

## Kültür Endüstrisi Bağlamında Sinema ve Amerikan Sineması

### Cinema and American Cinema in the Context of the Cultural Industry

Ali ŞAHİN<sup>1</sup>

**Araştırma Makalesi / Research Article**  
Geliş Tarihi / Received: 25.01.2021  
Kabul Tarihi / Accepted: 27.03.2021  
Doi: 10.48146/odusobiad.867808

**Atıf / Citation:** Şahin, A., (2021). "Kültür Endüstrisi Bağlamında Sinema ve Amerikan Sineması" *ODÜSOBİAD* 11(2), 349-364, doi: 10.48146/odusobiad.867808

#### Öz

İnsanoğlu iletişime ilk başladığı zamandan beri iletişim araçları ve sembolleriyle kitleleri çeşitli mesajlarla manipüle edip, var olan düzenin dışına çıkılmaması sağlanmıştır. Günümüz kitle iletişim çağında, kitle iletişim araçlarının topluları bilgilendirme ve yönlendirme de önemli bir yeri olduğu aşikardır. Endüstrileşmeyle birlikte diğer emtia olarak satılan kapitalizmin metaları gibi kültür endüstrisinin ürettiği ürünlerde bu kapitalist sistemin ürünleri gibi alınıp satılmaya başlanmıştır. Kültür endüstrisi tarafından üretilen ürünler yol gösterici bir gücün egemenliği altında kontrol edilir. Bu üretilen ürünleri tüketen kitleler de bu ürünler aracılığıyla yol gösterici gücün kurallarının dışına çıkarılmaz. Kültür endüstrisinin ürünlerini tüketen kitleler bu ürünleri bir yakınlaşma sıkıntılardan uzaklaşma aracı olarak kullanırlar. Bu endüstri, sistemin sunduğu ürünleri satın aldirmek için, sürekli olarak sunulan ürünlerle, insanların bilincinde satın alma arzusunun sürdürmeyi amaçlamaktadır. Bu endüstri içerisinde sinema, televizyon veya birbirinin benzeri ürünler kitlelere tek düze bir görünüm kazandıran kültür endüstrisinin ürünleri olarak görülmektedir. Sinema da bu endüstri sisteminin içerisinde, kitleri etkileme ve yönlendirme aracı olarak toplumlar üzerinde önemli bir konuma sahiptir. Kitleler, rasyonel ussallık (benimsetme) tarafından yönlendirilmiş, otonomlaştırılmış ve bu otonomlaştırmanın sinema aracılığıyla aktarılmasının daha da etkili olabileceği görülmüştür. Sinema sayesinde toplumlara bir düşünce, ideoloji benimsettirilip o düşüncenin ideolojinin dışına çıkartılmamıştır. Sinema insanlara nasıl yaşanması gerektiğini göstermeye çalışmıştır. Merkez ülke olarak adlandırılan ülkeler (ABD vd.), ürettikleri kültür ürünlerini (sinema vb.), diğer üçüncü dünya ülkelerine pazarlaması hem kendi ussallaştırılmış düşüncesini hem de ekonomik boyutu bakımından önemlidir. Sinema, izleyicisini kendine bağlar. Sınırların dışına çıkartmamak için filmde izlediğinin normal yaşantıda da sürdüğünü göstererek izleyiciyi kendisine tabi kılar ve bir yanılısına sunar. Sinema bu endüstri içinde bir sanat aracı olarak görülmez tam tersine manipüle etme ve yanılı yaratma ve gerçeküstü olayları gerçekmiş gibi benimsetme aracı olarak görülür. Çalışmada nitel araştırma kapsamında literatür taraması yapılmıştır. Çalışmayı daha anlaşılır kılmak için çeşitli filmler görselleriyle birlikte açıklanmaya çalışılmıştır. Kültür endüstrisi içerisinde bulunan sinemanın toplumların bilinç düzeyini nasıl şekillendirdiğini, manipüle ettiğini değerlendiren bu çalışma, alanda konu hakkındaki kaynak yetersizliğini gidereceği düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler :** Kültür Endüstrisi, Amerikan Sineması, Benimsetme, Kültürel Ürün

#### Abstract

Since human beings first began to communicate, they have manipulated the masses with various messages with means and symbols of communication and ensured that. The existing order is not violated. In today's mass media age, it is obvious that mass media also plays an important role in informing and directing societies. With industrialization, products produced by the cultural industry, such as the commodities of capitalism sold as other commodities, began to be bought and sold as products of - capitalist system. Products produced by the cultural industry are controlled under the rule of a guiding force. The masses who consume these manufactured products are also not excluded from the rules of the guiding force through these products. The masses who consume the products of the cultural industry use these products. The masses who consume the products of the cultural industry use these products as a means of relaxation and distancing themselves from adversity. This industry aims to maintain the desire to buy in people's consciousness through products that are constantly offered, in order to buy the products that the system offers. In this industry, cinema, television or similar products are seen as products of the cultural industry

