

**İrfan Erdoğan**

**Korkmaz Alemdar**

# **Popüler Kùltür ve İletişim**

Halk Kùltürü

Kitle Kùltürü

ve

Popüler Kùltürün

Üretim Dağıtım Tüketim Pratiklerinin Doğası

Geliştirilmiş 2. baskı

2005

İrfan Erdoğan ve Korkmaz Alemdar  
Popüler Kültür ve İletişim

Genel Yayın ve Dağıtım

© ERK, 2005

İzmir Caddesi No. 36/11

Kızılay, Ankara

Tel: 425-0835

Tüm Hakları Saklıdır

ISBN 975-93130-5-7

Şubat 2005

Kapak Tasarımı

İrfan Erdoğan

Dizgi

İrfan Erdoğan

Baskı ve Cilt

Pozitif Matbaacılık

Tel: (312) 395 2117

## **Korkmaz Alemdar, Prof. Dr.**

1948'de Turhal'da (Tokat) doğdu. Ankara Gazi Lisesini, SBF Basın Yayın Yüksekokulu'nu bitirdi. TRT Haber merkezinde çalıştı. Milli Eğitim Bakanlığı tarafından doktora eğitimi için Fransa'ya gönderildi. Doktorasını 1975 yılında Strasbourg Üniversitesinde tamamladı. 1980'de doçent, 1990'da profesör oldu. Ankara, Anadolu ve Gazi Üniversitelerinde ders verdi. Halen Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi öğretim üyesi, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanı ve İnsan Hakları Eğitimi On Yılı Ulusal Komitesi üyesidir. Birçok makale, çeviri ve derleme kitapları yanında, iletişimle ilgili olarak önde gelen eserleri şunlardır:

Öteki Kuram (İ. Erdoğan ile, 2002)

İletişim Kuramları (İ. Erdoğan ile, 1998)

Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar (ed.) (1998).

İletişim ve Tarih (1996 ve 2001).

Popüler Kültür ve İletişim (İ. Erdoğan ile, 1995)

Radyo ve Televizyonda Yeni Düzen (R. Kaya ile -1993).

İletişim ve Toplum (İ. Erdoğan ile, 1990)

Kitle İletişiminde Temel Yaklaşımlar (R. Kaya ile -1980).

Çağdaş Haberleşmenin Tarihsel Kökenleri. Haberleşme  
Sosyolojisinin Temelleri Üzerine Bir Deneme (1980).

İstanbul (1875-1964): Türkiye'de Yayınlanan Fransızca Bir  
Gazetenin Tarihi (1978).

## **İrfan Erdoğan, Prof. Dr:**

Kayseri'nin Gergeme Köyünde doğdu. A SBF BYYO'nu bitirdi. Bir yıl TRT Ankara Televizyonunda çalıştıktan sonra, ABD'ne gitti. İletişim dalında Purdue niversitesi'nden Master derecesi, Pittsburgh niversitesinden de PH.D. aldı. New York City Üniversitesi Hunter College ve Queens College'de ve A. . İletişim Fakültesinde ğretim yeliği yaptı. ODTU ve Hacettepe'de dersler verdi. Şimdi Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesinde ğretim üyesidir. Birçok makalesi yanında, önde gelen eserleri şunlardır:

- Sinema ve Müzik (P.B. Solmaz ile, 2005)
- Pozitivist Metodoloji (2003)
- İletişimi Anlamak (2003/2005)
- Öteki Kuram (K. Alemdar ile, 2002).
- Kapitalizm, Kalkınma, Postmodernizm ve İletişim (1999)
- evre Sorunları: Nedenler ve çözümler (N. Erdoğan ile,1997).
- İnsanın Zincirine Vuruluğu (1997)
- İletişim, Egemenlik, Mücadeleye Giriş (1997)
- Popüler Kültür ve İletişim (K. Alemdar ile, 1995).
- Amerika: İkinici Vatanda Düşler ve Gerçekler (1995).
- Uluslararası İletişim (Kaynak, 1994).
- Sevmek ne Demek: Aşk, evlilik ve tutsaklık (1993)
- İletişim ve Toplum (Korkmaz Alemdar ile, 1990)

# İçindekiler

## BÖLÜM I

<b>KÜLTÜR, KİTLE KÜLTÜRÜ VE POPÜLER KÜLTÜR.....</b>	<b>11</b>
<i>İNSAN TOPLUM VE KÜLTÜR BAĞI.....</i>	<i>11</i>
<i>HALK, HALK OLMAYAN VE HALK KÜLTÜRÜ.....</i>	<i>26</i>
<i>POPÜLER VE POPÜLER KÜLTÜR.....</i>	<i>29</i>
<i>KİTLE VE KİTLE KÜLTÜRÜ.....</i>	<i>40</i>
<i>YÜKSEK KÜLTÜR, HALK KÜLTÜRÜ VE KİTLE KÜLTÜRÜ....</i>	<i>43</i>
<i>HALK KÜLTÜRÜ, KİTLE KÜLTÜRÜ VE POPÜLER KÜLTÜR..</i>	<i>48</i>
<i>KÜLTÜR, BİLİNÇ VE İDEOLOJİ BAĞI.....</i>	<i>51</i>

## BÖLÜM II

### KAPİTALİZM ÖNCESİ

<b>POPÜLER PRATİKLER VE POPÜLERİN DOĞASI.....</b>	<b>57</b>
<i>İLK YAŞAM BİÇİMLERİ VE KÜLTÜRÜN YARATILIŞI.....</i>	<i>58</i>
<i>İLK İMPARATORLUKLAR VE KÜLTÜREL ÜRETİM.....</i>	<i>61</i>
<i>FEODAL YAPILAR VE KÜLTÜREL ÜRETİM.....</i>	<i>71</i>

## BÖLÜM III

### KAPİTALİZMDE POPÜLER PRATİKLER

<b>VE POPÜLERİN DOĞASI.....</b>	<b>75</b>
<i>KAPİTALİZMDE ÖRGÜTLÜ YAŞAM.....</i>	<i>76</i>
<i>POPÜLER PRATİKLER: ÜRETİM, DAĞITIM VE TÜKETİM.....</i>	<i>78</i>
<i>KAPİTALİST ÜRETİM TARZINDA YERELİN DURUMU.....</i>	<i>80</i>

## BÖLÜM IV

### POPÜLERLEŞTİRİLENLER

<b>TÜRKİYE'DE POPÜLER YAPI VE PRATİKLER.....</b>	<b>91</b>
<i>KİTLE İLETİŞİMİ YAPILARI VE ÜRETİLEN POPÜLERLİK.....</i>	<i>94</i>
<i>MODA VE KOZMETİK ENDÜSTRİLER.....</i>	<i>151</i>
<i>POPÜLER YİYECEK VE İÇECEK.....</i>	<i>161</i>
<i>POPÜLER BAYRAMLAR VE POPÜLER KÜLTÜR.....</i>	<i>167</i>

POPÜLER ÇOCUK OYUNLARI VE OYUNCAKLAR .....	169
POPÜLER DİLLE SATIŞ .....	173
POPÜLER SPOR: SİRKTEKİ DEŞARJ.....	178
ATIN POPÜLER ARPASI:	
ALKOL, SİGARA, UYUŞTURUCU MADDE.....	193
POPÜLER ÖLÜMLER VE ÇEVRE HASTALIKLARI .....	194
KLASİK POPÜLERLEŞTİRME AJANI: EĞİTİM SİSTEMİ.....	198
POPÜLER SİYASAL VE EKONOMİK PRATİKLER:	
DEMOKRASİ VE ÖZGÜRLÜK SATIŞI .....	203
İŞ YERİ, İŞ İLİŞKİLERİ, İŞ KAZALARI VE POPÜLERLİK .....	206
POPÜLER DEVLET VE POPÜLERİN ÜRETİMİ .....	212
POPÜLER BİREYİN POPÜLER KİMLİĞİ:	
TÜKETİYORUM O HALDE VARIM.....	216
KİŞİLER ARASI İLETİŞİMLE POPÜLERLEŞTİRME:	
İNSANIN İNSANA YAPTIĞI .....	225
POPÜLER MESLEK .....	226

## BÖLÜM V

### POPÜLERLEŞTİRİLMİYENLER

KÖTÜ POPÜLER YAPILANLAR.....	229
POPÜLER OLUP POPÜLERLEŞTİRİLMİYENLER .....	231
KÖTÜ POPÜLERLEŞTİRİLENLER .....	238

## BÖLÜM VI

KURAMSAL YAKLAŞIMLAR.....	243
İDEALİST FELSEFEDE KÜLTÜRE YAKLAŞIMLAR.....	254
MARKSİST FELSEFEDE KÜLTÜRE YAKLAŞIMLAR .....	278

## BÖLÜM VII

SONUÇ .....	359
KAYNAKÇA .....	363

## SUNUŞ

Yirmi birinci yüzyılda kültür her zamankinden çok daha fazla önem kazanmıştır. Artık kültür konusu biliş ve bilinç yönetimiyle kimlikleri belirleme ve davranışları yönlendirme konusundan küresel pazarda sürdürülebilir egemenlik ve çıkarı sağlamak için üretimden tüketime kadar bütün ilişki biçimlerini içeren önemli bir ilgi alanı haline gelmiştir. Kültürde egemenlik (ve mücadele) tarihin hiç bir aşamasında bu denli yoğun bir şekilde planlı olarak üretilmemiştir. Aynı zamanda tarihin hiçbir döneminde kültür bilinç ve davranış yönetiminin bu denli konusu olmamıştır. Gene tarihin hiç bir döneminde kültür böl ve yönet politikalarının bu denli bir parçası olmamıştır: Türk kültürü, azınlık kültürü, gençlik kültürü, popüler kültür, kitle kültürü, kish kültürü, otomobil kültürü, seyahat kültürü, maganda kültürü, Amerikan kültürü, nargile kültürü, tüketim kültürü, çalışma kültürü, müzik kültürü, modern kültür, çağdaş kültür, evrensel kültür, yerel kültür, oyun kültürü, televizyon kültürü, yemek kültürü, Coca Cola kültürü, eğlence kültürü, varoş kültürü, siyasal kültür, çay kültürü, makyaj kültürü, hap kültürü, Bunların hepsi de dikkat edilirse birbiriyle bağlı iki faktörle ilişkilidir: Endüstriyel üretim/tüketim/kullanım ve bilinç yönetimi. Bu durum kaçınılmaz olarak kültür konusunun ayrıntılı ve örgütlü gerçeği yansıtacak bir biçimde ele alınması gereksinimi çok daha artırmaktadır. Bu kitap bu gereksinimden doğmuştur. Kültür konusunun öneminin artması sonucu aynı zamanda kültürle ilgili sayısız incelemelerin ve birçok kitabın üretildiğini de görürüz. Bu üretimler de diğer (mal ve hizmet gibi) üretimlerde olduğu gibi belli örgütlü çıkarların ve bu çıkarlara bağlı olarak gelen yönetsel bilincin (ideolojinin) kaçınılmaz olarak bütünleşik bir parçasıdır. Elinizdeki kitap bu bütünleşiklikte diğer çoğunluktan farklı ve özel bir yerde durmasıyla ayrılmaktadır. Bu yer tarihsel örgütlü ilişkiler içinde inşa edilmiş insan gerçeğinin bu tarihsellikten ve örgütlülüğünden hareket ederek ve kültürel temsillerin tarihsel örgütlü amaçlar ve sonuçlar içinde anlamlandırıldığı yerdir. Dolayısıyla, kitap kültürel temsilden ve

o temsilin bilincinden (düşünselden) hareket ederek gerçeğin biçimlendirildiği görüşünün aksine, kültürel temsilin ve düşünselin örgütlü ilişkiler gerçeğine bağlı olarak gelen ve o gerçeği yeniden-anlamlandırarak destekleyici veya eleştirel tepkide bulunan insandan hareket edilmesi gerektiğini belirten görüşüyle gelmektedir. Bu nedenle elinizdeki kitap günümüzde kitap, dergi, makale adı altında gelen belli çıkarlar için çok işlevsel olan kültürel çöplük yığınlarının dışında ve o yığınların içerik olarak yanında olmadan sadece fiziksel olarak yanında var olan anlamlı farklılığın bir parçasıdır. Bu nedenle kitap önemli ve ender olandır. Okuyucuları da doğal olarak önemli ve ne yazık ki günümüzün “görüntünün özü tanımladığı”, dolayısıyla seyretmenin okumanın önüne geçtiği, okunanın da seyredilen gibi “hazmı kolay bir şekilde paketlenildiği” bir ortamda yaşayan ender insanlar olacaktır.

Kitabın konusu kültür (özellikle halk, kitle ve popüler kültür) ile ilgili olarak insan ve insanlık durumudur. Bu insan biziz ve insanlık durumu da bizim durumumuz. Dolayısıyla kültür sorunsalından geçerek bu kitapta kendimizi, kendimizin nasıl ve neden böyle olduğunu, kendimiz olmayanı, kendimiz olmayanın neden ve nasıl kendimiz olmadan kendimiz olduğunu, bunun nedenlerini ve olası bütün sonuçlarını anlamaya çalışacağız. Bu amaçla önce insan, örgütlü yaşam ve kültür bağını açıkladık. Böylece kültürü, halk kültürünü, popüler kültürü ve kitle kültürünü anlamaya çalıştık. Bu ilk bölümü mümkün olduğu kadar anlaşılır bir dille biçimlendirdik ki her okuyucu kolayca anlasın.

Kültürü, özellikle kitle ve popüler kültürü anlamak ancak kültürü tarihsel bir perspektif içinde almakla mümkündür. İkinci ve üçüncü bölüm bu amaçla düzenlendi. İkinci bölümde kapitalizm öncesi kültürel pratikler ve kültürün doğası genel olarak ele alındı. Aynı zamanda kapitalizm öncesi üretim tarzı ve ilişkilerinde yerel olanın doğası üzerinde duruldu.

Günümüzdeki egemen pratikler ve bu pratiklerin kültürünü anlama kaçınılmaz olarak kapitalizmdeki popüler pratikler ve bu pratiklerin doğası üzerinde durmayı gerektirir. Bu amaçla üçüncü bölüm hazırlandı.

Dördüncü bölümde Türkiye’de popüler yapılar ve pratikler ele alınarak incelendi. Popüler pratiklerin yapısıyla ilgili örnek verilerin toplanmasında Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler Bölümü üçüncü sınıfta İrfan Erdoğan’ın “iletişim araştırmaları” dersini alan öğrencilerin emeğine başvuruldu. Öğrenciler gruplara ayrıldı ve her grup kültürel yapı ve pratikle ilgili bir konuyu üstlendi ve alana giderek veri topladı. Kitabın üçüncü bölümündeki bilgilerin önemli bir kısmı bu verilerden yararlanarak elde edildi. Türkiye örneğini kullanarak günümüzdeki egemen kültürel pratiklerin ele alınışı ve sunuluşuyla sadece bu pratikleri, ne olduklarını ve sosyal anlamlarını ve sonuçlarını anlama amaçlanmadı, aynı zamanda verimli bir tartışma ortamı yaratmak, okuyucuyu düşündürmek, saha ve tarihsel araştırmaya yönlendirmek arzulandı. Elbette en ideal amaç kültür politikalarının düzenlenmesi ve yürütülmesinde egemen olan planlı ve bilinçliliğin doğasının ne olduğunun anlaşılması ve ona göre politikaların yeniden düşünülmesidir. Fakat böyle bir olasılığın olması için Türkiye’nin kendisi için düşündüğü ve kendisi için olan kendi politikalarının olması gerekir ki, turizmle kalkınacağını sanan bir egemen zihniyetin (ya da bilinçli uluslararası sahtekarlığın veya bilinçli sahtekarlığın ortağı olan ve kısa zamanda köşe dönen cinliğin veya cebini doldurma ötesinde ileriye görmeyi düşünmeyen soyguncu siyasal ve ekonomik tüccarlığın) olduğu yerde böyle bir olasılık ortadan kalkmıştır.

Kitabın beşinci bölümü toplum yaşamında ciddi öneme sahip olan fakat popülerleştirilmeyen ve kötü olarak popülerleştirilen pratiklerin popülerleştirme endüstrileri tarafından neden ele alınmadıkları ve ele alındıklarında da neden “kötü popüler” yapıldıkları üzerinde duruldu. Böylece popülerleştirmenin gerçek doğasının daha açık bir şekilde anlaşılması sağlanmaya çalışıldı.

Kitabın altıncı bölümü önceki bölümlerde ele alınan konuları akademik bağlamda farklı epistemolojiye ait olan kuramsal yaklaşımların nasıl açıkladığına ayrıldı. Bölümde kuramsal anlamlandırmalar sunuldu ve eleştirel bir şekilde değerlendirildi. Bölüm sadece kuramsal tanımlar ve tartışmalarla sınırlanmadı; aksine,

kültürle ilgili temel toplumsal oēerler (rneēin halk, devlet, sınıf, ideoloji gibi) arasındaki ilişkiler üzerinde duruldu.

Bu kitabı ne amaçla okuyor olursanız olun, nedeniniz ne olursa olsun (bir kelime, cümle, unutulmuş bir referans bularak, yapıtı kötülemeye çalışan hasta kötü niyetlilik dışında) bu kitabı seçmeniz, en azından şuna işaret etmektedir: Siz günümüz dünyasında önemli ve ender olan insanlardansınız. Düşman bile olsanız (ki bildiēimiz kadarıyla hiç kimseye iyilik ötesinde bir şey yapmadık şimdiye kadar), gene de deēerlisiniz.

Kitabın hazırlanmasında bize yardım eden Aytül Tamer, Bülent Tellan'a ve tüm oērencilerimize teşekkür ederiz. Popüler kültürle ilgili veri toplamada bize yardım eden oērencilerimizin isimlerini ilgili bölümde dipnot bilgisi olarak verdik. Ayrıca en son gözden geçirmeyi yapan Gökçe Ejder ve Nazmiye Erdoēan'a teşekkür ederiz.

Bu kitapta biz hiç bir şeyi yermiyor ve eleştirmiyoruz; sadece durum tespiti yapıyor, ne ve nasıl olduēunu anlamaya ve açıklamaya çalışıyoruz. Biz olanı aıkıyoruz; olan da normalleştirilmiş anormallik olduēu için, kaçınılmaz olarak eleştiri gibi geliyor. Sahte olan, gereēin yerini aldıēında ve egemen olduēunda, gereēi ve doēruyu söyleme eleştiri ve karşıtlık olur. Gereēin yerini alan sahtenin Makyavelci yumuşak dili doēruyu söyleyene "sivri dilli" demek zorundadır. Bu nedenle biz "eleştirel" grnrz; ama deēiliz. Biz 21. yüzyılda yaşanan insanlık durumunu kültür ve iletişim baēlamında anlamaya ve anlatmaya çalıştık.

