kaynağı olduğu şüphesizdir. Birey enformasyon ve eğlence ihtiyacının büyük bölümünü medyadan karşılamaktadır. Bu ihtiyacın medya tarafından karşılanması dahi başlı başına bir etki anlamına gelmektedir. Diğer yandan, medyanın kitlesel takibinin kitle üzerindeki etkisi ne sanıldığı kadar güçlü ne de dolaysızdır. Medya etkisi ancak kitlenin kendi grupsal mekanizmalarından geçerek bireye ulaşmakta ve direkt etkisi oldukça azalmaktadır. Birey medyanın ya da diğer kitle iletişimsel ürünlerin sağladığı enformasyonu alarak, kendisi ve toplumun diğer kesimleri arasındaki ilişkiye göre benimsemekte ya da reddetmektedir. Bu durum göz ardı edildiğinden, şimdiye kadar yapılan çalışmalarda medyanın popüler tutum ya da tercihlerin belirlenmesindeki rolü abartılmıştır. Bu nedenle, medya etkisi, bir grup olgusu olarak kitle kültürünün iç dinamikleriyle birlikte ele alınmalı ve bu karmaşık mekanizmaların ortaya çıkarılmasına yönelik çalışmalar yapılmalıdır.