<sup>1</sup>Yüksek Lisans Öğrencisi, Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sinema Televizyon Bölümü YL. Ordu, [birsahinali@hotmail.com](mailto:birsahinali@hotmail.com), ORCID ID: 0000-0002-6406-4244



that give the masses a single appearance. Cinema also occupies an important position in societies as a means of influencing and directing masses within this industry system. The masses have been autonomized, driven by rational ussality (adoption), and it has been seen that the transmission of this autonomization through cinema can be even more effective. Thanks to cinema, societies have not been made to adopt a though, an ideology, and this thought has not been removed from the ideology. Cinema has tried to show people how to live. Countries called the central country (USA et al.), the cultural products they produce (cinema, etc.), its marketing to other third world countries is important both in terms of its own rationalized thinking and its economic dimension. Cinema binds its audience to itself. In order not to take it outside the boundaries, it subordinates the audience to themselves and presents an illusion by showing that what they watch in the film continues in normal life. Cinema is not seen a tool of art in this industry, but rather as a means of manipulating and creating misconceptions and accepting surreal events as if they were real. In the study, literature was reviewed within the scope of qualitative research. In order to make the work more understandable, various films have been tried to be explained together with their visuals. This study, which evaluates how cinema in the cultural industry, shapes and manipulates the level of consciousness of societies, and is thought to eliminate the lack of resources on the subject in the field.

**Keywords :** Culture Industry, American Cinema, Adoption, Culturel Product

## Giriş

Kitle iletişim araçları (televizyon, radyo, gazete, dergi) kitlerin bilgi açlığını giderme de önemli bir konuma sahiptir. Kitleler bu tür araçlardan gelen bilgiler ışığında yaşantısını sürdürmeye devam edip bu bilgiler ışığında hareket ederler. Kitlelerin bilgi açlığını gidermede, büyük bir meta sağlayan merkez ülkeler (ABD vb. ülkelerden) oluşturur, bu merkez ülkeler çok uluslu şirketler tarafından yönetilmektedir, çok uluslu şirketlerin çıkarları doğrultusunda, merkez ülkelerin, meta üretip çevre ülkelere sunması ve çevre ülkelerin de bu hazır metayı kullanarak otonomlaşmasına, sade ve tek düze bir kültür oluşmasına neden olmaktadır. Merkez ülkelerin oluşturduğu bu düzen, çevre ülkelerin kendi kültür ürünlerini oluşturmada sorun yaşamasına hatta tamamen merkez ülkeye bağımlı olarak yaşamasına neden olmaktadır. Adorno bu durumu şöyle açıklar; günümüzde merkez kültür her şeye benzerlik buluşturur ve bu kültür birlikte bir söz birliği halindedir, (Theodor W. Adorno, Max Horkheimer, 2014, s. 162) Çevre ülkeler, merkez ülkelerin ürettikleri klişe sayılabilecek ürünleri tüketir, dolaysız, sorgusuz bir şekilde kabul eder. Bir bakıma kendi öz yapı taşından bihaber olan çevre ülkeler (üçüncü dünya ülkeleri) bir şekilde merkez ülkelerin kültürel ürünlerini sahiplenip özdeşleşirler. Merkez ülkeler tarafından dayatılan metalar, kitle toplumu tarafından benimsenip herkes için genel bir kültürü (popüler kültür) oluşturur. Kitleler merkez ülkelerin ürettiği metaları kabul etmeme dürtülerine sahiptir ancak istemsiz bir şekilde bu metaları kabul ederler. Adorno bu durumu şöyle açıklar; reklamın kültür endüstrisindeki zaferi budur işte: tüketicinin metaları sahte, yapma olduklarını gördüğü halde, bastırılması zor bir istekle kültür metalarını almaya ve kullanmaya devam ediyor der. (Adorno, 2007, s. 23) İnsanlar reklamların veya egemen ideolojilerin kültürel ürünlerinin zorunlu olarak doğru ya da haklı olmaları gerektiğini biliyor ya da duyumsuyorlar, ancak yine de bunları kullanıyor okuyor giderek kendilerini onlar tarafından güdülmeye bırakıyor kendi donanımları arasına katıyorlar. (Marcuse, 1986, s. 51) Kitle toplumlari, devletleri yöneten çok uluslu şirketlerin kontrolü altındadır. Her an hazırda bekleyen kitle toplumlari merkez ülkelerden gelen ürünleri dolaysız bir şekilde kullanırlar. Frankfurt Okulu (Eleştirel Okul) düşünürlerinden Herbert Marcuse'un One-Dimensional Man adlı makalesinde bu durumu şöyle açıklıyor;

*"Ürünler birer öğreti gibi koşullandırmakta, kendi yanlışlığına bağımsız yanlış bir bilinç geliştirmektedirler. Ve bu ürünler daha çok toplumsal sınıf için ve daha çok birey için erişilebilir olurken, ilettikleri öğretiler birer reklam olmaya son vermekte birer yaşam yolu olmaktadır. Bu yaşam yolu tek boyutlu düşünce(yaşam) ve davranış kalıbı doğmasına neden olmaktadır ki, bunlarda içerikleri nedeniyle yerleşik söylem ve eylem evrenini aşan düşünce, özlem ve hedefler ya püskürtülmekte ya da bu evrenin terimlerine indirgenmektedir."*  
(Marcuse, 1986, s. 11)

Düşünce, konuşma ve duyma; özgürlüğün yükselmesi ve korunmasını sağlamışlardır. Bunlar özsel olarak *eleştirel* düşüncelerdir. Bunlar usa uygun daha üretken şekilde yeniden düzenlenmiş ve tasarlanmışlardır. (Marcuse, 1986, s. 1).Toplumların özgür bir şekilde kişisel benliklerini ifade etme biçimleri usa uygun bir şekilde düzenlenmişlerdir.