İrfan Erdoēan  
Eylül 2004

Korkmaz Alemdar  
Eylül 2004

**BÖLÜM I**  
**KÜLTÜR**  
**KİTLE KÜLTÜRÜ**  
**VE**  
**POPÜLER KÜLTÜR**

Bu bölümde kültür, kitle kültürü, halk kültürü ve popüler kültürün temel doğası hakkında gerekli bilgiler sunuldu. Böylece sonraki bölümlerde sunulanlar için bir alt yapı oluşturulmaya çalışıldı. Bu amaçla insan toplum ve kültür bağı kuruldu ve gerekli kavramlar tartışılarak açıklandı. Ayrıntılı etimolojik, epistemolojik ve tarihsel tartışma kuramsal yaklaşımlar bölümünde verildi.

**İNSAN TOPLUM VE KÜLTÜR BAĞI**

Yıl 2004. Ankara'nın Etlik semtinde küçük kızlar sokakta oyun oynuyorlar. Oyunların büyük çoğunluğunu popülerleştirilmiş müzik parçaları oluşturmakta. En çok tekrarlanan da o sırada televizyon ve radyolarda en popüler olan iki parça:

Kandıramazsın beni  
Susturamazsın beni  
Durduramazsın beni  
....  
Uçacaksın uçacaksın  
Havalara uçacaksın  
Ayağını yerden kesce'm senin

Parçayı hep birlikte söylerken aynı zamanda müzik video kliplerinde gördükleri vücut hareketlerinden esinlenerek birleştirdikleri el, kol, ayak, yürüyüş, zıplama gibi çeşitli hareketler yapıyorlar. Bunları da uyum içinde yapmaya çalışıyorlar ve çoğu kez de başarıyorlar. Etlikte bu olurken Ankara'nın Gazi Osman Paşa semtinde sokakta ne çocuk ne de çocuk oyunu var, dolayısıyla "sokakta oyun kültürü" yok. Bu

çocukların sadece birkaç kez oynayıp bıraktıkları Barbie oyuncakları, Barbie çantaları, Barbie dergileri ve Barbie çıkartmaları, Shakira'ları, Ninja Turtle'ları, son model spor arabaları, trenleri, Tang plus içecekleri, Ülker Yupo Jelibon şekerleri, Bugs and Lola fiş dosyaları, "harika durduğu ve sanki onun ölçülerine göre dikilmiş gibi olduğu ve kendine engel olamadığı için" aldığı giysiler, Disney'in Winnie the Pooh, Tiger ve Piglet'in boyama defterleri, bak ve bul sayfaları, çizgi öyküler, bulmacalar, el becerileri, eğlenceli Donald Amcaları, Mickey Mouse'ları, Kanal D'de süper güçlere sahip Powerpuff Girls'leri ve Digimon 02 çizgi filmleri, Danonino ve Petit Danone çocuk sinemaları, Pocahontas ve 101 Dalmaçyalı VCD'leri, Disney'den müthiş filmleri, kaykayları, skiboard'ları, özlüce satın alınmış her şeyleri var. Öte yandan bir başka yerde çocukların çok az şeyi var ve onları titizlikle koruyor. İki farklı sahiplik olanakları ve yaşam koşulları ve dolayısıyla, iki farklı mülkiyet, kullanım, ilişki ve oyun kültürü. İster sokakta, evde veya yüzlerce milyon lira verilerek gidilen yerlerde olsun, tarihsel insanın oluşturduğu toplumda çocuklar sosyal sınıflar içinde farklılaşan oyunlarıyla küresel sermayenin pazarı olan o toplumun küreselleştirilen parçası olmayı öğreniyor.

Aynı çocukların bir kısmı evlerinde oynarken birbiriyle delicesine yarışarak onlarca balonu çığlıklar atarak patlatıyorlar. Satın alma olasılıklarının çok sınırlı olduğu evlerde, balon patlatılmıyor; aksine varsa dikkatle korunuyor; kazara patlarsa çocuk üzülüyor. Bir tarafta gösteri ve gösteriş kültürünün insanlarının bazılarının sayısız tabak kırarak, tuvalet kağıdı atarak, peçete atarak, bir şeyler yakarak eğlendiklerini göre çocuklar evde balon patlatarak emekle yaratılan bir ürünü yok etmenin verdiği zevki tadılıyor. Öte tarafta balonu gözü gibi koruyarak balonla oynama var. Bütün günlük yapılanlar çocuğun toplumdan ve toplumsal pratikleri yaratıcılığıyla farklı pratikler içinde yeniden üreterek birey oluşunu anlatıyor. Bu oluş da kendiliğinden olmuyor. Bir yanda emek ve ürüne, dolayısıyla toplumsal olana saygı ve tutmanın olduğu bir yaşam biçimi ve kültürü, öte yanda emek ve ürüne, dolayısıyla toplumsal olana saygısızlığın, zararın, yok etmenin kültürü var. Her ikisinde de özel mülkiyet var: Gösteri kültürünün saygısız insanı hem parayı sadece kendine ait sanıyor hem de

parayla aldığı her şeyi istediği gibi k6t6ye kullanma 6zg6rl6đ6n6 yaşıyor. Toplumdaki egemen g6c yapısı buna sadece izin vermekle kalmıyor aynı zamanda destekliyor. 6te yandan aynı toplumda bu pratikleri yaşatan ve y6celterek yeniden-6retenler yanında kınayan yaşam gruplarını da g6r6yoruz. Bu gruplar y6celtilen egemen g6nl6k yaşam bi6iminin hem hedefi hem de alternatifi olarak dururlar. Dikkat edilirse, insan g6nl6k yaşamında neyi nasıl yaptığıyla, yani k6lt6r6yle, o toplum i6inde bir yerde belli bir şekilde yer alır. İnsanın neyi nasıl yaptığı ve kendini ifade bi6imi (k6lt6r6) o an yaratılmış, yoktan var edilmiş, kendiliğinden ortaya 6ıkmış bireye 6znel bir ger6eği anlatmaz; toplu yaşamanın gereksinimlerle, m6cadelelerle ve egemenliklerle, umutlarla ve umutsuzluklarla s6rd6rd6đ6 ve değiştirmeye 6alıştığı meşrulaştırılmış birlikteliğin ger6eğini anlatır.

İnsan fiziksel varlığını s6rd6rebilmesi i6in 6retmesi ve bunu s6rekli olarak yapması (yeniden-6retmesi) zorunluluğu vardır. İnsan 6ncelikle yemek, i6mek, giyinmek, barınmak ve dinlenmek zorundadır. Bu zorunlu gereksinimleri yerine getirerek insan fiziksel kendini 6retir ve bunu s6rekli yaparak yeniden 6retir. Dikkat edilirse, 6retim ve yeniden 6retim hem fiziksel varlığın (insanın kendisini) s6rd6r6lmesi hem de bunun i6in gerekli faaliyetlerin yapılmasını gerektirmektedir. Dolayısıyla 6retimle insan hem kendini hem de yaşam koşullarını (ne ve nasıl yediğini, giydiğini, i6tiğini, barındığını, dinlendiğini, eğlendiğini, 6alıştığını vb.) 6retir. Kendi fiziksel varlığını s6rd6rmek i6in s6rekli 6retim yapan insan aynı anda d6ř6nsel olanı da 6retir. D6ř6nsel olan insanın kendini ve 6retimini kendine anlatması ve buna uygun bir şekilde faaliyetlerini d6zenlemesini getirir. Ancak d6ř6nce taşıyan insan kendini 6retimde ara6 kullanarak ve plan yaparak kendini ve koşullarını değiştirebilir. Dikkat edilirse, insan kendi tarihini 6retim faaliyetleriyle bi6imlendiren bir varlıktır. Dolayısıyla, insan dediğimizde kendi tarihini kendisi istediği bi6imde yapan ve yalnız yaşayan tek bir varlıktan bahsetmiyoruz. İnsan dediğimizde, tarihini 6rg6tl6 birliktelikle yaratan sosyalleşmiş varlıktan bahsediyoruz. Bu sosyalleşmiş varlığın birey, 6zg6r, bağımsız olması ancak ve ancak toplumdan ge6erek, toplum yoluyla olur. Toplum dışında, toplumdan bağımsız birey, kişilik, bağımsızlık, 6zg6rl6k vb olamaz. K6le ancak toplum i6inde k6ledir.

Zengin ve efendi de öyle. Dolayısıyla kölelik veya efendilik veya bireycilik ve bunların kültürü kendiliğinden ve bireyin özgür iradesine göre oluşmaz. Özgür irade denen şeyin kendisi bile insanın örgütlediği yaşamın bir fonksiyonudur. Yani, insan kavim, cemaat, topluluk, toplum denen birimlerde örgütlenmiş üretimle fiziksel, düşünsel, psikolojik ve materyal varlığını oluşturur. Bu üretimle insan kendi tarihini örgütlü güç ilişkilerindeki insanlar tarafından tarihsel olarak yaratılmış koşullar içinde yapar.

İnsan birey, aile, cemaat ve toplum olarak kendini üretirken kendiyile, diğerleriyle ve doğayla ilişki ve dolayısıyla iletişimde bulunma zorundadır. Aksi takdirde fiziksel ve sosyal varlığını gerçekleştirmez. Örgütlü ilişkilerini iletişim yoluyla yürüten insan aynı anda ilişkilerinin doğasını (ilişkilerinin amacını, nedenini ve sonuçlarını; nerede nasıl ve ne zaman yapacağını) anlar ve anlatır. Bu anlama ve anlatım ilişkinin yürütülmesi sırasında yaşamın gerçeğiyle örtüşür: yaşam pratiğinin yaparken bütünleşik parçası olur. Bu anlama ve anlatım aynı zamanda pratik sonrası veya öncesi de yapılır. Hatta sembolsele temsillerle gelen farklı pratiklerle yeniden anlatılır. Bu yolla, maddesel hayatını üreten insan aynı zamanda bu hayatı, üretimi, üretim ilişkilerini ve sonuçlarını, umut ve beklentilerini, umutsuzluk ve korkularını kendisi ve topluluğu için açıklar. Dolayısıyla materyal hayatını üreten insan aynı zamanda bu materyal ilişkilerin bilincini de (ruhsal ve dinsel dahil düşünsel, bilişsel, ideolojik açıklamasını) üretir. Bu üretimi nasıl yaptığı aynı zamanda onun kültürünü oluşturur. İnsan materyal hayatını ve bu hayatın bilincini üretme biçimiyle belli zaman ve yerde kendinin ve topluluğunun kimliğini anlatır ve kaçınılmaz olarak kendini “ötekilerden” ayırır. Bu ifade tarzı insanın oluşturduğu topluluk yapısını, üretim tarzını, ilişki tarzını ve kültürünü oluşturur. Dolayısıyla, kültürü yaratan örgütlü ilişkilerdeki insandır: Kültür insanın sosyal içindeki kendini ve dolayısıyla sosyal yaratıştaki ifade biçimidir. Bu ifade biçimi dinamik bir karaktere sahiptir: İnsan toplumsal üretim tarzı ve ilişkilerinde (kendini üretme biçiminde) yaptığı değişikliklerle yaşam biçimini, bu biçimin ifadesini ve dolayısıyla kültürünü de değiştirir. Kendini örgütlü yapılardan geçerek üreten insanın biçimlendirdiği bu yapıların doğasına göre kölelik, efendilik, şahlık,

padişahlık, beylik, ağalı, toprak sahibi, köylü, kasabalı, saraylı, ulema, maganda, entel, laiklik, kökten dincilik vb üretilir. Bunun anlamı oldukça açık: Bir sosyal birim (aile, cemaat, dernek, zanaatkar, toplum) içindeki farklılaşma kendiliğinden oluşmaz, insanın evrensel genetik doğasından çıkıp gelmez veya düşünceler (ideolojiler) nedeniyle olmaz. İnsanın kendini üretim tarzıyla biçimlendirdiği örgütlü yapılar ve ilişkiler düzeninden gelir. Dolayısıyla aile ve yerel cemaat gibi mikro-örgütlü birimlerdeki üretim tarzı bu örgütlü birimleri üreten makro üretim tarzının yaratılan zenginliklerin nasıl yaratılacağı ve bölüşüleceğine (dağıtılacağına) bağlıdır. Buna bağlı olarak bunu destekleyen ve buna çeşitli ölçülerde karşı olan bilinç ve bu bilinci şekillendiren kültürel pratikler oluşur. Sosyal yapı içindeki zenginlikleri üretme, dağıtma pratikleri ve bu pratiklerle gelen ve bu pratikleri açıklayan farklılıklar aynı sosyal yapı içinde kültürel farklılıkları yaratır. Sosyal pratiklerle gelen kültürel farklılıklar birbirinden bağımsız ve birbiriyle barış ve ortaklık karakterine sahip olduğu gibi birbiriyle rekabet ve düşmanlık içinde de olabilir. Sosyal pratiklerle insan kendini ve toplumunu üretirken aynı zamanda bunlara bağlı olarak gelene kültürünü de üretir. Bunun anlamı aynı zamanda şudur: kültürün değişimi ancak pratiklerin değişimiyle gelir.

İnsan, yaşamdan öğrendiği ve yarattıklarını yeni nesillere göstermeyle aktarırken eğitim kültürünü de oluşturur. Bu eğitimle birikmiş tecrübelerin sonuçları verilir ve yeni sonuçlar ve tecrübeler için temel ve yol döşenir. İnsan materyal ilişkilerini ve açıklamalarını eski nesilden ve yaşarken öğrenirken, aynı zamanda, değişimleri de yaratır ve yaşar. Kültürü yeni nesillere aktarma, sözle ve yaparak-göstererek yapıldığı kültürle, egemen aktarmanın kayıtlı yazarak olduğu kültürlerdeki ilişkiler önemli farklılıklar gösterir. Yaşam içinde süreklilikle ve aktarmayla insan kültürünün tarihselliği oluşur. Bu tarihsellikte eğitimin resmi örgütlü bir eğitim biçimine dönüşmesi ve bir egemenliğin satışını yapan ve bu egemenliğe ücretli/maaşlı ve kölelik arayışıyla birbiriyle yarış içindeki işsiz köleler yetiştiren örgütlü faaliyet olması gelişmiş kölelik biçimlerinin kurulmasıyla ortaya çıkmıştır.

İhtiyaçlar artık ortadan kalktığı halde, geçmiş ihtiyaçlarla biçimlenen bilinç ve davranış tarzlarından bazıları yeninin yanında marjinal olarak

(yani önemsiz, azınlıkta) kalır ve egemen onun materyal ve düşünsel temelini yok edinceye değin kendini devam ettirir.

Zenginliklerin üretimi ve dağıtımında egemen olan pratikleri yöneten güçler insanı, toplumu ve dünyayı açıklama biçimleri ve kültürün üretiminde de baskın olurlar. Bu baskınlık egemen bilinç, ideoloji ve kültür biçiminde de kendini gösterir. Mısırlı bir kölenin veya sıradan bir Sümerlinin veya özgürlük taslayan günümüz bireyinin kendini kendi istediği biçimde üretmesi demek var olan örgütlü ilişki tarzlarıyla gelen, gerçek ve teolojik ceza korkusuyla desteklenen ve ödüllere beslenen seçenekler arasından gücüne göre seçim yapması demektir. Bu yolla, örneğin bir Mısırlı mutlak köle veya özgürlük taslayan günümüzün serbest kölesi (1) Köleliğine, köleliğin her gün materyal, bilişsel, bilinçsel ve dolayısıyla kültürel olarak sürekli üretilen tarzına katılır. Bu katılmada egemen kültürün rolü, egemen ideoloji ve dinin yaptığı gibi, bu katılmayı doğal olarak görmesini sağlamak; Böylece kölenin köleliğini normal görmesini ve hatta tanrı (veya demokrasi) tarafından bahşedilmiş bir lütuf (veya özgürlüğünün bir ifadesi) olarak içselleştirmesini oluşturmak olmaktadır.

(2) Köle, köylü veya vatandaş ne denli egemen yapılarda çıkmaza sokulmuş olursa olsun, ne denli baskılar altında seçeneksiz bırakılırsa bırakılsın, ne denli köleliği kendine ve köleliğini egemen bilinçten geçerek kendi kendine meşrulaştırırsa meşrulaştırsın, bu meşrulaştırmalar destanlarla, mitolojilerle ve diğer egemen pratikler ve sunumlarla desteklense bile, gene de yaşadığı kölelik durumunun çeşitli ölçüde bilincindedir, çünkü ne denli sahte bilinçle veya avantajlarla kaçış yolları verilse bile, köleliği her an yaşayan ve hisseden odur. Dolayısıyla, kölenin içinde, yaşadığı, yaşatıldığı ve yaşattığı yaşam koşullarıyla gelen egemenden farklı bir bilinç daima olacaktır. Bu bilinçte kölenin bu koşulları egemen kültürden (egemen ideolojiden ve bilinçten) farklı olarak yansıtılır. Bu yansıtma Spartakus'un isyanında, kölelerin kaçışında, Avrupa'daki ve Anadolu'daki köylü ayaklanmalarında, Roma'da güç kazanmak isteyen asillerin "size toprak ve efendinin kız ve karılarını vereceğim" vaadine katılmalarda, gizli ayınlar, gizli toplantılar gibi mücadeleci siyasal kültürel pratiklerde ifadesini bulur.

(3) Egemenliğin çıkarına uymayan siyasal, ekonomik ve kültürel pratiklere karşı tedbirler daima yeni kontrol mekanizmaları geliştirmek, yeni ve artırılmış baskılar ve bu baskıların bilinç yönetiminden geçerek meşrulaştırılması olmuştur. Efendisinin gazabından kaçan bir köleyi veya baş kaldıran köleleri veya köylüleri bazı köleler saklar ve korurken, bazı köleler (ki bunlar Mısır askeri, Amerika'daki kasaba Şerifi, Osmanlı jandarması gibi adalet sistemi denen meşrulaştırılmış örgütlü terör ve baskı yapılarında çalıştırılan diğer kölelerdir) tarafından yakalanmış ve cezalandırılmıştır. Kölenin başkaldırısını durdurma ve cezalandırmaya aynı zamanda Tanrılar ve melekleri de katılmıştır. Tevrat kölelik ilişkisini normal olarak kabul eder. Örneğin Abrams'ın eşi Sara hizmetçisini gaddar bir şekilde cezalandırınca, hizmetçi kaçtı. Tanrının meleği hizmetçiyi buldu ve "Sara'nın hizmetçisi, nereden geliyorsun ve nereye gidiyorsun?" dedi. O da "Hanımım Sara'dan kaçıyorum." diye cevap verdi. Melek "Hanımına geri dön ve kendini onun eline teslim et" dedi (Genesis, 16:2-12). Tanrı böylece sadece köleliği tasdikle kalmıyor, meleklerine polislik yaptırarak kölenin baskı altında özgürlüğü seçme olanağını da elinden alıyor (Erdoğan, 1997: 170). Kölelik tanrının vergisi oluyor ve köle bu nedenle sahibine ve tanrısına dua ediyor. Hz İbrahim'in kölesine kulak verelim: Tanrı benim sahibimi büyük ölçüde takdis etti. Hayvan sürüleri, gümüş ve altın, erkek ve kadın hizmetçiler, deve ve eşekler verdi" (Genesis, 24:35). Sözlü gelenekteki egemen mitolojilerde hem dünyanın hem de tanrının düzenine baş kaldıran cezalandırılır. Çok soruşturan ve araştıran kişi/kahraman egemen açıklamalar çerçevesi dışına çıkmaya çalıştığında (ki mitolojilerde bu çıkma çabası güçlülerde vardır) daima çıkmaza düşmüş, düşürülmüş ve cezalandırılmıştır. Dünyevi hayattaki eşitsizlik, tabakalaşma, sınıflaşma, güç ve zenginliklerin adaletsiz dağılımı, öteki hayatta da yeniden üretilerek desteklenmiştir. Daha da öte gidilerek, örneğin Hz Musa'nın tanrısı ve melekleri zenginlerin koyunlarını, mallarını koruma işini de yapmıştır. Bütün bunlar egemen kültürel pratiklerin bir parçası olan mitolojilerdeki anlatımlarda da yeniden üretilmiştir: Mitolojilerdeki kademeleşme, güç ve eşitsizlik, yapabilme kapasitesi ve hiç bir şey yapamama içine sıkıştırılmışlık dünyevi hayattan çok daha ve katı bir

şekilde üretilmiştir. Mitolojilerde soruşturanlar, çerçeveyi kırmaya çalışanlar, bir diğer gücün kontrol alanına girenler, başarılar ve başarısızlıklar daima güç yapılarının yeniden inşası ile son bulmuştur. Aynı durum filmler, romanlar, televizyon programlarıyla gelen modern mitolojilerde de vardır: Adalet daima yerini bulur. Kırılan veya ihlal edilen mülkiyet yapısı daima sonunda yeniden-inşa edilerek var olan güç ilişkileri ve üretim tarzına geri dönülür. Korku, ebediyen ateşler içinde yanmaya mahkûm olmaya kadar giden ceza, ne olacağını bilmemeyle gelen terör Modern ve eski mitolojilerde güç ilişkilerinin ve eşitsizliğin yeniden-üretimini sağlar. Bu mitolojilerden geçerek dünyevi güç ilişkileri ve eşitsizlik de sadece meşrulaştırılmakla kalmaz, yaratılan korkuyla desteklenir.

(4) Sosyal yapılardaki güçlerin egemenliklerini yukarıdaki gibi her tür perçinleme çabasına karşı daima karşıt öykülemeler (destanlar, ağıtlar, kaçış ve kurtuluş anlatıları) olmuştur ve bu öykülemelerle, örneğin Köroğlu'nun başkaldırısı desteklenmiş, Hz. Hasan ve Hüseyin'in öldürüldüğü Kerbela sürekli yeniden üretilmiş, Zengine varmak istemeyen ve fukara sevgilisinden ayrılmak istemeyen kız direnmiş, Ferhat dağları delmiş, (Drakula) Frankestein Osmanlı askerlerinin kanını içmiş. vs vs...

Özlüce tarih boyu kendini toplumsal örgütlü yaşam içinde üreten insan aynı zamanda bu üretimin ayrılmaz ve bütünlük bir parçası olan kendi kültürünü de üretmiştir. Yani, örgütlü üretim tarzı içinde oluşturulan güç ilişkileri ve eşitsizlikler o örgütlü yaşamın ifade biçimleridir ve bu ifade biçimleri kültür olarak ortaya çıkar. Dolayısıyla, kültür örgütlü ilişki tarzlarıyla ve bu tarzı çeşitli biçimlerde ifadesiyle kendini gerçekleştiren insanın bu gerçekleştirme tarzıdır.

Tarih içinde kendi koşullarını ve toplumunu değiştiren insan aynı zamanda bu değişimle birlikte kültürünü de değiştirmiştir.

Bu paragrafa kadar sadece sosyal birimlerde oluşturulan kültür ve bu birim içindeki farklılıkların kültüre egemenlik, katılma ve mücadele biçiminde ifadesini bulduğu üzerinde durduk. Sosyal formasyonlar (toplumlar) diğer toplumlarla ilişkide bulduklarında, bu ilişki tarzıyla birlikte toplumlar arası kültürel tarzlar da oluşur. Bu kültürel tarzlar da uluslararası egemenlik, boyunsunma, katılma, katma ve mücadele

biçiminde kendini gösterir. Dostluk, düşmanlık, savaş ve ticaret ilişkileriyle birlikte dostluğun, düşmanlığın, savaşın ve ticaretin yürütülüş biçimlerine uygun veya bu biçimleri farklı bir şekilde açıklayan ve ilişkiyi amaçlanan yönde doğrulayan veya yanlışlayan töresel, törenselle ve bilişsel pratiklerle gelen kültürler oluşturulur. Bu oluşturulmada örneğin Yunan siteleri arasındaki savaşta alınan esirlerin geri verilmesiyle ilgili siyasal-kültürel ve ticari-kültürel pratikler belirir. Bu pratikler farklı eski-dost, benzer ırk, farklı ırk, ebedi düşman vb için farklı biçimlerde şekillendirilir. Haçlı Seferlerinin hazırlanma ve sefer kültürüyle, Osmanlı ordusunun hazırlanma ve güzergahı üzerinde oluşan karşılama, yollama, dinlenme, azık tedariki kültürü kaçınılmaz olarak farklı olacaktır. Elbette savaş kültürüyle ilgili genel benzerlikler de vardır: Mal ve mülk talanı, kadınların ödül olarak kullanılması, kadınlara, kızlara ve çocuklara tecavüzler, esir alma, köleleştirme bunlar arasındadır. Ticaretle bağılı olarak gelişen kültür birbirini tanıma ve ardından ticari bağlamda egemen olanın özellikle egemen ticari kültürünün diğerine nüfuz etmesi ve egemenlik kurması ve hatta tümüyle ortadan kaldırması kadar giden biçimlerde olur. Çerçenin ortadan kalkması ve bakkalın isim değıştirip süpermarket olması buna en somut örnektir. Bu durum egemen ideolojide kültürel alışveriş, kültürel dokunma, kültürel karşılıklı bağımlılık, kültürel gecikme (cultural lag) gibi tanımlamalarla nitelenir. Karşı nitelemelerde ise kültürel sömürü, kültürel emperyalizm olarak açıklanır.

Yukarıdaki bütün açıklamalarda kültür kavramı insan ve insan faaliyetinden hareket eden bir yaklaşım tarzının getirdiğı tanımlamaya göre açıklandı. Tanımlama tanımlanana yaklaşım biçimini ifade eder. Başka bir deyişle, tanımlama belli bir çerçevenin içinde işleyen bir dünya görüşünün getirdiğı anlayış biçimidir. Dolayısıyla, farklı dünya görüşleriyle kaçınılmaz olarak farklı kültüre tanımları üretir. İnsanın yaşam çevresi ve ilişkileri dünya görüşlerinin kaynağıdır. Dünya görüşleri insanı ve ilişkilerini açıklamaya çalışan düşünsel/ideolojik çerçevelerdir. Dünya bu çerçevelere göre oluşmaz; bu çerçeveler dünyayı oluşturan insanlar tarafından oluşturur. Dolayısıyla, kültürün (ve popüler kültürün) ne tek ne de herkesin kabul edebileceğı evrensel bir tanımlanması vardır. Çeşitli dünya görüşlerinin (ideolojik

çerçevesinin) getirdiği çeşitli tanımlamalar bulunur. Aynı veya benzer ideolojik çerçeveler içinde bile kültürün tanımlanmasında tek bir tanım üzerinde fikir birliği bulmak hemen hemen olanaksızdır. Kavram Latince "cultura" kavramından gelir. İlk zamanlarda kültür kavramı bir şeyi ekip yetiştirme veya bakma sürecine verilen isim olarak kullanıldı. Örneğin "ekin" ekilip yetiştirilmesi veya hayvanların bakımı, beslenmesi, çiftleştirilmesi, yetiştirilmesi gibi. Orta çağlardan sonra, özellikle Aydınlanma çağında, bu tanım insan beyninin "geliştirilmesi" anlamında kullanılmaya başlandı. Önce Fransızca ve İngilizcede, sonra Almandada görüldü. Kavram bazen "uygarlık" ile eş anlamda, bazen de karşılaştırmalı olarak ayrı bir anlamda kullanıldı. Uygurlık (medeniyet) Latince "civilis" kavramından gelir. "Civilis" vatandaşın veya vatandaşa ait anlamına gelir. Uygurlık kavramı İngilizce ve Fransızcada on sekizinci yüzyılın sonlarına doğru barbarlık ve ilkelikten kurtulup incelmeye, yontulmaya, düzene ve ileriye doğru giden insan kalkınması olarak kullanıldı. On sekizinci yüzyılın sonlarında, Almanya'da karşılaştırmalı bir şekilde kullanılmaya başlandı: "Zivilisation" (=uygarlık) negatif ve kültür pozitif anlam taşımaya başladı. Uygurlık kişilerin kibarlık ve incelik gibi davranışlarını değerlendirmeye ilgili olarak kullanıldı. Böylece uygar olmayan da tanımlandı. Kültürse daha çok yaratıcılığın ifade edildiği entelektüel, artistel/sanatsal ve ruhsal ürünler için kullanıldı. Bu da Almanya'da varolan Fransızca konuşan burjuvazinin "uygar" üst tabakasıyla, bürokrasi ve kırsal aristokrasiden gelen Almanca konuşan ve sanat, felsefe, bilimle, yani kültürle kendini tatmin eden entelektüellerin arasındaki ilişkinin bir sonucuydu. Kültür üst sınıf tarafından dışarıda bırakılmış bu entelektüellerin kendileriyle (kültürlü olmayla) gurur duymalarını ve tatmin olmalarını sağlıyordu. Benzer şekilde kültür günümüzde genel olarak eğitilmişlikle, entelektüel olmayla ve değerli olmayla eşleştirilir; "sanatta, davranışta, anlayışta vs mükemmel olan" anlamına kullanılır. Bunun karşıtı olan kültürsüz kavramıyla eğitilmemiş, kaba, maganda, zevksiz, bilgisiz olan anlatılır. Bu yolla kültür sadece belli özelliklere sahip olanların malı veya özelliği olarak belli bir mülkiyet içine çökertilir. Böylece kültür belli bir grubun veya sınıfın yaşam, düşünce ve davranış tarzını anlatan

özneelliğe indirgenir. Bu anlam gerçekte, dikkat edersek, seçkinci kültür anlayışıdır: Çünkü mükemmellik aristokraside, "yüksek mektep merteye görmüşte" ve "Yüksek kültür" denilen kültür tanımında aranır ve bulunur.

Başlangıçta kültürün en yaygın kullanıldığı yer antropoloji, özellikle kültürel antropoloji olmuştur. Antropolojinin on dokuzuncu yüzyılın sonunda ortaya çıkmasıyla, kültür anlayışında farklılaşma da arttı. Antropologların ilk yaklaşımı betimleyici ve sınıflayıcı yaklaşım olmuştur. Örneğin tutucu yaklaşımı temsil eden E. B. Tylor ve benzerlerinde ilgi insanların dinsel pratikleri, silahları, kullandığı araçlar, sanatları, gelenekleri ve görenekleri vs üzerinde toplanmıştır. Bu bağlamda kültür bilimsel bir şekilde incelenebilen ve belli bir toplumun üyelerinin sahip olduğu inançlar, adetler, gelenekler, yasalar, bilgi biçimleri topluluğudur. Bu tür yaklaşım kültür kavramına farklı kültürleri meydana getiren elemanların analizi, gruplandırılması ve karşılaştırılmasını ekledi. İkinci önemli gelişme kültürü tanımlama ve anlamada sembolik biçimler ve bu biçimlerin taşıdığı anlam üzerinde durmaya başlama oldu. İnsanlar sadece anlamlı dilsel ifadeler üretip, bunları aktarmazlar, aynı zamanda dilsel olmayan olgulara, örneğin etkinliklere, sanata anlam verirler ve bunlarla iletişim; deneyimlerini, inançlarını ve görüş biçimlerini paylaşırlar. Sembolik kültür analizi sembolik formlardaki "anımları" ve anlam kalıplarını yorumlamaya çalışır. Bu tür vurgulamada ihmal edilen bu semboller ve sembolik ilişkilerin olduğu konum ve koşullar olmuştur. Kültürel antropologların ve sembolik etkileşimcilerin anlayışları çoğunlukla sömürgeciliğin nasıl başarılı olacağıyla bağıntılı kültürel politikalarla bitişik olarak gelir. Bazıları sömürgeci kültürün geri ve ilkel olduğunu dolayısıyla oralara Batının uygarlığının ileri kültürünü götürdüğünü belirtirken, bazıları da yerel kültürlere dokunulmamasını gerektiğini belirtirler. Bazıları kültürel kontak ve alışverişin olduğunu ve kültürlerin bu şekilde geliştiğini belirtirler.

Dikkat edilirse, var olan üretim tarzı ve ilişkilerini meşrulaştıran ana akım açıklamalar kültürü çok çeşitli kılıflarla kaplı olarak sunmuşlardır. Kültürü sadece düşünsel olana ve düşünsel olandan geçerek davranışla ifade edilene indirgemişlerdir: Kültür tümüyle öğrenilmiş ve

sosyal olarak aktarılmış davranıştır. Kültür halkın paylaştığı bütün değerler, kaideler, adetler ve alışkanlıklardır. Kültür bireylerin etkileşimlerinde neyin doğru ve önemli olarak düşündükleridir. Kültür aynı zamanda değerli olan objelerdir. Bu anlamlandırmaya paralel olarak, "kültürlü insan" kavramında olduğu gibi gelişmiş beyin durumunu ifade etme anlamından, "kültürel farklılıklar, kültürel ilgiler ve kültürel etkinlikler gibi kullanımlarda olduğu gibi bu gelişmenin süreci ve süreçlerin araçlarına kadar çeşitli anlamlar yüklenir. Bunun yanında, kültür yüksek kültür, kitle kültürü, rock'n roll kültürü, karşı kültür, Amerikan kültürü, Türk kültürü, gençlik kültürü, modern kültür, geleneksel kültür, popüler kültür, kitle kültürü, üstün kültür, bayağı kültür, ince kültür (şair ve ince işleme) ve kaba kültür, televole kültürü, maganda kültürü, İslam kültürü, şirket kültürü gibi ayırımlarla sunulur. Daha kötüsü, günümüzde bazı tutucu yaklaşımlar sadece sporu değil, kültürün tümünü boş vakit geçirme faaliyetleri (eğlenme, dinlenme, hafta sonu faaliyetleri) içine hapsederler.<sup>1</sup> Bu yaklaşıma son zamanlarda yoğun bir şekilde küresel pazarda şirketlerin iş yerinde çalışanların verimlilik için kontrolünü amaçlayan "kültürler arası farklılıkları" anlama eklenerek, planlı kontrole iş kültürü ve değerle katıldı. Kültür günümüzde günlük pratiğin pazar çıkarı için kontrolü ve yönlendirilmesinde planlı olarak üretilmektedir.

Kültürel, ekonomik ve siyasal süreçler sosyal hayatın birbirinden ayrılmaz parçalarıdır. Kültürel olan siyasal ve ekonomik olan için hayatidir. Kültür sadece değerleri, yargıları, tutumları vb taşıyan düşünsel bir süreç değil, fakat daha çok yaşanmış ve yaşanandır, yaşanmış ve yaşananla ilgilidir. Kültür insanların kendi yaşam deneyimleriyle biçimlenmiştir ve onların yaşam biçimlerinin bütünü oluşturur. Bu yaşam deneyimi bir zamanlar belli bir coğrafik bölgeye aitti, yereldi ve doğrudan bire bir ilişkilerle oluşuyordu. Şimdi ise buna yoğun bir şekilde dolayimli, dışarıdan ve uzaktan gelen "başkalarının yaşam deneyimleri" ve özellikle dünyaya egemen bir pazarın yaşam koşullarının belirlediği planlı yaşam deneyimleri eklemelendi.

---

<sup>1</sup> Örneğin *Journal of Popular Culture* dergisinin içeriği bunu açıkça yansıtmaktadır.

Dolayısıyla kültür ilişkisel ve tarihseldir çünkü kültürel biçimlenme ve değişim birbiriyle iten bağlı iki boyuta sahiptir: Kültür hem bilinçli Şekilde seçen ve deneyimlerinin muhasebesini yapan insanlar tarafından inşa edilir, hem de, aynı anda, geçmişteki insanların seçim ve değerlendirmelerinden miras kaldığı için, seçim ve etkinliklerin önceden belirlenmiş kurucusu işlevini görür. Bu ikinci boyutu nedeniyle, kültür sosyal yaşamı farklı biçimde anlamaya ve farklı etkinlikler yapmaya karşı durur, tutucu bir karaktere sahiptir. Dikkat edilirse, insanların Şeyleri yapma biçimi (kültürü) toplumun kendine bakışı, görünüşü, hissedişi, duyarlılığı, estetiği, yaratıcılığı, kendini kendine ve dışına anlatışıyla gelen sosyal kişiliğidir. Bütün bunlardaki farklılıklar hem toplum içindeki hem de toplumlar arasındaki farklılıkları da oluşturur aynı zamanda. Dolayısıyla kültürün ortaklıklara dayanan kolektif bir olgu olarak görünür. Bu ortaklık yaşamın nasıl retildeği ve ifade edildiğine bakıldığında yaşamın örgütleniş biçimindeki özellikleri yansıtır. Bu zellikler kölelik ve efendilik ilişkileri karakterini taşıyorsa, kültürde ortaklık bu karakterin üretimini ve aynı zamanda bu karaktere karşıtlığı anlatır. Yani, ortaklık bir örgütlü ilişkideki beraberliği anlatır bu durumda, eşitliği, aynılığı, benzerliği değil. Kölelik rneğinde kölelik sisteminin ortaklığı herkesin o sistem içinde olmasıyla ve köleliği üretirken, aynı zamanda benzerlikler ve farklılıkları üretmesiyle gerçekleşen bir ortaklıktır. Dolayısıyla sosyal üretim ve ilişkilerde ne kadar farklılaşma ve kademeleşme üretiliyorsa (ya da benzeşme üretiliyorsa) , o kadar farklı kültürler (o kadar benzer kültürler) retiliyor demektir. Dolayısıyla kültürün rimi ve paylaşımı topluluğun kendini nasıl ürettiği ve paylaştığına göre biçimlenir.