*Gerçek ve yanlış gereksinimleri ayırt edebiliriz. ‘Yanlış’ olanlar bireye onun baskılanışındaki tikel toplumsal çıkarlar tarafından yukarıdan dayatılanlardır: gereksinimler ki zahmeti, saldırganlığı, sıkıntı ve türesizliği sürdürmektedirler. Karşılanmaları bireye büyük bir doyum sunabilir, ama bu mutluluk, eğer (onun ve başkalarının) bütünün hastalığını anlama ve hastalığı iyileştirme şanslarını kavrama yeteneğinin gelişimini durdurmaya yarıyorsa, sürdürülmesi ve korunması gerekli bir koşul değildir. (Marcuse, 1986, s. 4)*

Bir bakıma kitle iletişim araçları alt-sistemi, halkın dikkatini sınırlı konulara ve amaçlara yoğunlaştırır ve böylece sosyal sistemin bütününe hizmet ederek kalıpların devamlılığını sağlamış olur. (Meyer, 2014, s. 53) Bu durum düşünme becerisini istemsiz bir biçimde kaybeden bir kitle toplumu yaratmıştır. Bu tek düze durum, belirli kalıplara sığın ve gelenekselleşmiş düşünce yapısını sınırlayan tek tipte bir yaşam tarzı sunar. Merkez ülkeler, çevre ülkelere kurup faaliyet gösterdikleri büyük basın yayın organlarıyla, televizyonlarıyla, sinemalarıyla (Hollywood vb.) çevre ülkelerin düşünce yapısına, yaşayışına katılır ve tek tipte bir kültürün oluşmasına neden olur. Gelişen teknoloji ile beraber maliyet karşılama ve kâr elde etme gibi kapitalist dürtüler nedeniyle sinema bir ideoloji taşıyıcısı, kültür endüstrisi olmanın yanı sıra dev ekonomik yapılanmalara mecburdur (Uğur, 2019:532). Bu tek tipte kültürün oluşmasında, sinema televizyon, gazete gibi sektörlerin çok büyük şirketlerin egemenliği altına girmesi de önemli bir olgu olarak görülebilmektedir. Örneğin ABD’de bulunan medya şirketi Time Warner Inc. sinema filmi, televizyon, dağıtım, dergiler, gibi çeşitli kolların tek çatı altında olması tek tipte düşünce tarzının sürdürülmesini sağlar. (Meyer, 2014, s. 64) Merkez ülkelerde bulunan bu kolektif kollar hem kendi ekonomik durumunu daha sağlama almış olur hem de sunduğu metalarla kitleleri kendine bağımlı yapıp başka düşüncelere kapılmamasını sağlar. Bir bakıma kitlelere sınırlılıklar getirerek uyulması gerekenin bu metalarla sunulan yanılsamalar olduğunu göstermeye çalışırlar. Meta sağlayan egemen sayılabilecek olguların, bakış açısından bir kitle iletişim aracı rasyonel davranış ortaya koyarak, hedef kitle içinde olası en büyük pazar oranını ele geçirmeyi amaçlamaktadır (Meyer, 2014, s. 55) Merkez ülkeler her türlü kültürel ürün kolunun en büyük ve lider konumdaki üreticisi olmuşlardır. Bunu oluşturmalarının sebebi olarak teşebbüslere kısıtlamanın olmayışı, kişisel hırsların ve herhangi bunalımlı ortamı diğer çevre ülkeler gibi yoğun şekilde yaşamayı önemli etken olarak görülebilir. Edward S. Herman ve Noam Chomsky kaleme aldığı Rızanın İmalatı kitabında bu kültürel ürünlerin bir propaganda modeliyle sunulmasını şöyle açıklar:

*Kitle medyası, mesajları ve sembolleri sıradan insanlara ileten bir sistem olarak hizmet verir. Eğlendirmek, avutmak, bilgi vermek ve bireyleri toplumun bütününe eklemeyen değerleri, inançları ve davranış kodlarını aşımak işlevleri arasındadır. Refahın belli ellerde toplandığı ve önemli sınıfsal çıkar çelişkilerinin bulunduğu bir dünyada, bu rolü yerine getirmek sistematik bir propagandayı gerektirir (Edward S. Herman, 2012, s. 72)*

Bu tür kültürel metaların üretimini ve benimsetilmesini en net tanımlayacak olan kavram, Frankfurt Okulu Düşünürlerinden olan Theodor W. Adorno ile Max Horkheimer’in kaleme aldığı “Kültür Endüstrisi” kavramıdır.