Yukarıdaki anlatımlardan kültürün oluşumunun doğal ve kendiliğinden olduğu kesinlikle anlaşılmamalıdır. Özellikle bilinç yönetiminin yoğun bir Şekilde yapıldığı çağımızda, kültür aynı zamanda planlı olarak üretilir ve dağıtılır. Bu durum kitle rimi yapan pazara entegre olmuş yaşam biçiminde, pazar glerinin kendilerini sürdürme zorunluluğuyla birlikte gelir. Böylece egemen bir pazar kültürü yaşamı biçimlendirirken, bu yaşama bütün farklı sınıfların, grupların, cemaatlerin, kavimlerin yaşam yollarını, kişiliklerini, varlığını, onları üretilen zenginliklerin paylaşımında sadece çalışan ve tüketen

olarak tutarak, egemenlik altında birleştirir. Böylece egemenlik yaratılır ve sürdürülürken, aynı zamanda karşıtlık da biçimlenir ve mücadele sürdürülür.

Eskiden, rneğin kavimsel, derebeylik veya beylik üretiminde, yöneten ve yönetilen sınıfların yaşam yollarındaki birbirine bağımlılık ve birbirinden farklılık apaçık bir şekildeydi; yer ve zamanda fiziksel ulaşılabilirlik, dokunabilirlik ve doğrudanlık vardı. Varoluşun ifadeleri de açıkça bu farklılığı yansıtıyordu. Bağımlılık ise tanrıdan ve kılıçtan geçerek kurulan ve desteklenen bir karaktere sahipti. İstenen zaten materyal soygundu ve bunun için de kılıç ve tanrı yetiyordu; sürekli yenilenen yaygın bir bilinç yönetimi ağına gerek duyulmuyordu. Kültür bu yaşam ortaklığı ve farklılığının doğrudan ifadesini taşıyordu.

Yöneten ve yönetilenler arasındaki "şeyleri yapma yollarındaki" farklılık aynı zamanda "şeyleri yapmama yollarını" da içerir. Bu yoldan geçerek yaşam farklılığındaki kimlikler kültürel kimliklerin inşasıyla desteklenir. Yönetilenlerin "yapmama" yolları, eğer yönetenlerin çıkarlarına aykırı ise, aykırı olan yapma yollarında olduğu gibi, yönetenler tarafından tıkanır. Bu tıkama çeşitli engelleme mekanizmalarından (günahlar, ayıplar, cezalar ve meşrulaştırılmış katliamlardan) geçerek sağlanır. Bu da  boyunsunma yanında, karşıt pratikleri ve bu pratiklerin kültürünün oluşmasını da beraberinde getirir.

Siegelaub'un da belirttiği gibi maddi kültürün üretim tarihi, üretilmiş nesnelere kültürel objeler olarak toplanması ötesinde, işçi kişiliğin, duyarlılığının ve yaratıcılığının gelişme tarihidir. Bu tarih de, birbirini izleyen dönemlerde, insanların üretim yaptığı çeşitli sömürü biçimlerinden geçmiştir: (1) yakın aile, cemaat, kavim, kabile, aşiret veya klan için üretilen ilksel yerel üretimden, (2) mübadelenin gelişmesi ve artı değerden geçerek, sanat ürününün yükselmesine (ki bu türdeki yretimde kişisel hayat, özellikle popülerin kendisi, çok az bir değere sahiptir), (3) tarımın, mutlak köleliğin, gbeciliğin ve köy yaşam tarzının kırılmasından, geç-feodalizmin ve ilk-kapitalizmin yükselmesinden geçerek olmuştur. Bu türde çoğu kez ayrıcalıklı sanatkarların, pratik yaşamdan boşanmış ihtisaslaşmış ince sanatların yükseldiğini görürüz. Bu sanatlarda kolektif değerler zamanla kişisel

stillere yer verdi. Önce stüdyo sonra da fabrika birleşmiş zanaatkarları ve örgütlerini ortadan kaldırdı. Artan bir şekilde kapitalin doğrudan yönetimi altında yeni biçimleri empoze etti ve yeniden örgütledi; (4) 19'uncu yüzyılın kapitalizmi, yeni ve eşi olmayan bir egemen kültürü, (kitle kültürünü) yarattı. Bu kültür (a) ihtisaslaşmış özel bir sektör olarak, (b) durmadan artan endüstri üretimi olarak ve (c) en önemlisi, ilk defa işçi sınıfına yöneltilen ve özellikle onların tüketimi için üretilen bir kültür olarak ortaya çıktı.

Düşünsel yanına bakıldığında kültür (a) sosyal yaşamın sembolisel karakterini, (b) sosyal ilişkilerde değiş-tokuş edilen sembolisel biçimlerde yatan anlam kalıplarını ima eder. Bu sembolisel biçimler kalıplaşmış sosyal koşullarda gömüldür. Bu sosyal durumlar da güç ilişkilerini, çatışma biçimlerini, kaynakların bölüşülmesinde eşitsiz dağılımını içerir. Sembolisel kültürel biçimler en azından iki tür değerlendirmeden geğer: (1) Üretenler ve alanların biçtiği kıymet: kötöleme, övme, sevme gibi. (2) Ekonomik pazardaki değer: Sembolisel biçimler pazar için üretildiğinde alınan ve satılan emtia olurlar. Kültür endüstrisinin tv programları, müzik cdleri, sinema filmleri, kasetler gibi ürünleri, ressamaların ve heykeltıraşların eserlerinin sergilenmesi ve satılması buna örnektir.

Üretilen ve alınan --alınanı hem fiziksel olarak hem de görüntü veya ileti olarak anlayalım-- sembolisel formlar denildiğinde, herhangi bir yol veya araç yoluyla kurulan ilişki, dolayısıyla iletişim demek isteniyor. (1) Sembolisel biçimler üretim ve İletme araçlarını, teknolojiyi kullanmayı gerektirir. Teknolojik araçlar belli ölçüde kültürel biçimin anlamsal içeriğinin tespiti ve sembolisel biçimlerin çoğaltılmasını sağlar. Örneğin taşa veya mermere oyularak yazılan bir yazı veya herhangi bir kültürel ifade basın teknolojisi karşısında çok daha az mekaniksel çoğaltma olanağı verir. (2) Kültürel İletme örgütsel bir çevre içinde olur: Teknik araç belli şekilde biçimlendirilmiş örgütler tarafından kullanılır. Bu kullanma örgütsel yapıyı ve sembolisel biçimleri üretme ve dağıtma\İletme biçimlerini içerir. (3) Teknolojisiz veya teknolojiyle aracılanmış İletmeyle kültürel biçimler bazı durumlarda çıktıkları özgün yerlerinden ve zamanlarından ayrılırlar ve farklı yer ve zamana taşınırlar. Bu "yer ve zaman" yabancılaşması o

yerde ve zamanda olmayan insanların bu biçimi almasını sağlar. Buna klasik örnek gelenek ve göreneklerin kuşaktan kuşağa taşınması, Amerika'da senelerce önce üretilen, kullanılan ve artık kullanılmasında bir yarar görülmeyen, modası geçmiş ürünlerin Üçüncü Dünya ülkelerine pazarlaması. Meksika, Brezilya veya İtalya'da yapılmış gözyaşı-aşk-sevda-hiyanet-kıyamet-nedamet-moda-soda ile dopdolu kadın dizilerinin oralardan kalkıp her yere dağıtılması gibi...

İster popüler, ister kitle veya sınıf kültürü olsun, isterse bir materyalin veya materyal olmayanın (düşünselin, inancın) üretimi olsun, kültürle üretilen, belli biçimdeki materyal yaşam ve bu yaşamın ideolojisi ve bilincidir. Yaşamın ideolojisi ve bilincinin üretimi de, materyal kültürün üretim özellikleriyle beraber gider, onun tarafından belirlendikten sonra, onunla etkileşime başlar. Bu etkileşim sürecinde, sadece egemen kültürler yeniden-üretilip sürekliliği sağlanmaya çalışılmaz, aynı zamanda, karşıt olan kültürler üretilir ve mücadele verirler. Dolayısıyla, kültür alanı insan yaşamının tümünü kapsayan egemenlik ve mücadele alanıdır.

### **HALK, HALK OLMAYAN VE HALK KÜLTÜRÜ**

Halk hem günlük dilde hem de sosyal bilimlerde en yoğun kullanılan kavramlardan biridir. Bu kavramla birlikte cevaplandırılması gereken şu sorular öncelik kazanmaktadır: Halk ne demek? Kavram nereden gelmiş? Kim çıkartmış? Neden ve nasıl çıkmış? Her zaman var mıymış? Halk kavramı dışında kalan ne: halk olmayan mı? Köle mi? Yönetenler/üst zümre mi? Halk kavramı üzerinde bir mülkiyet mücadelesi var mı? Varsa veya yoksa neden? Halka sahiplenen neden sahipleniyor ve sahiplenmeyen neden sahiplenmiyor? Halka sahiplenmenin sonuçları ne?

Halk yere ve zamana bağımlı ortaklığı anlatır. Halkta aynı zamanda sömürülme, hem materyal hem de ruhsal sömürülme ortaklığı vardır. Halkta egemenliğe ve mücadeleye çeşitli biçimlerde katılma vardır. Halk kültürü yere ve zamana bağımlının kendini anlatışı, kendini ifadesidir. Bu ifadenin anlamı kendisi için kendini anlatma olur veya olmayabilir.

Halk kavramı hangi bağlam içinde alındığına bağlı olarak değişir. Toplum veya cemaatin hepsi halk olarak nitelenebilir. Tüketiciler, satın alıcılar, oy verenler, televizyon izleyenler, sokakta gezenler, fukaralar, yönetici sınıf dışındaki herkes, çalışanlar vb halk olarak nitelenebilir.

Brecht'e göre (Alemdar ve Erdoğan, 1994) halk kavramı romantikleştirilmektedir; kavram tarihte birçok kandırmalar için kullanılmıştır. Bu kavramı sağlıklı olarak kullanabilmek için tarihsiz, statik şekline, özellikle halka değişmezlik, kutsal gelenekler, sanat biçimleri, alışkanlıklar ve adetler, dinsel, ebedi düşman, bölünmez güç gibi karakterler veren "şiiirimsi biçimlerine" karşı durulmasını savunmuştur: Dün popüler olan bugün popüler değildir, çünkü halk bugün dünkü gibi değildir. Brecht'in bu deyişiyile ilgili olarak önemli bir sorunu yanıtlamak gerekmektedir: Dünün popüler olanının bugün popüler olamamasının nedeni ve halkın bugün dünkü gibi olmamasının kaynağının doğru bir şekilde saptanması gerekir. Eğer dün ve bugün de üreten, bölüşen ve kullanan halk denen insanlarsa, yani neyin nerede nasıl üretilceğine ve kullanılacağına karar veren halksa, o zaman değişen ve değiştiren halk olur. Fakat halk denen insan kitleleri bugün neyin üretimine, dağıtımına ve tüketimine karar verme gücüne sahip ki? Hemen hemen kendi varlıklarını nasıl üretecekleri dahil hiç bir şeyin. Dolayısıyla, popüler olanın ne ve nasıl olacağına karar veren halk denen kitle değil: Nasıl ki popüler olan planlı bir şekilde üretiliyorsa, halk denen de bu planlı olarak üretilene uygun bir şekilde üretilmektedir.

Yukarıdaki sunumlardan da anlaşılacağı gibi, halk ve kültür kavramını yan yana koyarak üretilen "halk kültürü" kavramının anlamlarına dikkat etmek gerekir. Bu bağlamda öncelikle yanıtlanması gereken sorulardan bazıları şunlardır: Halk kültürü ne demek? Nerede ne zaman çıkmış? Neden çıkmış? Türkçede halk kültürü denince akla ne gelir? Neden? Ne anlama kullanılmış? Bu kullanımda ve anlamda değişmeler olmuş mu? Neden olmuş? Günümüzde halk kültürünün anlamı ne? Hangi alan içine sıkıştırılmış? Neden? Halk kültürünün üretimi üzerinde mücadele var mı? Bu mücadelenin durumu ne? Halk kültürü neye karşıt duruyor? Neden? Halkın olarak ve halk için olarak nitelenen şey günümüzde hakikaten halkın mı, halk için mi? Önceleri

halk kültürünü kim üretiyordu ve şimdi kim üretiyor ve nasıl üretiliyor? Üretimin (ve tüketimin) amaç ve sonuçları neler?

Geçmişin halk kültürü aynı yer ve zamanda yaşayan insanların kendi için, kendini kendine ve çevresine anlatıyordu. Yaratan kendisiydi, kendindendi ve kendisiyle kalıyordu. Kendi oyunu ve oyuncağını, kendi eğlencesini, kendi bayramını, kendi egemenlik ve mücadelesini kendisi yaratıyordu. Bu kültürde elbette yaşam tarzındaki egemenliklerin yansımaları olduğu kadar karşıtlığı da vardı. Egemenliğin ifadeleri teolojik ve krallık düzeninin rutinleşmiş kültürel yeniden-üretimleriydi (örneğin dinsel ve diğer törenlere katılma). Mücadelenin ifadeleri yapısal ve diğer zorluklara karşı direniş pratikleriyle gelenlerdir (örneğin kaçan kölelerin desteklenmesi, ürünlerin saklanması, direniş efsaneleri, masalları ve oyunları). Her durumda kültürel pratiklerde katılım yer ve zamanda aynıydı.

Anadolu kültürü yereldi: O yerin yaşamın içinden çıkıp gelmişti ve yaşamla ilgili olanı anlatıyordu. Bir pazar için üretilmediği için alınıp satılan bir değere sahip olan emtia değildi. Seyir veya katılma için bir ücret de ödenmiyordu. Düğünü dört duvar arasına sokarak veya bir şenliği çitlenmiş bir alanda giriş parası alarak yapma söz konusu olamazdı. Kimsenin bahçesinde oturup dinlenmek veya çadır kurup geceleme için bahçe sahibine para verme gibi bir kültürel gelenek yoktu. Özlüce insanlar birbirine baktıklarında, bir ilişki düşündüklerinde, bir şenlik veya festival düşündüklerinde, eğlence düşündüklerinde Migros, Armada, alışveriş, kiralama, giriş parası ödeme gibi sorunlar üzerinde düşünmezlerdi; çünkü böyle bir şey yoktu. Materyal kültürün üretimi ve dağıtımı yoğun bilinç yönetimi gerektiren bir pazar mekanizmasına bağlı değildi. Basitti.

Halk kültürü, günümüzde popüler kültüre ve kitle kültürüne olan ilişkisinde anlamını bulur. Eğer halk kültürü denilen herhangi bir ürün, popüler kültüre olan ilişkisinde “katılımcı veya rekabetçi sömürüyü” anlatıyorsa, bu ürün ticarileşmiş ve emtialaşmış bir konumda ve egemen pratiklerin içinde yer alır. Eğer “rekabetçi direnişi ve karşıtlığı” anlatıyorsa, farklı bir yerde durur. Özellikle 1960’ların sonlarından beri kültür konusunda popüler olan bir ayırım da egemen kültür ve karşıt/alternatif kültür ayırımıdır. Karşıt kültür genel olarak burjuva

pratiklerine ve ekonomik ilişkilerine alternatif dünya görüşü ve ilişki tarzı sunan dünya görüşü ve pratikler anlamına kullanılır. Karşıt-kültürün belli bir bölümü yasal kurallar dışına itilince, “yeraltı-kültürü” alt grubu oluştu. Bu karşıt kültürlerin en belirgin üretimi silahlı veya silahsız siyasal mücadelelerde, gazete ve dergi çıkartmada, yer-altı veya alternatif film gelenekleri yaratmada görüldü. İletişim alanını da istila eden kültürel incelemelerin 1970’lerde yükselmesiyle ve ardından çeşitli yaklaşım tarzları içinde farklılaşmasıyla, karşıt-kültür kavramı ortadan silindi, sınıf kültürü reddedildi ve yerini gençlik, ihtiyarlık, cinsiyet, lezbiyenlik ve eş cinsellik dahil “alt-kültürler” aldı. Liberal çoğulcu kültürel incelemeler dahil ana akım okulların gruplar, örgütler, firmalar ile ilgili kültür ayırımlarıyla alt-kültürler çok daha çeşitlendi. Bu dönüşümle birlikte karşıt olan, alternatif olan halk kültürü de gücünü yitirdi. Daha kötüsü 2000’lerde uluslararası ve ulus içi sermayenin aktif olduğu bir alana dönüştürüldü: Che Guevera’nın tişörtleri, beresi, şapkası, vcd’si vb. artık direniş kültürünün öyküsünü değil, sermayenin biliş ve duygu sömürsünden geçerek elde ettiği kazancı anlatıyor. “Uzun ince bir yoldayım” diyen ozan öldü ve yoluyla birlikte gömüldü. Halk ve halk olanın ne kadar halk olduğu çok şüpheli hale geldi: Ozanlar şimdi televizyonda gösteri için yarışıyorlar.

## **POPÜLER VE POPÜLER KÜLTÜR**

Her konuda olduğu gibi popüler kültür dendiğinde önce akla popülerlerin ve popüler kültürün ne olduğu, nereden ve neden çıkıp geldiği, Türkçede popüler ve popüler kültür kavramının karşıtının ne olduğu, kullanımda ve anlamda değişmelerin nedenleri, günümüzde popülerin anlamı ve alanı ne ve neden o alanda olduğu, Popüler yapının neden popüler yapıldığı, Popüler kavramının üzerindeki mülkiyet mücadelesinin anlamı, kimin sahiplenmek istediği veya istemediği ve bunun nedenleri gibi sorular bu bölümde ve yaklaşımlarla ilgili tartışmalar kuramsal yaklaşımlar bölümünde sunulacaktır.

Popüler sözünün bizdeki kullanımı Batıdan gelir ve oldukça yenidir. En popüler yanlış-anlamalardan biri de popülerin popüler olan tanımıdır. Popülerin dil bilimsel temeli ve tanımlaması geç-ortaçağ

dönemindeki "halkın" anlamından, bugünkü egemen "birçok kişi tarafından sevilen veya seçilen" anlamına gelişmiştir. Bu kavramsal evrim sivil toplumun evrimine oldukça yakından tekabül eder. Burjuva demokrasilerinin yükselmesiyle ve bu demokrasilerin popüler seçim özgürlüğüne\bağımsızlığa dayanan meşruluk iddiasıyla ve bunun siyasal alandaki ifadesi olan seçim süreciyle birlikte popüler teriminin belli bir anlamı ortaya sürüldü. Bu anlamla popüler yönetici etkinliklerin ve programların (tv programları dahil) kabul damgası oldu. Popüler teriminin bu tür anlamı tek başına ve değişmez olarak yönetmez, aksine sürekli olarak değişmektedir; zaman zaman kültürel ve askeri popüler başkaldırıları tarafından tehdit edilmektedir. Popülerin bu egemen kullanılışı popüler alandan kültürel alana da yayıldı; bu egemen tanımı yeni alanlara taşıyarak, yeni ifade biçimleri vererek ve toplumsal sistem için yeni dayanak rolü sağlayarak devam etti: Örneğin popüler tv programı, popüler film yıldızı, popüler sporcu, ve genel olarak popüler ve pop kültür gibi. Bu egemen popüler tanımı aynı zamanda "halkoyu" fikri arkasında saklanan haklı çıkarmadır. Halk oyunun tarihi de burjuva egemenliğinin desteklenmesinde aktif ve verimli süreçten, pasif, negatif, "sessiz çoğunluk", tüketim yönelimli desteğe döndü. Ekonomik anlamda, birçok küçük üreticilerin olduğu açık ve aktif pazardan (hiç değilse varlıklılar için) kapalı tekelleşmiş pazara olmuştur.