### **Kültür Endüstrisi**

*Kültür Endüstrisi* kavramı, ilk olarak Frankfurt Okulu (Eleştirel Okul) düşünürlerinden Theodor Adorno ve Max Horkheimer tarafından 1944’de yayınlanan “Aydınlanmanın Diyalektiği” adlı makalede dile getirilmiştir. Adorno ve Horkheimer kültür endüstrisi kavramını anlama bakımından “Aydınlanma Diyalektiği”nde şu örnekten bahsetmiştir;

*Telefondan radyoya atılan adımla roller birbirinden kesin olarak ayrılmıştır. Telefon liberal yoldan, insanların özne rolünü oynamasına izin vermiştir. Radyoya herkesi demokratik yoldan aynı ölçüde dinleyici kılarak, otoriter bir biçimde, farklı kanallar tarafından yayınlanan birbirinin aynı programların eline teslim eder. Herhangi bir cevap mekanizması gelişmediği gibi, özel yayınlara bağımlı olmaya mahkumdurlar. Üstelik onlar kendilerini yukarıdan aşağıya örgütlenen apokrif amatörlerin alanıyla sınırlarlar. Resmi radyonun izleyicisinde belirebilecek kendiliğindenliğin en küçük izi bile yetenek avcıları, mikrofon önünde düzenlenen yarışmalar ve sponsorlarca desteklenen her türden gösteri tarafından uzmanların seçimleriyle yönlendirilir ve soğurulur. (Theodor W. Adorno, Max Horkheimer, 2014, s. 164)*



"Kültür endüstrisi" kavramını Dellaloğlu şöyle açıklar; "Kültür" ve "endüstri" iki farklı alanı tanımlayacak kavramın aynı anda kullanılması. Bu durum bir bütünselliği ortaya çıkarır. Bütünü oluşturan parçaların hiçbir şekilde ayrılamayacağını ve soyutlanamayacağını hiçbir şekilde ifade edilemeyeceğini belirten bir tanımdır. (Dellaloğlu, 2003, s. 22) Endüstrileşen kültür, hegemonik güçlerin özellikle geç kapitalizmin kültürel ürünleriyle kendini daha belirgin olarak göstermiştir. Endüstriyel kültürün düşüncesi, hem tüm tüketicilerin gereksinimlerinin kültür endüstrisi tarafından karşılanacağını göstermek, hem de bu gereksinimlerle insanın kendisini her zaman bir tüketici, bir nesne olarak sürdürmesini sağlamaktır. Kültür endüstrisi bu aldatmacayı tüketiciye bir haz olarak inandırmakla kalmaz, bunun daha da ötesine giderek, tüketicinin hafızasına işleyerek kendisine ne veriliyorsa onunla yetinmesi gerekliliğini sunar. (Adorno, 2007, s. 75) Kültür endüstrisinin amacı, toplulukların bilinçlerine etki etmek, yön vermek ve var olan toplumsal, ekonomik, siyasi düzeylerin devamlılığını sağlamaktır. Bu oluşum toplumun üst sınıfında bulunan yönetici ve idame ettirici sermaye üreticilerinin çıkarı doğrultusunda olur. (Berger, 2011, s. 55)

Kültür endüstrisi sistemi, despotik bir oluşumdur. Bireyi yabancılaştırır, onu önemsizleştirir. Söz konusu sistemde bireyin ve bireysel hareketin yitimi egemen olarak görülür. Bireyin şeyleşmesi gerçeği belirgindir. İnsan her konumuyla, yani ruhuyla, düşüncesiyle, bedeniyle şeyleşmiş vaziyettedir. (Kızılcılık, 2008, s. 358) Kültür endüstrileri, kapitalizmle bütünleşmiş bir şekildedir. Sinema da diğer sanat disiplinleri gibi çağının ruhunu yansıtan öyküler anlatır. Modern dönem aygıtı olarak içinde bulunduğu toplumun değerlerinden etkilenen sinema politik, ekonomik ve kültürel değişimlerden bağımsız değildir. (Uğur, 2017:331) Kültür endüstrileri medya ve eğlence firmalarıdır. Bu eğlence ürünlerinin üretimleri, dağıtımları ve tüketim süreçlerini büyük şirketler kontrol eder. Bundan dolayı da bu endüstrilerin ürettiği ürünler de kârı en fazlaya çıkartmak için emtia formunda üretilir. Bu emtiaların amacı tüketici konumundakileri özgürleştirmek, eleştirel düşüncüyü uygulamak değil, onları hipnotize ederek oyalamayı amaçlar. Bunları da sinema, radyo, basın vb. vasıtalarla yerine getirmektedir. (Yaylagül, 2006, s. 90)

Kültür endüstrisi, içerisinde meta olarak sunulan müzik, sinema, edebiyat ve benzeri konulardaki ürünleri, kapitalist sistem içinde bulunan üretici konumundaki olguların, ussallaştırma (mantık ve ahlaki bir biçimde benimsetme) yoluyla kitlelere aktarır. (Kulak, 2017, s. 88) Örneğin iki ayrı markadaki arabanın fark olarak sunulan özelliği, sanıldığı gibi aksine aslında pek bir farklılığının olmadığı uzman görüşler tarafından belirtilmiştir. İlgiyle karşılayanların, "avantaj" ve "dezavantaj" olarak tartışmaya kalktığı şeyler sadece rekabetin ve tercih olanağının sürekliliğini sağlamaktır. Otomobillerde bu farklar silindir sayısına, filmlerde ise yıldız oyuncularının çok olmasına bağlıdır. (Kirel, 2012, s. 341) Kültür endüstrisi, kitleleri doğrudan etkileme ve manipüle etme konusunda yadsınamaz bir etkiye sahiptir. Bu endüstri de bireyler özne olarak hareket etmez tam tersine birer nesne konumunda bulunurlar. (Adorno, 2007, s. 110) Kültür endüstrisi ürettiği metaları (sinema, televizyon yayınları vb.) nesne konumundaki topluma aktararak tek düze standartlaştırılmış bir toplum düzeni oluşturur. Kitlelerin tüketime geçirilebilmesi için, kültürel ürünler bakımından üretken ve dışa açılımlı ülkeler (ABD vb. ülkelerden), devamlı yanılmalı meta (tüketilmesi gerektiğini düşünülen şey) üretirler, kültürel ürünler bakımından (sinema, televizyon programları vb.) üretken ve dışa açılımlı olmayan çevre ülkeler (üçüncü dünya ülkeleri ve bazı batılı devletler) kültürel ürünler bakımından, merkez ülkelerin kültürel metalarını istemsiz bir biçimde bağımlılık gösterip ve içselleştirirler.

*"Kültür endüstrisi, müşterilerinin kasten ve tepeden bütünleştirilmesidir. Binlerce yıl boyunca birbirinden ayrılmış yüksek ve düşük kültür alanlarını da birleşmeye zorlar, her ikisinin zararına olacak şekilde. Yüksek kültürün, etkileri üzerinde spekülasyon yapılarak, ciddiyeti ortadan kaldırılır; düşük kültürün, toplumsal denetim bütünsel olmadığı sürece barındırdığı hasarı isyankârlık ise uygarlaştırıcı dizginleme yoluyla yok edilir. (Adorno, 2007, s. 110)*

Yani kültür endüstrisi, yüksek zümre denilebilecek tabaka ve düşük katmanda bulunan kesimlerin çeşitli kültür metaları sayesinde tek bir bütün olarak görünmesini sağlar. Bu bütünleme içerisinde kitle, çeşitli bölümler ve seviyelerine uygun konumlara göre hareket ederler, bu, kültür endüstrisinin sunduğu metalar sayesinde oluşturulur. Farklı fiyata sahip ve keskin ayrımlar, aslında gerçek farklılıklarını göstermekten çok, tüketicilerin bölümlenmesine, katmanlara ayrılmasına hizmet etmiş olur. Herkese uygun bir bölüm düşer ve kimse bu bölümlerden çıkmaz istemez (Adorno, 2007, s. 51) Adorno'un

dediği gibi, Kültürden bahsetmek hep kültüre ters olmuştur. Bütün bir parça olan endüstrileşen kültür, kültürü yönetim dünyasına sokmuş ve sınıflandırmıştır. (Theodor W. Adorno, Max Horkheimer, 2014, s. 176)

Endüstrileşen kültür, farklılaşan kültür gruplarını tek tipte olmasını sağlamıştır, Dellaloğlu yazısında bu durumu şu şekilde bahsediyor;

*Kültür Endüstrisi gerçek bir kültür değil, kendiliğindenliği olmayan, şeyleşmiş bir sözde kültür üretmektedir. Modern kitle toplumlarında eski günlerdeki gibi, birbirinden farklı yüksek kültür ve alt kesimlerin kültürü diye iki ayrı kültür de kalmamıştır. Bu farklılık bile kitle kültürünün stilize barbarlığı içinde erimiş, yok olup gitmiştir. Bir zamanlar protesto niteliği taşıyan trajedi bile modern dönemde teselli anlamına dönüşmüştür. Sanat diye ne varsa, kitle kültürünün ortamı içinde bilincine varılamayan mesajı ile, hemen hemen yalnızca, gerçeklik ile uyuşmayı ve yaşama yeniden biçim vermekten geri durmayı telkin etmektedir. Yani sanat toplumun içinde bir esir haline gelmiştir (Dellaloğlu, 2003, s. 24-25)*

A ve B filmleri ya da farklı fiyat ölçeğindeki kitaplarda yer alan öyküler arasındaki keskin ayrımlar gerçek farklılıkları yansıtmaktan çok tüketici kesiminin sınıflandırılması, örgütlenmesi ve kayda geçirilmesine yardım eder. Hemen hemen herkes için uygun bir şey öngörülür ve böylece hiç kimse bu oluşan işlemlerden kaçamaz. (Theodor W. Adorno, Max Horkheimer, 2014, s. 165) Yorucu bir işgünü sonrası evlerine dönen bireyler, buldukları yaşam şartlarından memnun oldukları söylenemez. Bireyler günün uzun ve yorucu çalışma saatlerinde ve gelecek kaygısı gibi birçok sorunla iç içe yaşama durumu içerisinde. Bu sorunlar mevcut toplumsal düzen içerisinde çözümsüz bir hal alır. Bundan dolayı bireyin yaşadığı bu sorunlar tüketim toplumunun mevcut düzeninden kaynaklanmaktadır. Bu durum da kişinin her koşulda mutsuz görünmesine sebebiyet vermektedir. (Kulak, 2017, s. 92) Bu mutsuzluk altında ezilen bireye, tüketim toplumunun oluşmasına sebebiyet veren kültür endüstrisi bir rahatlama yaşaması için fırsat verir. Bu fırsat bir sinema filmi veya bu endüstrinin kişiyi olduğu yaşamdan daha farklı bir görünüme sokmaya çalışan bir meta sayesinde oluşturulabilmektedir.