Popüler kavramı üzerinde, "halkın" ile "birçok kişi tarafından sevilen veya birçok kişinin favorisi olan" arasında, tutulan karmaşıklık, sadece masum yanlış anlamadan veya geçmiş tarihin hareketine bağlı fikirlerin karmaşıklığından değildir. Bugün "halk" terimini belli kültürel, siyasal ve toplumsal fikirlere, belli halkın fikri ve bilincine ve sonuçta halk ne idi, nedir, ne olabilir veya ne olacak fikrine bağlamak yararlıdır (belli çevreler için).

Popüler terimindeki bu belirsizlik popüler tv programı, popüler "bestseller" ve benzeri kavramların promosyonu pazar güçleri için hiçbir yerde bu kadar yararlı değildir. Bu fikrin ardında ilgili alt-fikirler, alt-mitler, alt-şaşırtmacalar vardır. Örneğin, eğer halkın yüzde otuzu belli bir tv programını seyrediyor dersek, bu, hem "halkın" anlamında hem de halkın yüzde otuzunun onaylaması anlamında, zorunlu olarak

popüler anlamına mıdır? Hiç bir şey bundan daha az açık veya koşullandırıcı veya yanlış yöne sürükleyici değildir. Örneğin, halkın yüzde altmışı haftada 50 saat çalışıyorsa, 50 saatlik iş popüler mi? Halkın yüzde yetmiş beşi şehirselleşmiş alanlarda yaşıyorsa, kentsel alan popüler mi? Halkın yüzde doksanı 70 yaşından fazla yaşıyorsa, hayat uzunluğu popüler mi? Yani, insanlar 50 saatlik işi tercih mi ediyorlar? İnsanlar kentsel yaşamı tasvip mi ediyorlar? 70 yaş popüler bir yaş mı? Çoğunluk, birçok veya en çok, popülere eşit mi? Toplumun gelişmesi kendini çoğunluğun kabulünden\fikir birliğinden geçerek mi olmaktadır? Neden günlük hayatın önemli bir kısmını içeren işle, şehirselleşmiş yaşamla ve baskıcı hayat koşullarıyla ilgili sorunlarda popüler kavramı nadiren görünür? Neden halk yok denecek kadar az ifade alanı (=örneğin nerede, nasıl, ne kadar para, ne süre çalışacaklarını tespit hakkı) bulur? Öte yandan, neden (bir televizyon programıyla, tv seyretmeyle, maça gitmeyle, piknik yapmayla, tüketimle) halka planlanmış belli kültürel öz, arzu veya duyarlılık ifade etme özgürlüğü veriliyor? Neden özellikle endüstrileşmiş boş-zaman tüketimi veya çalışma dışı alanı olarak düşünülen kültürel alan bugün belli bir toplumsal özgürlük için en önemli, en önde gelen model olarak öne sürülmektedir? Bu tek yönlü ağırlık vermenin anlamı, aynı zamanda, toplumsal ve ekonomik yaşamın diğer alanlarında olan seçim ve yaratıcılık eksikliğini gizlemeye yönelme ve böylece bu diğer alanlarda yeni özgürlüklerin incelenmesi ve öne sürülmesini önlemek değil midir? Süpermarket toplumsal yaşam için gerçekte bir model midir? Satın al, kullan, tüket, eğlen ile gelen kapitalist imaj çok güçlüdür ve çoğu kez kapitalizmin renkli çoğulculuğunun varlığı iddiasını destekler. Kültürel hayatı, hatta tüketim olarak bile, örneğin televizyon seyretmeyi, koşullandıran çok gerçek toplumsal parametreler\ölçütler yok mu? Örneğin tahsil düzeyi gibi; gün sonunda işten çıktıktan sonra varolan fiziksel, entelektüel veya yaratıcı enerji gibi; var olmayan veya çok pahalı olan olası etkinlikler gibi; ucuz ve kolay olan tv izleme gibi; kapalı evin verdiği güvene karşı halk alanının güvensizliği gibi. Ayrıca, alışkanlıklar, her günkü tekrarladığımız rutin

etkinlikler çoğu kez önemli rol oynamaz mı?<sup>2</sup> Bu durum kapitalist kültürel ürünün başarılı olarak alınması için önemli bir önkoşul olarak görünür. Bu başarıda belli gösterilerin (shows), tanınmış kişilerin, basın, kitapların, radyonun, örgütlenmiş dedikoduların, t-shirtlerin, oyuncakların vb da önemli katkıları vardır. Bütün bunlar halk üzerinde belli şeyleri izleyip diğerlerini izlememe için yapılan baskılar, güçler değil midir? Bu güçler eskinin aksine hiç bir şeyi şansa bırakmayacak şekilde örgütlenmelerini artırmaktadır. Bugün bu artan bir şekilde örgütlenen, denetlenen, manipüle edilen ve özellikle genelleştirilmiş gerçekler konumunda popüler ne anlama gelir? Siegelau'ın sorduğu gibi, bu kitle-halinde-üretmiş otoriter baskıların altında altsınıfların özerk popüler karakterini yönetici sınıftan ayırt etmek hala mümkün müdür? Eğer mümkün değilse, neden? Bu bize ideoloji, kültür ve iletişim alanlarında yöneticilerle yönetilenler arasındaki şimdiki ilişkiler hakkında ne anlatır? Bu ilişkiler nasıl gelişti ve şimdi nasıl geliyor? Bu ilişkiler bugün ekonomik ilişkilerle nasıl bir bağlantı içindeler? İdeoloji, kültür ve iletişim alanında, üretim güçleri ve ilişkileri bakımından paralellik var mı?

---

<sup>2</sup> Serilerin genelleştirilmesi ve endüstrileştirilmesi bugün muhtemelen kitle kültürünün prime-time özelliklerinden biridir. Kitle üretimi, çoğaltma, bir formülün veya kandırmaca-oyununun, manipülesi veya meşhurluğu ticarileştirmeye dayanarak, gittikçe artan bir şekilde bütün endüstrisel kültürel ürünlerin üretimini (örneğin Rambo, Şirinler, Godfather, Harry Potter, Matrix, Yüzüklerin Efendisi ve Taş Devri gibi filmlerde olduğu gibi yeniden üretimler, eskiden tutulan kitapların, müziklerin kitle halinde üretilmeleri gibi) eline geçirmektedir. Bu da aynı zamanda yeni ve orijinalin üretilmesine engel koymaktadır. Bu seriler üretimi ekonomik bakımdan uzun dönemde az risklidir. Zaten denenmiş ve başarı sağlamış bilinen elemanlara dayanır. Aynı zamanda bilinçsiz alışkanlıkların gelişmesi ve bundan-sonra-ne-olacağını bilinmesine dayanır: Örneğin bir sigara yerine diğer sigarayı tercih nedeni gibi tümüyle irrasyonel olan tercih. Bu, 19. yüzyıl seri-romanlarının aksinedir: Bu romanlarda kahramanın etrafında oluşan heyecan ve bilinmeyen-maceraya atılım ağırlıktaydı. Bu serilerin üretimindeki yeni strateji aynı zamanda çağdaş gerçeklerle de, özellikle görülen huzursuzluklar, değişim çabaları, umulmayan anlaşmalar ve anlaşmazlıklar, çatışmaların olduğu bir dünyada, kesin uyumsuzluk içindedir. Muhtemelen bu seriler sınırları teskin etmede, yatıştırma "acı-dindirici" veya "uyuşturucu" bir başka yoldur.

Yukarıda belirtildiği gibi, popülerin İngilizcede dilsel orijini orta çağlarda “halkın” (folk bağlamında halkın, people anlamında halkın değil) anlamına kullanımıyla başlar ve günümüzde “çoğunluk tarafından sevilen ve seçilen” anlamına kullanılır. Bu bağlamda popüler kültür “halkın kültürü” anlamından günümüzde çoğunluk tarafından sevilen ve seçilen kültür” anlamına doğru bir dönüşüme uğramıştır. Siyasal alanda popüler kültür (örneğin seçimler), egemen örgütlenme ve yapış biçimlerinin kabulü, doğrulanması ve yüceltilmesi (halkoyu) demektir. Ekonomik alanda popüler kültürel pratikler serbest pazar denen tekelci kapitalist pazarın evrenselleştirilerek meşrulaştırılmasıdır. İş yerinde ve iş dünyasında popülerlik başarıyı, beceriyi, aklını kullanmayı (ve çalışan ve işsiz için) başarısızlığı ve beceriksizliği anlatır. Kitle iletişiminde popüler olan, egemen medya ürünlerinin (programların ve pratiklerin, müzik ve film endüstrilerinin siyasal ve kültürel pazara sunduklarının) halk tarafından sevilip tutulduğu anlamına kullanılır.

Popüler kavramı "halk," "nüfusun büyük çoğunluğu," "halkçoğunluk için," "halkçoğunluk tarafından" terimlerini içine alır; Dolayısıyla, kavramın ilk bakışta verdiği anlama göre popüler kültür belli bir gurubun ürünü değildir, belli bir gurubun sahipliğini içermez: Popülerdir, yani herkesin olmasa bile hemen herkesindir. Kavram kitle kültürü, folklor, işçi sınıfı kültürü ve alt grupların kültürü ile şaşırtıcı derecede çakışır. Kavram aynı zamanda din, edebiyat, danslar, bilim-kurgu, korku filmleri, folk Türküleri\şarkıları, kırsal\köylü gazelleri ve güfteleri gibi geniş alanı kaplar.

Popüler kültürün bu tür ele alınmasıyla karşımıza en yaygın (ve yanlış) olan tanımları çıkar: Popüler kültür modern toplumda devam eden “halkın” (yerelin) kültürüdür. Nasıl ki fabrikada çalışan işçi “bizim fabrika” dediği yer onun değil, fakat onun varoluş biçiminin belirlendiği yer ise, popüler kültür ürünlerini tükettiği için, satın alıp kullandığı ve “benim” dediği için, popüler kültür o sınıfa ait olmaz. Mutlak ve serbest kölenin yaşam tarzı onun belirlediği, onun biçimlendirdiği ve onun değiştirdiği bir yaşam tarzı değildir; o, o yaşam tarzının bütünleşik bir parçasıdır; o yaşam tarzı onunla vardır, onunla yaratılmıştır, ama onun özgür iradesinin ifadesi değildir. Özgür olsaydı nasıl ifade ederdi?

Bunu bile bilmek için özgür iradenin tecelli ettiği bir üretim biçiminin ve ilişkilerinin olması gerekir ki böyle bir toplum yapısı günümüzde yok. Sadece şunu söyleyebiliriz, kültürü, nasıl yaşıyorsa öyle olacaktı.

Popüler kültür kültürel "şeylerin" teknolojik araçlarla üretimi ve geniş iş bölümü etrafında kurulan kapitalist mal üretimi, pazarlaması, dağıtımı ve tüketimi biçimlerine dayanan bir kültürdür. Bu biçim olmayınca, örneğin teknolojik çoğaltma, seri üretim, tv veya basın olmayınca, bu araçlara dayanan böyle bir kültür biçimi de olmaz.

Günümüzde popüler kültür, kitle üretimi yapan pazarın ekonomik, siyasal ve bilişselliğinin ifadesi olan kitle kültürünün somut şekillerinden biridir. Kitle kültürü tekelci kapitalizmin hem mal hem de imajlar satışını yapan, uluslararası pazarın değişmelerine ve gereksinimlerine göre biçimlenip değişen, önceden-yapılmış, önceden kesilip biçilmiş, paketlenip sunulmuş bir kültürü anlatır. Kapitalizmin kendi için üretirken ve yaratılan zenginliği kendine ayırırken, kitleleri ücretli köle olarak kullanarak "kitleler için" yaptığı üretim ve bu üretimle gelen "kimlik, duyma, hissetme, yaratma, şimdisine, geçmişine ve geleceğine bakma biçimi, kısaca yaşama yoludur." Bu bağlam içinde popüler kültür pazar tarafından pazarda tüketim için "sipariş edilen, ısmarlama" kitle kültürünün en çok kullanılan ürünlerini, bu ürünlerin tüketilmesini ve bu ürünleri teşvik eden düşünceleri ve duyarlılıkları anlatır. Örneğin popüler kültürde, son zamanların en popüler pratikler ve bu pratikleri destekleyen düşünceler arasında özelleştirme, demokratikleştirme, post-modernlik ve deregulasyon yer almaktadır. Bilişsel bağlamda, popüler kültürde anlamlar ve zevkler aktif bir şekilde toplumda üretilir ve dağıtılır. Bu üretim ve dağıtımın en planlı yanı endüstriyel faaliyetlerin kendisidir ve güdümlenmiş yanı ise çeşitli örgütlü yapılardaki kişiler arası ilişki ve iletişimidir.

Bu tür popülerlik kalıcılık ve süreklilik arayan bir karaktere sahiptir. Popüler kültürde, aynı zamanda, sürekli kalıcılıkla değil, sürekli değişimle sermayenin ve sermaye sisteminin sürdürülebilirliği gerçekleştirilir: Müzik alanında, popülerlik her hafta değişen "top 40" içinde olma ve bunları dinlemedir. Giyimde popüler olan şey mevsimlerle değişen modayla gelen güdümlü kültürel yaşamdır. Yeme ve içmede Pepsi ve Coca Cola; Marlboro ve Winston; Pizza Hut ve

Pizza King; McDonalds ve Burger King arasındaki özgür seçim için tüketicici kazanma mücadelesidir.

Dikkat edilirse popüler kültür bir kullanım ve tüketim kültürüdür: Kullanım ve tüketim popülerin üretiminin ilk safhasından son-kullanım ve atma safhasına kadar her aşamasında vardır. Popülerin yaratılmasında, aynı zamanda diğer popülerler kullanılır: Popüler spor; popüler sporcu ve sanatçılar; popüler yapılan fikirler ve ideolojiler; popülerleştirilmiş anneler ve kaynakalar; popüler televizyon ve televizyon programları; popüler magazin ve dergi kahramanları; popüler seks ve seks ilişkileri bunlardan birkaçıdır. Bu popülerler de kullanılarak paketlenmiş popülerleri, tüketiciler alır boğazlarına takarlar, saçlarına ve yüzlerine sürerler, midelerine indirirler, üstlerine alırlar, ayaklarına takar veya giyerler, bilinçlerine katarlar ve diğer insanlara bunu çeşitli yollarla gösterirler. Böylece malın ve bilincinin popülerleştirilme sürecini tüketerek ve pazarlamasını yaparak tamamlarlar. Bu tamamlamada, tüm pazar mekanizması memnun gülümser. Tüketicici eğer popülerlere katılmazsa veya kazara popülerleri yakalayamazsa popüler bir şekilde tedirgin edilir ve tedirgin hisseder; huzursuzdur: Makyajı bittiği için, kendi olmayan kendini kendine ve başkalarına göstermeme telaşındaki popüler kullanıcı popüler makyajını alıncaya kadar gergindir, acı çeker. Popülerini alır, sürer ve rahatlar. Bu her gün veya periyodik olarak tekrarlanır. Böylece popülerlerini eksik etmeyen tüketicici gülümseyerek hem popülerle kendini bulur hem de popüler olanın satışına katılır. Bu satışta kendi vücudu ve kendi ruhu en önde gelen taşıyıcıdır. Popüler pazar madde bağımlı duruma gelmiş popüler kullanıcıyı özgürlük mitleriyle besler. Popüler siyasal, ekonomik ve kültürel pazarda emeğiyle üretime ve dağıtıma katılan ve bölüşümden ona verilenle serbest köleliği garantilenen insan popüler olmayan kendine kendi olarak bakmaktan korkar; kendini kendinden çalan popülerlere kurtarıcı olarak sarılıp özgürlüğünü, kimliğini ve kendini bulup rahatlar: Bu yolla kendinin sandığı “önemli kendi” olur insan. Bunu her gün sürekli yapmak zorundadır. Böylece kitle üretimi yapan endüstriyel yapıda insan materyal ürünleri, bu materyal ürünü yaratan üretim biçimi ve

ilişkilerine uygun bilinci taşıyarak yaratır. İşte bu, egemen, dolayısıyla popüler olandır (Erdoğan, 1999b).

Bu egemenlik ortamı içinde bazı insanların ürettiği karşıtlık ve farklı pratikler popüler değildir, önemsizdir, anlamsızdır, aptalcadır, geridir, tehlikelidir, faydasızdır, pragmatik değildir, hayalperestliktir, gerçekten kopmuştur ve hatta kendini bilmezliktir. Dolayısıyla, popülerleri popüler yapan güç ekonomik ve ideolojik güçtür. Bu güç de, sermayenin emeğe bağımlılığı biçimini anımsatacak şekilde halka bağımlıdır.

Popüler kültürün kaynağı sadece “kültür endüstrisi” değildir. Aynı zamanda “halktır, eskiden halkın olan, ama şimdi yaşamının bir parçası olmayandır.” popüler kültürün egemen olduğu kentlerde kaç kişi halay çekmeyi ve aşık yapmayı, ceviz oymayı bilir? Daha kötüsü bilse bile, o onun şimdiki yaşam tarzının bir parçası değildir, sadece “ata yadigarı” gibidir. Bu kaynak nedeniyle ve halk kültürünün popüler kültür tarafından yutulması nedeniyle, sermayenin halktan alıp, kendi çıkarına göre biçimlendirip tekrar halka yeni-biçimle sunduğu, mülkiyet ilişkilerinde gasp edilen önemli bir diğer değerdir. Halk kültürü veya folk kültürü anlamında popüler kültür artık, tutuculuğu ve karşıtlığını egemenin tanımadığı bir alana kaymıştır. Televizyondaki “halk kültürü” artık halk kültürü değildir; popüler gösteri kültürünün bir parçası olmuştur.

Hem egemen popülerlik hem de karşıtı, hem şimdi hem de yarınlar için yaşanan şimdinin popülerliği, egemenliği ve mücadelesidir. Popülerle egemenlik karşıtını güncel niceliksel tekrarlamalar ve yenilemelerle ezerken hem kendini sürdürür hem de karşıtı kendini yenilemeye zorlar. Yani egemenlik ve mücadele, statik koşullarda değil, statikleştirilmişin (örneğin revizyonlara uğrayan fakat temel karakterini koruyan mülkiyet yapısının) günlük işleyişindeki dinamik ilişkiler düzeninde verilir. Dolayısıyla hem egemenlik hem de mücadelede, aynı anda, sürdürülebilirlik ve yaygınlaşma amaçlı kendini-perçinleme ve yenileme gereği kaçınılmaz olarak vardır.