Kültür endüstrisi bir eğlence işletmesi olarak varlığını sürdürmeye çalışır. Tüketiciler üzerinde etkisi eğlence aracılığıyla sağlanır, bu güç açık bir şekilde buyruklar aracılığıyla değil, kendisine karşı her türlü olumsuz bakışa karşı düşmanlık ile yok edilir. İzleyiciye bu yapılması, uygulanması gereken bir düşünce tarzı olarak benimsetilir ve vücudunun her zeresinde bu düşünce varlığını sürdürür. (Adorno, 2007, s. 69) Eğlenceyi kapitalist sistemde çalışmanın bir uzantısı olarak görüyor Adorno. Makineleştirilen emeğin yoruculuğundan kaçmak isteyen tüketici konumundaki kişiler bu eğlenceye yönelir. Ancak tüketicilerin bu katıldıkları eğlence de makineleştirme tarafından üretilmiş ve tüketicilere verilmiştir. (Adorno, 2007, s. 68)

*Kültür endüstrisi durmaksızın vaat ettiği şeylerle tüketicisini durmaksızın aldatır. Olay örgüleri ve ambalajlamayla verilen haz senedinin vadesi sürekli uzatılır: aslında yalnızca vaatten ibaret olan bütün bu gösteri haince bir biçimde, hiçbir zaman gerçekleşmez; yemek yemeye gelen müşteri menüyü okumakla yetinmelidir. Bütün o parlak adlar ve imgelerin uyandırdığı arzular içindeki insanların önüne, tam da onların kaçmak istedikleri o renksiz günlük yaşamın övgüsü konur. (Theodor W. Adorno, Max Horkheimer, 2014, s. 186)*

İnsan birey olarak, özgünlüğünü, kaybetmiştir. Makineleşmiş tekrar üretim evreninde her özne(birey) bir başkasının aynısı şekilde görünür, Aynı şeyleri giyen, aynı şeyleri dinleyen, aynı şeyleri dile getiren, aynı şeyleri izleyen özneler aynı düşünmeye, aynı şeyler hakkında aynı tepkiler vermeye başlamıştır. Herkes aynıdır. Herkesin aynı olduğu yerde biriciklik kalmamıştır. (Dellaloğlu, 2003, s. 21-22) Kültürün endüstrileşmesinde birey bir şeylerin üreticisi ve oluşturucusu olduğu yanılsamanın içerisinde bırakılır ve yaptığı olguların bir bütüne hizmet ettiği ve bu bütünün dışına çıkamayacağı gerçeğini göremez durumdadır. Bir nevi statükoyu sürdürmek olarak görülebilir. Kültür endüstrisinde içerik diye sunulan her şey aslında soluk bir ön plandır; insan zihnine kazınan şeyler, aslında kalıplaştırılmış ve devamlı bir devinim içerisinde sürüp gider. (Adorno, 2007, s. 69)

Kültür endüstrisi diğer kâr üreten endüstri kollarından çok farklı bir amaç edinmemiştir, tıpkı diğer kâr amacı güden endüstriyel faaliyetler gibi kültür endüstrisi de bu tür kâr amacı faaliyetler güderek kitlelere çeşitli metalar üretir. (Adorno, 2007, s. 110) Kültür endüstrisi ürünlerini, insanlar çok aciz ve zor durumda dahi etkili şekilde tüketilebilecek hale getirmiştir. Bu endüstrinin ürünleri çalışma ve



dinlenme saatlerinde, tüketilen devasa ekonomi parçasının modeli durumuna gelmiştir. Bir radyo programında yayınlanan bir program bir bireye değil de toplumun geneline birden mal edilibir sunulabilir. (Theodor W. Adorno, Max Horkheimer, 2014, s. 170)

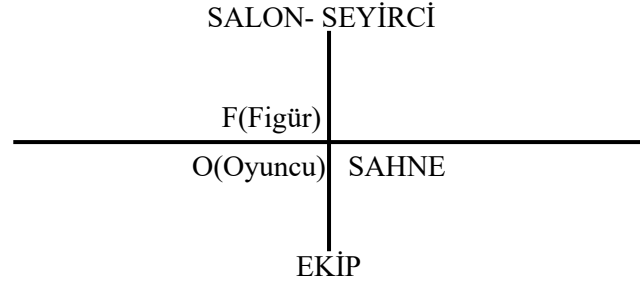
Bottomore kültür endüstrisi ile ilgili bir problemden bahseder; Kültür endüstrisi çevre ülke diye tabir edilen ülkelere tahakküm kurması ve bu tahakküme maruz kalan ülkelerin nasıl kendi özel kültürünü oluşturabileceğini sorun edinmiştir (Bottomore, 2016, s. 64) Bottomore'nin bahsettiği gibi merkez ülkelerin kültürel tahakkümü, karşıt ülkelerin (çevre ülke) asimile olacağı veya doğrudan yok olabileceği üzerinde durmuştur.