Dikkat edilirse, popüler kültür alınıp satılan mal ve malı içeren ve malla gelen, mal hakkındaki ilişkidir. Malın üretimiyle ve dağıtımıyla ilgili ilişki özel mülkiyet yapısına ve ücret politikalarından geçerek zenginliklerin yaratılması ve yoksun bırakmaya dayanır. Malın

tüketimiyle ilgili ilişki satın alma, kullanma, tüketme/atma yoluyla gerçekleştirilen üretmedir. Sadece bu tüketmeye dayanarak, “halka istediği veriliyor” demek veya popüler kültür “dayatılmayan, halkın kendini ifade eden, halkı ve yaşadığını anlatan bir kültürdür” demek, sermayenin çıkarına hizmet eden ciddi bilinç yönetimi anlamına gelir.

Popüler kültür ücretli maaşlı köleliğin işsiz bırakma, çalıştırma, ezme ve ezdirme pratiğidir: Popülerlerdir, çünkü egemen olan ve her gün tekrarlanan odur. Bu kültürün üretim kararında serbest kölelere verilen popüler seçenek, bir işte çalışma veya işsiz kalmadır. İşsizlik çok olmasına ve her gün tekrarlanmasına, yani en popüler yaşam tarzı olmasına rağmen popüler değildir. Bol bol yaşandığı ama tercih edilen yaşam tarzı olmadığı için mi dersiniz? Ücreti kölelik herkesin her gün en az sekiz saat katıldığı temel ilişki biçimi olmasına rağmen popüler olarak nitelenmez. Hatta adından bile bahsedilmez. Zorunlu olarak tercih edildiği ama sevilmediği için mi dersiniz?

Popüler kültür pratikleri aynı anda düşünsel ve davranışsal köleliğe davet, çekme, talim, alışma, alıştırılma, boyun sunma ve boyun sundurmadır. Temel yaşam olanaklarından yoksun bırakılmış insanların bu olanakları elde edebilmek için sermayenin sömürü ve kar yarışına serbest köle olarak katılmalarıdır.

Popüler kültürün ideolojisi özel teşebbüsün sunduğu yapış biçimini meşrulaştırır ve evrenselleştirir.

Popüler kültür pratikleriyle ilgili olarak bu pratiklere katılanların savunucu söylemi cehaletin bilgiçlik taslamasını yansıtır: Kölenin kölelik zincirlerini özgürlük göstergeleri sanışı. Mutlak köle bunun farkındaydı. Ama serbest köle kendine verilen tek serbestlik alanını (eğlence, yeme içme, seyretme, giyme, kendinden olana poz satma) korumak zorundadır, çünkü köle kendini ve kimliğini o alandan geçerek gerçekleştirebilmektedir. Dini elinden alınmış serbest kölenin inanacağı, bağlanacağı, aittikle kendini gerçekleştireceği değerler olması gerekir. Vatan, millet Sakarya aittliği iyi de artık pek para etmiyor. Dolayısıyla kendi öz varlığının tanımını ve değerini tüketimden, teşhir ve gösterişten geçerek bulacaktır, çünkü ona başka alan bırakılmamıştır. İnancını yitirmemiş serbest köle de aynı durumdadır: Sadece tanrısıyla avunamaz artık; avunmak istese bile

avunmasına izin verilmez; çünkü kara çarşaf, tespih, namazla, Kuran kitabı kitle üretimi yapan endüstriler için yeterli tüketim getirmez. İnançlı kölenin tesettür modasıyla kamufle edilmiş ABD ürünleri ve Fransız ruj ve parfümleriyle, İslamcı kolası ve sodası, içinde domuz eti olmayan yiyeceği vb ile kendini bulması ve aitliğini perçinlemesi gerekir ki hem kendisi hem de zengin ettiği sermaye rahatlasın.

Popüler kültür kapitalist ekonomik ve siyasal pazarın en çok satan kendisidir: Modern ve uygar olarak kendini pazarlamasıdır. Popüler kültür eğer bayağı, basit, gaddar, kaba, aşağı seviyede ise, bu onu üreten bir yapının bayağılığını, aşağılığını, kabalığını, gaddarlığını ve basitliğini anlatır.

Popüler kültür sermaye düzeninin “dostça faşist” zorbalığının medyadan ve kişiler arası ilişkilerden geçerek kendini demokratik olarak satmasıdır. Saçına A firmasının Y ürününü sürmelisin, K marka parfümünü kullanmalı, ruju sürmeli, gömleği ve pantolonu giymelisin, çünkü ona “sen değersin” demek, bunları yapmazsan değer kazanamazsın demektir. Bu popüler faşizm arkadaşlar arasında konuşularak, hayranlık ifade ederek, yüceltilerek ve markayı diğer insanların gözüne kaka kaka kullanarak, giyerek yaygınlaştırılır. Bu “dostça faşizm” popüler kültürel pratiklere katılmayanı bakışla ve sözle hor görerek kendi gibi kullanmayan ve tüketmeyen üzerinde baskı kurar; aynı anda kendini doğru, çağdaş, iyi ve haklı olarak tanımlar. Daha kötüsü popüler kültür benzerliği hecelediği halde, bu “dostça faşist” kültürün akıllıca yetiştirerek geri zekalılaştırdığı bireye, standartlaşmış popüler düşünce ve davranış kalıplarıyla maymunca bir bilinç işlenir. Bu tür bilinçteki birey popülere katılmayı özgürlük, özgür tercih, “ben istediğimi ve sevdiğimi yapıyorum” olarak niteler ve cehaletin bilgiçlik taslamasından geçerek yaptığı saldırı, savunuyu ve katılmayla köleliğini ve kölelik koşullarını yeniden üretir.<sup>3</sup>

Popüler kültürde kıymetsiz olan “mal olmayan” üründür ve popülere katılmayan kişidir. Bunun başta gelen nedeni popülerliğin tanımını

<sup>3</sup> *Doğduğumuz andan itibaren sosyalleşme denen geri-zekalılaştırma süreçleri başlar. Medya ve okullarla gelen eğitim ve kültür böyledir. Bu geri zekalılık içinde sosyalleşmiş kurnazlık ve fırsatçılıktan kaderciliğe kadar değişen hunharlıklar ve zavallılaştırmalar vardır.*

yapan güç merkezindeki kaymadır. Dün, popüleri (halk ozanını, halk öyküsünü, halk ağıtını) günlük pratikleriyle üreten ve tanımlayan güç halktı. Bugün popüleri üreten ve tanımlayan güç, popüler adı altında mal ve bilinç satışı yapan moda, soda, oyuncak, turizm, kültür ve eğlence endüstrileridir.

Popüler kültür kendi materyal temelini yansıtır. Meyvenin çürüğünü el çabukluğuyla müşteriye kakalayan semt pazarındaki satıcıyı çok geride bırakacak kadar sahtekar ve dolandırıcıdır: Heterojenlikten, SEN'in SEN olduğundan bahseder: Aslında sen sana baktığında, SEN senden geçerek oluşan tüketim ve moda kültürünün standartlaşmış ve homojen yapısını görürsün. Standartlaşmada SEN standart oldukça sensin. Big Mac ancak BigMac'larla Big Mac'tir. SEN standart oldukça değer kazandığını sanıp değersizleşir ve yoksunlaşırken, McDonalds standardı sattıkça zenginleşir.

Popüler kültür mekaniksel ve elektronik çoğaltmayla niceliksel fazlalık ve niteliksel yoksulluğun kültürüdür. Bu yoksulluktan geçerek kapitalist pazar yapısı materyal zenginlik elde eder ve güç kazanır.

Popüler ve post-modern kültürün popülerliği, çok uluslu şirketlerin egemenliğini heceler: Popüler post-modern ile post-emperyalizmin ve sömürünün bilim, sanat, müzik, siyasal yollarla satışı yapılır.

Popüler kültür egemenlik ve mücadele alanıdır. Bu alanda hem köleliğe gönüllü katılarak egemenliğin gerçekleşmesi sağlanır hem de egemenliğe karşı mücadele verilir. Ne yazık ki popüler kültür alanı günümüzdeki koşullarda kaybedilmiş bir mücadeleye işaret eden işgal ve gasp edilmişliği anlatır. Popülerin gaspından önceki popüler kültür ezilenlerin daha iyi dünya umutlarının, bu yönde direnişlerinin ve mücadelelerinin ifadesiydi. Köroğlu destanı, Anadolu ağıtları, ağalara, paşalara ve devlete karşı direnen yoksulların ve haksızlığa uğrayanların dağa çıkış ve sevgililerini kaçırış öyküleri, sendikalaşma, grevlerle dayanışma ve öğrenci hareketleri gibi. Artık küresel pazarın egemenliğinde popüler kültürde muhalefet bile sınıf egemenliğinin işlevsel parçası haline dönüştürüldü. Popüler kültür, kitle iletişim araçlarıyla yönetilen kitle kültürü içine çöktü.

Popüler kültür akademik alanda sanattan, edebiyata ve iletişime kadar birçok disiplin içinde ele alınır. Ele alış bağlamları oldukça çeşitlidir:

- a. Popüler sanat, popüler mimarlık, Popüler tasarım
- b. Kitle iletişimi (elektronik iletişim ve internet; film, müzik, radyo, televizyon, basın, kitap, dergi, reklamcılık, halkla ilişkiler)
- c. Eğitim, eğitim felsefesi, genel eğitim ve eğitim kurumları
- d. Yiyecek ve halkın yaşam yolları
- e. Edebiyat (şiir, roman, güldürü, korku, macera, detektif, tarihsel kurgu, aşk, bilim-kurgu ve fantezi hikayeleri, romanları)
- f. Giyecek, vücut ve görünümü
- g. Koleksiyon olanları toplama
- h. Teknoloji
- i. Metodoloji
- j. Performans ve tiyatro (dans, müzik, sahne)
- k. Yer ve zaman: etnik kültürler
- l. Fiziksel popüler kültür (eros ve porno; spor, çocuk edebiyatı)
- m. Yaşlılık, ölüm ve ölme
- n. Savaş ve cinayet

Yaşamın hangi anını, yerini, zamanını ve ifade şeklini alırsa alsın, popüler kültürün içeriği (neyin nerede ve nasıl üretileceği) üretim ve kültür endüstrileri tarafından belirlenir. Ama popüler kültür bu endüstrilerin ve ürünlerinin toplamı değildir; bunların ve toplumun bütününe sürekli etkileşiminin bir ürünüdür. Bu etkileşimde üretim araçlarında ve örgütlü üretim ilişkilerinde egemenliği ellerinde tutmaları nedeniyle belli bir sınıf belirleyici ve yönetici konumundadır.

## **KİTLE VE KİTLE KÜLTÜRÜ**

Kitle kavramının çıkışı ve tarih içinde ve kuramsal yaklaşımlara göre değişen anlamları vardır. Kitle denildiğinde günümüzde sayısı belli olmayan insan çokluğu anlatılmak istenir. Kitle iletişimindeki kitle sayısı bilinmeyen izleyici, okuyucu, seyredici ve kullanıcıdır. Ekonomik bazda kitle, bilinmeyen sayıdaki tüketicidir. Kültür bazında kitle, kültürü

tüketenler ve dolayısıyla tüketimden geçerek üretim için gereksinimi üretenlerdir.

Kitle kültürü kitle üretimi yapan bir endüstriyel yapının yarattığı materyal yaşamı gerçekleştirme ve bu gerçekleştirmenin bilişsel ve düşünsel biçimidir. Standartlaşmış kitle üretim biçimi ve tekniklerini, örgütlerini, kitle tüketicisini gerektirir. Kitle kültürü seri üretimin sonuçlarından biridir ve kitle toplumundan önce var olmamıştır. Kitle toplumu üzerine de inşa edilmemiştir: Kitle toplumunun ticarileşmiş kendisidir. Günümüzde kitle kültürü kitle iletişimi araçları ve bu araçların desteklediği küresel pazarın mal, hizmet ve ideolojisiyle birlikte düşünülür. Kitle kültürüyle biçimlendirilen dünya kapitalist üretim tarzının egemenliğindeki bir uygarlığı temsil eder.

Kapitalist toplumlarda kitle kültürü ticarilik olmaksızın var olamaz. Bu kültür mümkün olan en geniş insan kitlesine satılan mal ve düşüncedir. Bu tür üretimde estetik ölçü ortadan kalkar ve başarı ürünün olası-müşterilerinin sayısının hesabı tarafından ölçülür.

Kitle kültürü yeknesak bir blok etkinliği değildir: Kitle toplumundaki yaşam pratiklerinin her alanını ve her anını içine alan yaygınlığa ve çeşitliliğe sahiptir.

Dolayısıyla yaratılan materyalin kitlelere aitliği sadece tüketim aşamasındadır. Yaratılan düşünselin aitliği ise yanlış kimlik, yanlış bilinç, yabancılaşma, kendinin sömürsüne rızayla katılma ve egemen düşüncelerin üretimiyle ilgili. Özlüce, kitle kültürü kapitalist pazarın kitlelerin tüketimi için ürettiği mal ve bilinci anlatır. Mal özel mülkiyet yapısıyla gelen kapitalist pazar ilişkileriyle belirlenmiş bir şekilde yürütülen örgütlü insan faaliyetinin ürünüdür. Bilinç bu örgütlü faaliyet ve ürün (mal) hakkındaki belli biçimlerdeki düşüncedir, bilmedir, değerlendirmedir, ne ve neden olduğunu açıklamaz.

Kitle kültürü en başta, kitle çapında üretilip dağıtılan kültürel ürünler veya mallarla tanınabilir. En bariz olanları, radyo ve televizyon programları, dizi filmler, haberler, dergiler, çizgi filmler, çizgi romanlar, plaklar, sinema, reklamlar, videoteypler, kasetler. Ana akım görüşler kitle kültürünü bu çerçevede içinde bu ürünlerde görmüşlerdir ve bu ürünlerin ve beraberlerinde getirdikleri iletilerin siyasal fonksiyonlarını tanımadan kaçınmışlardır. Böylece, kitle kültürü kapitalist üretim

biçiminin "bayağılaştırılmış" (=halk düzeyine indirilmiş) üst yapısı olmuştur. Bu kültür uyumlu, özel ve ender bir bütünlük oluşturur. Bu kültür üretim ve tüketimin etkinliklerini desteklemede katkıda bulunan günlük standartlar yaratır. Bir bakıma kitle kültürü, egemenlik ideolojisinin tabana indirilmiş, popülerleştirilmiş, özellikle tüketime doğrudan bağlı olan bir çeşiddir.

Kitle kültürünün nedeni kitlelerin gereksinimlerini karşılamak amaçlı değildir. Kitle kültürü kitleler halinde üretim yapan bir endüstrinin hem ürünü hem de tüketici kitlesini biçimlendirmesini, dolayısıyla üretimi sosyalleştirip herkesi üretime ve tüketime katarak zenginliğin yaratılmasını ve yaratılan zenginliğin büyük bir kısmını özel mülkiyet adı altında sermaye sahiplerine ayırmasını anlatır. Kitlelerin gereksinimini karşılamak sermayeye para kazandırmıyorsa, hem o gereksinim karşılanmaz hem de karşılanmamayı meşrulaştıran bilinç üretilir. Dikkat edilirse, bu durumda bir mal ve hizmet sunulmaması (örneğin emeklilerin maaşlarının artırılmaması) veya popüler gayri-meşruluğun engellenmesi (gecekonduların yıkılması, kaçak elektrik kullananların cezalandırılması) için gerekli egemen politikayı ve uygulamayı destekleyen kitle/popüler bilinç yaratılır.

Kitle kültürü üzerinde mücadele 20. yüzyılın başında üst sınıflara ait değerli olanı korumaya yönelik aşağı kültür ve üst kültür tartışmasıydı; Bu tartışma yirmi birinci yüzyılda tüketim hakkı ve tüketim özgürlüğü sloganlarıyla gelen "demokratik mücadele" (tüketim demokrasisi) şekline dönüştürüldü. Böylece hiç kimse ne üretene ne de tüketene eleştirel bir şey söyleyemez oldu; çünkü üretim ve tüketim hakkı demokratik, bireysel özgürlük hakkı ve ifadesi yapıldı. Kitle kültüründe özgürlük tüketimden geçerek tanımlanmaya başlandı ve özgürlüğün hissedilmesi de satın alma, çeşit ve çok tüketmeyle gerçekleşmeye başlandı. Ne kadar çok alıyor, değiştiriyor, yeniliyor, kullanıyor ve tüketiyorsan, o kadar özgürsün ve o derecede kendini özgür hissedersin. Dikkatler hep tüketim ve tüketen üzerinde toplanıyor.

Birçok araştırmacı için ileri kapitalist toplumlarda kitle iletişim araçları kültür konusunda merkezi bir yer tutar. En azından çünkü bu toplumlarda sembolik biçimler artan bir şekilde kitle iletişim mekanizmaları ve örgütleri tarafından iletilmektedir. Dolayısıyla, bu

lkelerde ideoloji ve kültürün sağlıklı bir Şekilde anlaşılması için kitle iletişiminin tarihi ve geliŐmesini ve durumunu anlamak gereklidir. Bu yönde her okul içinde önemli giriŐimler olmuştur.

Kitle kültürü egemen çevreler tarafından çağımızın kitle iletişim araçlarıyla gelen ve ondan öncekilerin mirasını alan bir kültür olarak tanımlanır. Bu tanımlamada gözden uzak tutulan modern kitle kültürünün üretim koŐullarıdır. Bir kez bu koşullar gözden saklanırsa, o zaman bu kültürle o toplumda yapılan görev de göz nnden kalkar. Kültür yüksek veya alçak veya popüler olarak alınsın, konu hiçbir zaman toplumu bir tümüne veya üretim biçimi ve ilişkilerine baėlanmamıŐtır. Onun yerine, kültürel yapıların ahlaki (=iyi veya kötü olması) bir analizi yapılmıştır. "Kültürel zevk ve düzeyinin olduğu" geçmiş romantikleŐtirilmiŐ, içinde yaşanan dönem yaratıcılığın bayaėılaŐtıėı, standartların yok olmaya yüz tuttuğu bir dönem olarak ktlenmiŐ ve geleceğin daha da kötü olacağı ileri srlmŐtur.

## **YÜKSEK KÜLTÜR, HALK KÜLTÜRÜ VE KİTLE KÜLTÜRÜ**

*I see an innumerable multitude of men, alike and equal, constantly circling about in pursuit of the petty and banal pleasures with which they glut their souls. Each of them, withdrawn into himself, is almost unaware of the fate of the rest.*

Alexis de Tocqueville (1835)

Őekspir'in bir oyunu veya bir Avrupa klasik müziğini düŐünelim. Bu oyun ve müzik Anadolu insanının kendi yaşamını temsil eden bir oyunundan ve algısından daha mı üstün ve değerli? İki ayrı dünyanın kendini iki ayrı tarzda ifadesi değil mi bunlar? Whisky ile Rakı, BigMac ile döner, blue Jean ile türban arasındaki fark birinin daha üstün ve değerli olması ve diğerinin değersiz ve avam veya geleneksel olması mı? Bu değerlendirmelerde nesnel bir ölçüt var mı? Hayır, yok ve olamaz. Sadece kendini üstün görenin kendisini ayırt eden tanımlaması.

Yüksek kültür (ve alçak kültür) tartışması 19. yüzyılın ikinci yarısından sonra yoėunlaŐan işçi hareketleriyle birlikte çıktı. nce st

sınıfın yaşam tarzını kitlelerin demokratik haklar elde etmesine karşı (yani çalışma koşullarının iyileştirilmesi ve dolayısıyla sermayenin gücünün kısıtlanmasına karşı) çıktı. Ardından sanatsal üretim ve değerli ürün alanı içine çekildi. Yüksek kültürde yüksek kavramıyla bir sınıfın ayırt edici özelliği ve bu ayırt ediciliğin korunması kast edilmektedir. Ana akım görüşlere göre popüler kültür yüksek kültürün öğelerine sahip değildir. Yüksek kültür seçkinler sınıfının kültürüdür: Geçmişin yüksek kültür ürünlerini (klasikleri) içerir; Keşfedici, yaratıcı ve devrimci bir kültürdür, yani, geleceğe de dönüktür; En mükemmel kültürdür. Tiyatro, bale, klasik müzik, güzel sanatlar, şiir gibi... Yüksek kültürün kavramsal zıddı kitle kültürü olarak alınır: Kitlelerin kültürü; düzeyi düşük kültür; sayısal bakımdan çoğunluğun kültürü; genellikle kitle iletişimiyle iletilen kültürdür. Yüksek kültür dolayısıyla belli bir sınıfın yaşam biçimini (kullandıkları, düşündüklerini) anlatır. Kültürde değerli olarak tanımlanan, tutulan ve aktarılandır. Yüksek kültürün üretimi yüksek kültüre dahil olanlar ve onlar için çalışanlar tarafından yüksek kültür için üretilir. Yüksek kültürü belirleyen pratikler o kültürü oluşturan insanların günlük yaşam şekilleridir. Bu yaşam şekliyle belli pratikler içeri alınırken diğerleri dışarıda bırakılır. Böylece yüksek olmayan da belirlenmiş olur. Kral, feodal lord, padişah, beylerbeyi vb etrafında toplananların yaşamları ve yaşamlarını ifade biçimleriyle dışarıda bırakılanların (halkın, köylünün, avamın) yaşamlarını ifadeleri arasındaki fark bir egemenliğin ve mücadelenin sonucunu simgeler. Bu egemenlik ve mücadelenin sınırları, koşulları, kısaca doğası kesin çizgilerle ayrılmıştır. Birbirine geçiş, özellikle yüksek olana geçiş çeşitli mekanizmalarla engellenmiştir; düşünülemez bile. Dolayısıyla halk kültürü ile yöneticilerin kültürü arasındaki bağ bir soru koşulunun anlatımıdır. Bu koşulda halk kültürünün yüksek kültürü tehdit altında bıraktığı, yüksek kültürü yozlaştırdığı gibi bir tartışma olamaz. Tartışma burjuva demokrasinin getirdiği özgürlük anlayışı ve serbest kölelik koşuluyla birlikte gelen üretim ilişkilerindeki değişimle ortaya çıktı. Korunmak istenen önceleri demokrasiydi: Çalışan geri zekalı ve insanımsı kitlelerin demokrasi için tehlike olduğu ve onların yönetime katılma ve kazanım sağlamalarının durdurulması gereği ile birlikte ilk tartışmalar çıktı. Buna örnek olarak Le Bon'dan Walter Lippman'a

kadar giden ilk başlangıçları verebiliriz. Kitle üretiminin gelişmesi sırasında çoğaltmayla birlikte bir zamanlar yüksek kültüre ait olan ve o kültürün kullandıklarının kopyaları yapılarak kolayca çoğaltılması sonucu tartışma yüksek sınıfın mülkiyetinde olanların ucuz kopyalarının dağıtılması, yani sanat üzerine yoğunlaştı. Sonuçta gene kopyalamayı yapan ve dağıtan sermaye oldu: Sermaye değeri “ne kadar ödersen o kadar kaliteli alırsın” ile yeniden tanımlayarak yüksek kültüre aitliği yeniden tanımladı ve ayırımı bu şekilde korudu. Böylece kapitalist sınıf yüksek olanı bu şekilde kendine mal etmeye devam etti. Kitle kültürünün yüksek kültürel ürünlere olan ilişkisinin doğası tüketimden geçerek elde edilen benzerine sahiplikten geçerek yaratılan aitlik ve değer imajıyla süslendi. Yüksek kültür sahiplerinin korkusu ve endişesi böylece önemli ölçüde ortadan kaldırıldı: Aynı uçağa binseler bile, beyazlar (yüksek sınıf) önde birinci sınıf bölümünde ve zenciler (çalışanlar sınıfı) arkada yer almaya başladı. Yüksek kültürel pratikleri yapan insanlar ile kitle kültürü pratikleri yapanlar arasındaki fark yüksek kültürel ürünlerin bazılarının kitle pazarında tüketilmesiyle ortadan kalkmadı. Sınıf farkı böylece erimedii. Levi’s giyen ve McDonalds’da yiyen fukara çocuğuyla Levi’s giyen ve McDonalds’da yiyen zengin çocuğu arasındaki uçurum silinmedi. Yüksek kültürün yaşam biçimiyle diğerlerinin yaşam biçimi ciddi benzeşmeye uğramadı. Ankara’da Kalaba semtinin mebus evleri denen şahane villalarda oturanlar ile Gazi Osman Paşa’da oturan burjuvalar arasında yaşam farkı parasal güçteki benzerliğe rağmen bile ortadan kalkmadı. Kalaba’da villalarda oturanlar ile villaların hemen yanında oturan Keçiörenliler/Kalabalılar arasında yaşam farkı materyal zenginlik farkının getirdiği rahatlık içinde kalır. İbrahim Tatlıses ve benzerleri yüksek kültüre dahil edilmiyor. Ama onlar bir şeyi ve birilerini temsil ediyorlar. Avamın sarayın ürettiğine uzaklığı yanında, sarayın avamın ürettiğini yakından izlemesinin anlamı oldukça açık: Bu anlam kitle kültüründe kitlelere neyin nasıl verilerek nasıl onların emeği ve ellerindeki rızayla katılımı gelen harcamalardan geçerek alınması biçimine dönüşür. Fakat gene de kitlelerin sürekli izlenmesi gerekir. Bu gereksinim günümüz koşullarında çok daha fazla artmıştır. Yönetici sınıflar egemenlik

altındaki halkın kendi yaşamıyla ilgili ifadelerini bu ifadelerin asıl ve potansiyel sonuçlarının doğasına göre yakından denetlemek, yönlendirmek, yasaklamak, gerekirse yok etmek zorundadırlar. Dolayısıyla, yüksek kültür alçak kültür tartışması sadece yüksek kültürel ürünlere seri üretim ve kitle pazarına sunumdan geçerek halkın erişmesi ve kullanması ve bu yolla yüksek sınıf ile alçak sınıf arasındaki farkın erimesi sorunundan çok ötedir. Kitle kültürüne 19. yüzyılın ikinci yarısından başlayarak ta televizyonun merkezi öyküleme sistemi olmasına kadar olan ilginin nedeni ve doğası kitlelerin demokratik haklar istemiyle gelen ayaklanmaları ve bu ayaklanmalarla gelen dayanışma ve direniş kültürünün yok edilmesi ve onun yerine yönetime işlevsel bir kültürün, örneğin günümüzdeki tüketim kültürünün getirilmesidir. Kitle kültürü, kitle iletişim örgütleri dahil kitleler halinde üretim yapan endüstriyel yapının ürettiği ve dağıttığı ürün haline geldiğinde, yani başkaldıran kitlelerin mücadelecı yaşamını ifade tarzı olma doğasını yitirmesinden sonra, yani kitle kültürünü yaratma ve dağıtma mülkiyeti kitlelerin elinden alınıp endüstriyel yapıların eline geçtikten sonra, kitle kültürü bilinç yönetimi endüstrisinin temel üretim ürünü haline geldikten sonra, ciddi değişimler oldu: Bu değişimlerle kitle kültürü yüksek sınıflar tarafından bir tehlike olmaktan çıktı.

Tüketim düzeyinde ve tüketim açısından "yüksek kültür" ve popüler veya kitle kültürü arasında zenginlerin kendi çevreleri içinde tuttıkları mekaniksel bakımdan çoğaltılmayanlar (klasik resimler, heykeller, saraylar, ateş pahasına olanlar) ve üst tabakanın altındakilerin ulaşamayacağı bir şekilde konumlandırılmış olanlar (zenginlerin kendi düşünleri, oyunları, eğlenceleri, sporları, tatilleri) dışında, gerçekte pek de göze çarpan bir farklılık göremeyiz: Bu özellikle kitle iletişim araçlarının kullanılışı açısından, yani seyredilen programlar, okunan dergiler, gazeteler, gidilen sinemalar ve görülen filmler, dinlenen müzik, her sınıfın içine işlemiş durumda. Benzerlik burada biter: Aynı popüler kültür veya "yüksek kültür ürününü" tüketen Çemişkezekli Cevriye veya kocası Cemalettin ile İstanbullu Ninoş hanım veya sayın eşi fabrikatör Hüsrannettin dünyalarını ne benzer şekilde algılar ve yorumlarlar, ne de benzer şekilde kurarlar. Gerçekler, hayaller ve

düşlerle herkes toplumsal iş bölümünde yerini alır; bazıları bocalar, bazıları çabalar, bazılarının "elinde ayna umurunda mı dünya." Bazıları da elindeki aynayı şairin kıskandığını sanır, mısralara trene bakar gibi bakarken. Aynası onu çok sever; saç da. "Falım'da beyaz sakallı prens çıkmasın" diye dua eder. Bazıları da "bütün bunları yaratanlar mı aptalca yaratıcı yoksa tüketenler mi aptalca aptal" diye düşünür, diyet kolasını yudumlarken. Pişano sesi duyulur uzaktan.

Yüksek kültür denen şey ortadan kalkmadı. Klasik kültür ürünlerinden bazıları, özellikle resimler, heykeller gibi mekaniksel çoğaltmayla sadece kopyaları yapılabilecek ve dolayısıyla orijinalinin yerini tutmayacak ürünler zenginlerin evlerini süslemekte ve zenginler arasında milyonlar verilerek el değiştirmekte devam etmektedir: Eskiden olduğu gibi sınırlı seçkin çevrelerce kullanılmaktadır. Peki, bu türde yeni üretim var mı? Yeni üretimi kitle ve popüler kültürde olduğu gibi pazar tayin eder. Yani yüksek kültür ürünleri yüksektekiler tarafından çok nadir yaratıldığı için, kültür sanayi pazarının yaşam ve ölüm kurallarına bağlı hale gelmiştir. Küçük burjuvazinin ve meraklı halkın görmesi için, tek çıkar yol sermayenin başışları, lütufları aranarak klasikleri sergilemek, sunmak veya yeni bir ürün ortaya koymak olmaktadır, Seçkinlerin yaşam biçimi ve bu biçimin kültürel ifadeleri kitle kültürü tarafından nadiren etkilenmiş, bastırılmamış, yok edilmemiş, bir köşeye itilmemiştir. Sadece kitle kültürü tüketim ve üretim niceliği bakımından hakim kültür olmuştur.

Klasik müzik, drama, opera gibi "kaliteli" ürünler mekanik üretim yoluyla (tv, radyo, film, plaklar) geniş kitlelerin tüketimine sunulmuştur. Bu tür üretim biçimi "yüksek kültürü" aşağıdaki insanların tüketme olanağını sağlamıştır. Bu da burjuvaziye, seçkinleri, "kültürlüleri" epey kızdırmıştır: "Alla'n kırolar" sürüsünün Mozart'ı dinlemesi, para verip tiyatrodan oturma cesaretini göstermesi, mayosunu yanına alıp kuğu gölünü seyretmeye gitmesi vs kültürün bayağılaşması değil de nedir?

Halk kültürü olanın dışında olanlar nasıl değerlendiriliyor? eler? Halkların hangileri neden popüler yapılıyor? Kötü popüler yapılanlar veya popüler yapılmayanlar neden öyle yapılıyor? Hiç bahsedilmeyen, gündeme alınmayan popüler veya popüler olmayan var mı? Neden halk kültürü popüler değil? Bunun anlamı ne?

## HALK KÜLTÜRÜ, KİTLE KÜLTÜRÜ VE POPÜLER KÜLTÜR

Kültürel üretim ve üretim ilişkilerinde güç yapısı kapitalizmle birlikte değişti. Bir zamanlar kültürel üretim, dağıtım ve tüketim yerel çaptaydı ve yerelin yaşam tarzını, bu tarzdaki farklılıkları yansıtıyordu. Şimdi özellikle kitle kültürü ve popüler kültür halkın toplumsal yapıdaki egemenliği kabul edici, kutsayan, ona katılan bir dünya ve bilinç sunmaktadır. Mücadeleci karşıtlığı getiren ve farklı yaşam tarzının ifadesi olan bir karaktere sahip değildir. Mücadele ve eleştiri bireyin kendisiyle ve diğer bireylerle (saçının onu sevmesiyle, erkekle, kadınla, babayla, düşmanla) olan psikolojik doyum elde etme ilişkisi biçimine dönüştürüldü. Üretim ve dağıtımdaki mülkiyet endüstriyel yapıya ve bu yapıdaki merkezileşmiş üretim ve öyküleme sistemlerinin eline geçti. Kültürel pratikler kapitalist pazara uygun yaşam ve bilinç tarzını ve bu tarzla gelen günlük pratikleri yeniden üretmektedir.

Halk kültürü üretiminden tüketimine kadar bütün aşamalarında halk içinden çıkan, halkın yaşamının bütünleşik parçası olan, halka ait olandır. Tarihsel olarak kitle kültüründen öncedir. Kitle kültürü köylü cemaatinden ve yerel yaşamlardan çıkıp gelen yaşamı ifade etmediği gibi, halk sanatı da değildir. Halk kültürünün devamı olan gelişmiş bir biçimi temsil etmez. Kitle kültürü ve popüler kültür varlığını kullanım ve tüketimden yoluyla sürdüren, kitlelerin yaşam pratikleri ve ifadelerini çalan, gasp eden ve pazarda alınıp satılan mala dönüştüren ticari bir kültürdür. Popüler kültür kendi biçimlerinin birçoğunu halk/folk kültüründen almış ve işlevsel dönüşümlere uğratarak kendine mal etmiştir. Bunu yaparken biçimini değiştirmiş, özünü boşaltıp yeni bir öz yüklemiş, yerinden ederek ya ücretle girilen dört duvar arasına sokmuş ya da kültür endüstrisinin üretim yerine taşımıştır. Birçok geleneksel oyun biçimi ya profesyonel spor biçimine dönüştürüldü ya yok edildi ya bir kenara itilerek önemsizleştirildi ya da yok edildi. Bazıları da yerel öykü sisteminin elinden alınarak merkezi öyküleme sistemi olan kitle iletişimine taşındı. Halk kültürünün materyal ve materyal olmayan ürünlerini yerel kendisi kendi için üretirken, bu üretim olanakları ve ilişkileri de büyük ölçüde yok edildi. Onun yerine üretimi kapitalist endüstriler biçimlendirmeye başladı. Örneğin çocukların kendi oyuncaklarını, oyunlarını ve eğlencelerini kendilerinin

yaratması bitti. Artık çocuklar (ve anne/babaları) popöler kùltür endüstrisinin ürettiklerini kullanmakta ve oynamaktalar. Eskiden bebeği ve oyuncağı satın almaz, kendimiz yapardık. Yaptığımız oyuncaklar ve oynadığımız oyunlar yaşadığımız hayatın kendimiz tarafından kendimiz için ürettiğimiz temsilleriydi.

Popöler kùltür satın alınan, halk/folk kùltürü ise onu kullananlar tarafından yaratılanlardır. Birincisi ticari değere sahip olan bir maldır; ikincisinde satma ve satın alma gibi bir karakter yoktur; alınıp satılsa bile takas yoluylaadır; par ile olsa bile, standartlaşma ve kitle üretimi ürünü karakterine sahip değildir; satışı imaj ve statü nedeniyle değil, daha çok kullanım değeriyledir.

Halk kùltürü iş ve dinlenmenin birbirini tamamladığı, birbirine zıt olmadığı, bitişik ve iç içe olduğu dönemin kùltürüdür. Endüstrileşmeyle birlikte fabrika sistemi zamanı yeni bir biçimde örgütlemeye başladı; iş yerinde harcanan zamanla iş dışında harcanan zaman ayrılığını getirdi: İş yerinde harcanan zaman serbest kölenin hayatını devam ettirebilmek için "para kazandığı" zaman oldu. Bu zaman artık ona ait değildir. İş dışı zaman serbest kölenin kendini fiziksel olarak yenileme (dinlenme) ve mümkünse eğlenme zamanıdır: İşi olan kölenin serbest zamanı. Bu zaman kapitalizmin ilk dönemlerinde sermaye tarafından gasp edilmemiş, kontrol edilmemiş, düzenlenmemiş, kontrol edilmeyen zamandı. Yirminci yüzyılın başlarında iş dışı zamanı dolduran yeni etkinlikler Amerika ve Avrupa'da hızla yayılmaya başladı: Kapitalizm bu zamana da el atıp kendi çıkarları yönünde düzene koyma çabalarını arttırdı. Şehirler, salonlar, dans salonları, bilardo salonları, roller-skating ringleri, sirkler, eğlence parkları, gösteriler, profesyonel sporlar, konser salonları ve tiyatrolarda ucuz melodramlar 1900'uncu yüzyılın kapitalist ülkelerinin şehirlerinde hızla yaygınlaştı. Bu yeterli değildi: On dokuzuncu yüzyılın kapitalistleri iş gücünü üretim için zorunlu gördüler. Yirminci yüzyılda işgücü aynı zamanda tüketici olarak denetim edilmesi gerekliliği duyulmaya başladı. Fabrikatörler ürünleri ve reklamcılar da tüketicileri ürettiler. Reklamcılar kùltürel değerlere zevki ve duygusallığı da katmaya başladılar. Kişileri tüketime sevk etme, moda ve gösteriş ardında koşmasında, mal alarak ve tüketerek mutluluğu aramada önemli rol

oyladı. Bu süreçte kapitalizm halk kültürünü katletti, katletmediğini ise kitle kültürü veya popüler kültür Şekline dönüştürdü: Alınan ve satılan mal haline soktu.