### **Kültür Endüstrisi İçinde Sinema**

Kültür endüstrisinde, kültürel metaların ve kalıpların yayılmasında yedinci sanat olarak görülen sinemanın yadsınamaz bir değeri vardır. Bu endüstri içinde kitle kültürü ve iletişim unsurları boş zaman aktivitesinin kökenini oluşturur. Film yapımları da bu endüstri içinde en iyi sonucu veren meta olarak kullanılır. Dışardaki dünyanın aynısı, filmi seyreden bireye hissettirilir. Bundan dolayı filmi izleyen izleyici özgürce hayal etme, düşünme dürtüsünden uzaklaştırılır, buna da gerçeklikle filmin eşit olarak görülmesi sebebiyet verir. (Yirmibeşoğlu, 2016, s. 241-242) Sinema sanatı maddeye, söze, harekete biçim veren diğer tüm sanat dallarına dair unsurları kapsayan, teknik olanaklarla gerçekliği yeniden üreten yapısıyla çağdaş bir sanat dalıdır (Uğur, 2017:73). Kültür endüstrisinde sinema yapımcısı, hangi olay örgüsünü seçerse seçsin oluşturduğu tüm filmler sermayeye ve iktidara hizmet etmek amacı taşır. Film yapımı düşünüldüğünde sermayeyi oluşturan güç kâr amacıyla yeni pazar oluşturma taktikleri, yıldız oyuncuyu bulundurması ve filmlerinin içeriğinin iktidarı meşru kılacak biçimde oluşturulması bir tabiiyet durumu göstergesidir. (Kırel, 2012, s. 344). Kültür endüstrisinde yıldız aday olan kadın oyuncu sıradan bir sekreteri simgelediği düşünülür, fakat onu izleyen izleyici gerçekten bir sekreterden farklı olarak, onun ilerde bir gün o gösterişli gece elbisesini giyeceğini bilir. Bundan dolayı bu yıldız aday kadın, izleyiciye bir gün o konumlara kendilerinin de gelebileceğini düşündürür. İzleyicilere oyuncuyla aralarında mesafenin olduğu, o konuma ulaşmanın zor olduğu düşüncesi film boyunca unutturulup filmdeki karakterle özdeş olduğu hissettirilir. (Adorno, 2007, s. 79) Görsel bir sanat olmasının yanı sıra ilerleyen teknoloji sayesinde teknik ve estetik açıdan sürekli gelişen sinema izleyiciyi de belli bir doyuma ulaştırmayı amaçlar (Yücel, Uğur, 248:2018). Bu endüstri içinde örneğin filmde bir oyuncunun sevdiği kadına güçlü elleriyle attığı dayaklar, veya yaşamın şımarttığı mirasyedi kadına erkeğin gösterdiği o kaba ve soğuk davranışlar; bunların tümü gelişigüzel olarak ister orada ister burada kullanılan hazır kişiler olsun, her zaman belli bir katmanın(şema) kendilerine sunduğu klişe amaçları tanımlamışlardır. (Adorno, 2007, s. 54) Her filmin başlangıcında nasıl biteceği, kimin ödüllendirilip kimin ceza çekeceği izleyiciye hissettirilir. (Adorno, 2007, s. 54) Bu türden oluşturulan sinemasal gösteriyi tanımlayan düşünce "popüler film" kavramı olmuştur. Popüler filmler, kapitalizmin kurallarına göre yapılan, sinema endüstrisinin oldukça yeni teknolojik araçları kullanan kültür endüstrisinin ilk gerçek ürünleri olarak ortaya çıkmışlardır. (Abisel, 1995, s. 13) Kültür endüstrisi bağlamı içerisinde çizgi filmlerinde payı büyüktür. Doğrudan çocuklara hitap etmesinden dolayı çizgi filmler önemli bir yere sahiptir. Çocukların gündelik hayatta karşılaşacakları her şey çizgi filmler sayesinde anlatılır ve gösterilmeye çalışılır. Bu çizgi filmler de en önemli vurgulanan şey gülme edimidir. Ancak gülme edimi çizgi karakterin en bocaladığı ve kötü duruma düştüğü anlarda olur. Bu durum herhangi birinin kötü durumda kaldığı, bocaladığı bir anda gülme edimini ortaya çıkarmasına neden olur. Önder Kulak, "Kültür Endüstrisinin Kısacasında Kültür" kitabında, bu ortaya çıkan olumsuz durumdan, kişilerin gülme edimi edinmesinin ilk zamanlardaki gladyatör dövüşlerini seyreden topluluğa benzetir. (Kulak, 2017, s. 109) Çizgi filmin izlerkitle, karakterin daha ilk sahneden bir düşme, çarpma yaşaması yerden yere vurulması beklentisi içinde bırakılır.