Anadolu'da hala halk kültürü kültürel yaşamın bir parçası olarak devam etmektedir. Halk (yerel, köylü, dağlı, oban) kültürüyle popüler kültür arasındaki kitle tüketimi karakterinin olup olmaması (nicel okluk) farkından daha ötededir. Halk kültürüyle popüler kültür arasındaki nicel fark (sayısal okluk farkı) halk biçimlerinin kitle iletişim araçlarıyla sunulmasıyla büyük ölçüde ortadan kalkar. Fakat bu onları (rneğin yöresel halayları, oyunları, gelenekleri) popüler kültür yapar mı? Kitle iletişim araçlarının burada yaptığı yerel bir kültür ürününü, eğer bu ürüne ekler yapıp arpıtmadıysa, kendi materyal ve ideolojik çıkarı için teşhir etmek olur. Böylece halk kültürü bir araç olur. Bir yerel ağıt Unkapı'da çoğaltılıp bütün Anadolu'ya satışa sunulduğunda, artık o ticari bir kültür ürünü olmuştur.

Popüler kültür, sadece parayı verip veya zamanını harcayıp düdüğü alma seviyesinde, yani bitmiş ve paketlenmiş bir malı tüketme düzeyinde tüketici-kitlelerin malıdır. Bu durum kitle kültürü ve popüler kültür gerçeğinin sadece bitmiş ürünle ilgili bir yüzüdür.

Kapitalist retim biçimi Amerika ve kuzey Avrupa lkelerinde sürekli olarak üretim araçlarında, özellikle savaş ve iletişim teknolojisinde, yenilikler yapmaktadır. Bu yeniliklerin ürünlerini çoğunlukla denetimli bir Şekilde diğer ülkelere yaymaktadırlar. Üretim ve dağıtımın küresel boyuta ve ilişkiye ulaşması aynı zamanda popüler kültürün de aynı karaktere dönüştürülmesini beraberinde getirir.

## KÜLTÜR, BİLİNÇ VE İDEOLOJİ BAĞI

Kültürün ve popüler kültürel pratiklerin kapitalizm öncesi ideolojik karakteriyle, kültürel ve bilinç üretimini endüstriyel yapıların ele geçirmesiyle ortaya çıkan ideolojik karakteri ciddi şekilde farklıdır. Kültürel pratikler ve ideoloji kendi başlarına güç olamaz. Kültür ve ideoloji gücünü örgütlü ilişkilerin getirdiği meşrulaştırılmış baskı ve sessiz terörden alır. Aç ve işsiz bırakılmış bir insan açlığının ve işsizliğinin farkındadır. Örgütlü baskı ve terörle beslenen kültür ve ideoloji o insana aç ve işsiz bırakılmışlığını aç ve işsiz bırakanlara tehlikeli olmayacak sonuçlara giden bir bilinç yönetimiyle açıklar.

Kitle kültüründe ve popüler kültürde bilinç (bilme ve değerlendirme) seviyesi mümkün olduğu kadar düşük seviyede tutulur. Bu seviyede birey kendine döndürülür ve bireysel tüketmeye ve kullanmaya dayalı özgürlükler işlenir. Birey dışa döndürüldüğünde dışın kendisini (özellikle görünümünü) nasıl değerlendireceği kaygısıyla doldurulur. Birey dışarının ona nasıl baktığı kaygısından hareket ederek egemen ticari kültürün oltasında yakalanmış olarak kalır. Dış dünya ve diğer insanlar aynı zamanda bireyin satın alıp kullandığı bir mal gibi kendisine olası faydasıyla değerlendirilir ve ilişki bu bazda kurulur ve yürütülür. Dolayısıyla kitle kültürünün yarattığı insan korkularla dolu olan, bu korkuları kapatmak için sayısız kullanım biçimleriyle donatılmış, özgürlük satan, ama özgürlüğe düşman, insanlık satan, ama insanlığa düşman, barış satan, ama Makyavelci baskı, şiddet ve vahşeti içinde ve ilişkilerinde taşıyan, en anlayışlı görüldüğü zamanda bile içinde zalimlik taşıyan bir karaktere sahiptir. Bu insan kendini ancak kendine işlevsel olan veya işlevsel olduğunu sandığı şeylerin kullanımı ve tüketiminde bulur.

Kitle kültüründe tutulan bilinç seviyesinin düşüklüğü nedeniyle istekler, amaçlar, beklentiler, yapılanlar, düşünceler, ilgiler, özlüce kültürel ifadeyi yansıtan günlük pratikler oldukça basit, çocuksu ve görüntüseldir. Fakat bu düşüklük aynı zamanda beraberinde hunhar baskıyı da getirir. Bu baskı da gene basit seviyedeki özgürlük, barış, empati olarak sunulan kılıflarda gelir. Kitle kültürü ve popüler kültürle 21 yüzyılın planlı geri zekalaştırma pratikleri gerçekleştirilir.

Kitle kültürü ekonomik talep tarafından kültürün ticari-alçaltılması ve kitle iletişimi araçları tarafından empoze edilen standartların zorla düşürülmesinin sonucu bayağı ve alçak bir kültürdür. Kültürel endüstriler halkın düşük-kaliteli mallara doymak bilmeyen iştahının hem üreticisi hem de sömürücüsüdür. Bu yaratma ve sömürmeyle her yaş, her millet, her kültürde yontulmamışlık, bayağılık, mankafalık ve aptallık değer olarak ortaya çıkartılır. Bu değere bağlı olarak kitle kültürü sanatı üretilir, bilgi olmayan bilgi iletilir ve ciddi fikirler alçaltılır. Kitle iletişiminin teknik ve ticari yapısı bu yaratma ve sömürmenin hem yapıldığı hem de araç olarak kullanıldığı alandır. Kitlelere standartlaştırılmış geri zekalılık pragmatiklik olarak sunulur: Dizilerde ve programlarda sevilen artistler belli durumlarda belli davranışta bulunurlar; belli değerleri vardır; belli biçimlerde giyinirler, belli şeyleri yer ve içerler; belli kozmetik ürünleri alırlar. Birçok şovlarda promosyonel tavsiyeler gerçek fikirler ve gerçek ifadeler olarak sunulur. Liderler, meşhur yazarlar, futbolcular, sporcular, ev kadınları, analar, babalar, çocuklar, bira veya sabun markası veya tanrı hakkındaki inançlarını ilan ederler. Düşünceler, reklamlar, promosyonlar vb gerçeğin yerine geçirilir. Böylece “zararlı olsa niye satsınlar ki” seviyesine kadar inen düşünsel ve bilgi seviyesi oluşturulur. Böylece mal, ürün, hizmetler, insan ve insan ilişkileri kendi koşullarından uzaklaştırılarak anlamlandırılır.

Amerika'da işçi hareketlerinin yoğun olduğu 19uncu yüzyılın sonları. Grevler büyük kapitalistleri tedirgin ediyor. Demiryolları İmparatoru Pullman'ın grevcilere karşı takınabileceği tutum sorulduğunda, Pullman üzülmediğini, çünkü gerekirse işçi sınıfının bir yarısını diğer yarısını öldürmek için kiralayacağını söylüyor. Bunun da yapıldığına örnekler çoktur. Aynı zamanda popüler gazeteler kışkırtıcılara, bölücülere, halk düşmanlarına, anarşistlere karşı hararetli manşetler atıyor, yazılar yazıyor. Popüler inançların ve tutumların yönetici sınıflar tarafından kendi çıkarları doğrultusunda kullanmaları yeni bir oluşum değildir. Dinsel bölünmelerde her bölümün popüler dinsel inanç ve tutumlarını istismar ederek Avrupa köylüsünü birbirine kırdırtan, Haçlı Seferleriyle milyonlarca insanı yok eden, Tanrı adına cenkle çocuk, çocuk, ihtiyar, kadın demeden katliamlara ve vahşete gönderme

henüz sona ermedi.<sup>4</sup> Avrupa'da daha birkaç yüzyıllık ve bizde yüzyıldan bile az bir geçmişi olan millet, vatan, demokrasi, vatanın bütünlüğü, milletin haysiyeti, demokrasinin elden gitmesi, bölücülere karşı savaş gibi kavramların getirdiği popüler mitlerle kitleler kitleleri yok etmek için harekete getirilme devam etmektedir. Popüler televizyon ve egemen basın bu tür popülerliğin her yerde her zaman çığırkanlığını yapmaktadır. Popüler soyut fikirlerle birbirlerini ezen ve kıran aşığı sınıfların kazancı Beşiktaş'ın taraftarlarının Beşiktaş'ın Fener Bahçeyi yenişle elde ettikleri kazanca benzer: Psikolojik bakımdan hastanın hastalığından aldığı çarpık zevk, heyecan ve kutlama. Katliamları yapanları ise bu zevk, heyecan ve kutlamanın kanlı ellerle yapılmasıdır. Öte yandan, bu popüler zaferlerden somut çıkarlar elde edenler ise başkalarıdır.

İdeolojinin sınıf üretimiyle maddi kültürün sınıf üretimi arasında önemli fark vardır. İdeolojide, egemen olandan en alttakilere kadar her sınıf veya grup kendi fikirlerini, fikir sistemlerini geliştirmek için mücadele eder. Kendi gerçek veya hayal ettikleri çıkarlarını korumak, sürdürmek, tanımlamak, tayin etmek, açıklamak, haklı çıkarmak, geliştirmek, yaymak vs için uğraşırlar. Maddi üretimde böyle bir mücadele yoktur: Somut materyal yaratım sömürülen sınıfın emeğiyle yapılmıştır. Gerçi egemen sınıf kendine ayırır/gasp eder, yönetir, manipüle eder, denetim eder, etkiler; fakat bu materyal üretimin kendisiyle, özellikle yaratıcı yanıyla karıştırılmamalıdır. Bu materyal kültürün üretiminin uzun tarihi birbirini takip eden sömürü biçimleri altında işçiler tarafından yaşanmış ve üretilmiştir. Kavimsel ve klansal toplumsal biçimin egemen olduğu dönemde, ilkel yerel zanaat ve sanat içinde yaşanan zamanda aile veya klanın kullanması için

---

<sup>4</sup> *Baskı ve şiddet için işçi sınıfının bir kısmını kiralamak veya kullanmak ille ki geçici tedbirler olarak, gerektiğinde kullanmayla sınırlı değildir. İşçi sınıfını ücretle kiralayarak baskı ve şiddeti sürekli olarak kullanan kamu güçleri veya örgütü diye adlandırılmış örgütler ve yeraltı örgütleri vardır her toplumda: Polis teşkilatı, Ordu, Jandarma, gizli istihbarat, counter-gerilla, faşist partilerin gençlik örgütleri, dini tarikatlar gibi. Bunların hepsi de belli amaçlara ulaşmak için popüler inançlarla beslenip kullanılırlar. Örneğin gerektiğinde ordu yürüyüş veya grev yapan işçilerin üzerine saldırılır.*

üretilmiştir. Yaratıcılığın kolektif değerler altında toplandığı bir yerde bireysel hayat, özellikle "popüler" çok az bir değere sahiptir. Feodalizm ve kapitalizmin başlangıcıyla kolektif değerler gitgide "imzalanmış" kişisel stile yer vermeye başlamıştır. İnce sanat pratik hayattan kopmaya yönelmiştir. Stüdyo yavaş zanaatkarı birleştirdi, loncayı/esnafı yıkıp yok etti; Sermayenin doğrudan yönetimi altında yaratıcı yeni biçimler örgütlendi ve empoze edildi. Kapitalizmin yükselişiyle uzmanlaşmış bir ekonomik sektörü olan yeni egemen bir kültür biçimi, "kitle kültürü" oluştu. Bu kültür popüler ve işçi sınıfı için ve o sınıfa yöneltilmiş ilk kültürdür.

Kapitalist toplumlarda ideoloji daima mitolojiler ve ritüellerle el ele gitmiştir. Televizyon ve popüler kültür mitolojileri ve baskın ideolojileri ritüel bir şekilde iletide görev yapar. Kellner'e göre (1979) ileri kapitalist toplumlarda yayın araçları yoluyla ideolojinin hayalsel, sembolse ve mitsel yanında artma ve klasik basınla olan yanında gerileme olmuştur. Bugün televizyon kültürel sembollerin egemen üreticisidir.

Televizyon popüler durum-komedileri önce bir problem veya gerilim sunarlar, ardından bunu önceden hesaplanmış bir zaman içinde güldürü katarak çözerler. Bu problem ve çare modeli bütün problemlerin (veya yanlış anlamaların) var olan toplum içinde tatlılıkla çözülebileceğini vurgular. Eğer sorun, örneğin, ahlaki bir çelişkiyse, çoğunlukla geleneksel ahlak anlayışını destekleyecek şekilde çözümlenir. Televizyon melodramları çatışmalar, acı çekmeler, gözyaşları, öfkeler, kötülükler, dalavereler, dolaplar ve sonunda hep ahlaki çözümlenmelerle doludur. Melodramlarda ağırlık şiddet ve seks üzerinde toplanır, iyi ile kötü arasında yoğun bir çatışma sürer. İyiyi ve kötüyü, ahlaklıyı ve ahlaksızı tanımlamada kesin belirli kodlar kullanılır. İyi ve kötü, ahlaklı ve ahlaksız arasındaki çatışma iyi ve ahlaklının kazanması düzenin yeniden kurulmasıyla sonuçlanır. Amerika dahil birçok ülkede televizyonda seks ve şiddeti kınayan sağcı örgütler gerçekte bu programların neyi desteklediğini bile anlayamamışlardır. Bu da genellikle kendi anlayışlarını kendi bildikleri yolda yaymak için televizyonu kontrol etme çabalarından kaynaklanır.

Kellner'in de belirttiği gibi (1982) televizyon ahlaki gerçekte hegemonik ideolojiyi üretir ve iletir: Brezilya, Meksika ve Amerika'dan gelen diziler toplumsal kuralları ihlal etmenin getirdiği acı çekmeyi ritüelleştirirler. Durum-komedileri komedinin şaklaban kahramanlarının içine düştükleri bir çatışmalı-çekişmeli durumu çözmeye kuralların, değerlerin ve iyi niyetin zaferini kutlarlar. Programlarla verilen imajlar ve hikayeler günlük hayattaki problemleri çözmeye yeni mitolojiler üretirler. Bu mitolojiler basit anlamıyla enstitüleri ve pratikleri açıklayan, öğreten ve haklı çıkaran hikayelerdir. Bu mitler insan hayatında önemli olan sorunlarla ilgilenir; insanların ölümle, şiddetle, aşkla, seksle, işle ve toplumsal çatışmayla uzlaşmalarını çekici çerçeveler içinde mümkün kılar. Gangsterlere, Kızılderililere, savaşa, devrimcilere, teröristlere, katillere, haydutlara, yabancılara karşı güçsüz kalan toplumu süperman, süperpolis, süper örümcek adam, kahraman kovboy, Batman, 6 milyon dolarlık adam, Flash gibi süper kahramanlar korurlar. Mitsel güçler tarafından çoğunlukla kötülerin kullandıkları aynı yöntemi kötülere karşı kullanarak çözümlenme popüler ürünlerin çoğunda egemendir. Bütün bunlar belli bir ideolojiyi, özellikle Amerika'da hakim olan düşünüş tarzını ve toplumsal otoriteye boyun sunmayı iletir. Bu mitler egemen enstitüleri ve yaşam tarzlarını doğasallaştırır, kişileri topluma uyarlamayı sağlayacak şekilde duruma çözüm getirir.

İleri kapitalist toplumlardaki bütün ideolojilerde olduğu gibi, televizyon ve popüler kültür ideolojisi de çelişkiler içerir: Aile ve seksüellik, güç ve otorite gibi... Örneğin 1950lerde yapılan durum komedilerinde aile, evcillik, otorite üzerine ağırlık veriliyordu. 1960larda ve 70lerde aile seksüellik kavramında boşanmış veya kocası terk etmiş çocuklu kadınlar yer almaya başladı. 1980lerde buna homoseksüeller de katıldı. Macera filmlerinde Dragnet, Untouchables, Mod Squad, Streets of San Fransisco gibi bürokratik otoriteyi azaltan ve otoriteryanizme karşı bir liberal ideolojiye; Baretta, Serpico, Starsky and Hutch, Dirty Harry, Sudden Impact gibi beceriksiz-bürokrasi içindeki bireyci-becerikli bir polise; The Rookies, SWAT ve benzeri hiyerarşik otoriteye boyun sunmaya doğru çelişkili değişimler olmuştur. Türkiye'de 2000 yıllarına gelindiğinde medyada özellikle mafya ve

ağalık yüceltmeye başlanmıştır. Bu yüceltmenin en çarpıcı yanlardan biri de yoğun bir şekilde giyim ve gösterişe dayanan endüstrilerin promosyonu olmaktadır. Bu promosyon, aynı zamanda örneğin Çocuklar Duyması gibi programlarda modernlik ve çağdaşlıkla özdeş tutularak yapılmaktadır. Tüketim endüstrilerin propagandasını yapan, diğer bir deyimle tüketim endüstrilerinin maymunluğunu modernlik olarak temsil eden kadın karakter kızlar ve kadınlar için model oluşturmaktadır. Taş fırın erkeği ise geri kalmış gelenekselliği temsil etmektedir. Çıkan çatışmada daima taş fırın erkeğiyle birlikte geri kalmışlık kaybetmektedir. Medya sunumlarındaki değişimi Kellner ve benzerleri popüler kültürün ve ideolojisinin çelişkilerle dolu olduğunun göstergesi olarak sunarlar. Bu çelişkili görünümleri asla birbirine zıt ideolojilerin çatışması olarak almamak gerek. Kadınların çocuk aldırma haklarını savunma ve karşı gelme birbirine zıt iki fikirdir, fakat bu mücadele gerçekte kurulu düzen içinde o düzende o konuda belli çıkar gruplarını egemen kılacak bir oluşumdan öte gidecek bir karaktere sahip değildir: Liberaller ile tutucu/gerici olarak nitelenenler arasındaki mücadeleyi anlatır. Kitle kültürü ve popüler kültürün kendisi manipüle edici, sınıf egemenliğinin bir aleti veya kapitalist ideolojinin yekpare bir çoğaltıcı olarak görünmeyebilir. Aslında, nasıl görünürse görünsün, sermayenin kontrol ettiği kültür endüstrisi tarafından üretilen kitle kültürü ve popüler kültür egemen ideolojiyi ve ardındaki materyal ilişkiler düzenini üretmeye/çoğaltmaya yöneliktir. Günümüzün popüler kültürünü asla popüler direniş kültürüyle karıştırmamak gerekir. Popüler direniş kültürü halkın daha iyi dünya umutları, özgürlük mücadelesi ve ezilen insanın deneyimini ifade ederdi. Geri-zekallılığın bireysel çağdaşlık ve gelişmişlik taşıyışı değil. Direnişin kültürü bağımsızlık arayan siyasal hareketlerin bütünleşik bir parçasıydı. Madonna ve benzerleri asla bir direniş veya başkaldırı müziğinin temsilcisi olamaz. Burjuva feminizmi gibi tüketim endüstrisinin en bütünleşik parçası olan hareketler ancak sermayenin kitle kültürü ve popüler kültürü kullanarak uyguladığı farklı stratejileri anlatır.