Endüstrileşen kültürde sinema filmi, aşık bir kadının toplum kurallarına ters düşen bir aşk yaşaması ve aşkının bedelini hayatıyla ödemesi ya da herhangi bir kötü sonla biten film bile olsa, her zaman düzeni onaylayıp trajik olanı olumsuzlaştırarak izleyiciye verir. (Adorno, 2007, s. 89) Bu endüstrileşen sinema, trajedilerle dolu yaşamın nasıl işleyeceğini hafızalara kayıt eder. (Adorno, 2007, s. 89) Sinema yapıtları, izleyiciye nasıl davranacağını, nasıl hareket edeceğini empoze ederek başka kalıp yargılarının dışına çıkma imkanı tanımaz. Endüstrileşen kültürde sinema, neyin doğru olması gerektiği olgusunu izleyiciye normal bir yaşantıymış gibi sunarak kendi çizgilerine bağlarlar. Bu

durum filmleri izleyen izlerkitleyi sabit, tekdüze, düşünme beceri olmayan bir duruma sokar. Sesli filmin ortaya çıkmasıyla izleyiciye gerçek yaşam izlenimi verilmiştir, izleyici bir yanılısma olarak sinemada gördüklerini dış dünyanın bir gerçeği olarak algılamaktadır. İhsan Eliaçık “Kültür Endüstrisi ve İdeoloji: Hollywood ve Steven Spielberg Sineması Örneği” tezinde sinema için “perdede gösterilenlerin gerçeklikle eşleştirilmesi seyirciyi eğitime amacı taşır. Böylelikle perdede izlenen ile gerçek yaşam birbirine girmiştir” der. (Eliaçık, 2010, s. 187) Perde de görülen oyuncu klasik anlatı sinemasının verdiği figür rolün arkasında kaybolur, izleyici de figür olanın bütün duygu ve düşüncelerini tartışmaya mahal vermeyecek şekilde katılacağı bir özdeşleşme durumu içerisinde benimser. (Parkan, 1983, s. 37) Bu özdeşleşme durumunu anlayabilmek adına Mutlu Parkan’ın Brecht Estetiği ve Sinema kitabında ki grafik bize yardımcı olacaktır.



**Görsel 1.** Özdeşleşmeye ve mimesis'e dayalı oyunculuk

Şekilde (**Görsel 1**) görüldüğü gibi oyuncu figür'ün arkasında kaybolmuş vaziyettedir. İzleyici figür olanın sinemasal anlatı içerisindeki tutumu ve davranışlarını eleştirebilecek bir bakış açısına sahip değildir. (Parkan, 1983, s. 37) Yani izleyici oyuncunun normal hayattaki kişisel düşüncelerini göremez, bilemez, sadece figür olanın rolü gereği sahneye yansıttığını geleneksel sinema içerisinde bulunan tutum ve davranışlarını görür ve benimser.

Kültür endüstrisinde bahsedildiği gibi sinema kolu yadsınamaz derecede öneme sahiptir. Adorno ve Horkheimer: Sinema kendisini bir sanat dalıymış gibi gösterme gerekliliği hissetmez, kendisini herhangi bir ticari kâr güden endüstri kolu olarak adlandırır der. (Theodor W. Adorno, Max Horkheimer, 2014, s. 163) Sinemanın eğlendirme amacı ticari kaygılar yüzünden oluşturulmuştur. Çok farklı yaklaşım ve beğenilere seslenen, farklı temalara uygun hazırlanan “türler” ticari kaygı gözetilerek ortaya çıkarılmıştır. İster polisiye ister dram tarzı olsun tüm bu filmlerin ortak özelliği izleyiciye belli zaman diliminde hoşça vakit geçirmesini sağlamıştır. (Parkan, 1983, s. 15) Bu eğlendirme ve hoş bir zaman geçirme durumuna bakıldığında ve farklı türlere rağmen temel bazı alanlarda benzerlikler görülür: Olaylar ve karakterler kesin hatlarıyla belirlenmiştir. Olay örgüsü tek ana çizgiden devam eder. Her şeyin bir kalıp içerisinde sürdüğü görülür. (Parkan, 1983, s. 15) Bütçenin fazla olmasıyla belirlenen değer farkları, gerçek farklarla ortaya çıkan ürünün anlam yapısıyla bir ilişkisi yoktur. (Kırel, 2012, s. 342) Örneğin milyon dolarlar harcanan ve bolca yıldız oyuncu oynatılan bir film ile çok az bütçeyle oluşturulan bir film arasında anlam çıkarma bakımından pek fark olmayabilir. Ancak endüstrileşen kültür tercihini, anlam bakımında milyonlarca dolar harcanan filmde yana kullanır.

Yaşamımızın her günü sinema tarafından etki altında bırakılmıştır. Kitleler filmlerden belli parçaları alıp gerçek hayatlarına eklemiş ve kendilerini o filmlerdeki karakter veya olaylarla özdeşleştirmişlerdir. Hatta Witkin; Adorno On Populer Culture kitabında, *The Godfather* filmindeki mimik ve yaklaşımların benzerlerini, o dönemlerde bulunan gerçek suçlular ve Mafya patronları benzer şekilde alıp kullandıklarından bahseder. (Witkin, 2003, s. 138).

### **Endüstrileşen Kültür'de Amerikan Sineması**

*Endüstrileşen kültürde sinema bir ideolojiyi bir düşünce olgusunu izleyiciye aktarmayı kendine amaç edinmiştir. “Sinema, özelde her ticari/popüler film bir yanıyla ters/yanlış bilinci üretir; bir yanıyla bir sınıfın dünya görüşünü savunur ve aktarır; bir yanıyla toplumu/kültürü bir arada tutan (kültürel, politik, ekonomik, psikolojik, etnik, milli vb.) değerleri oluşturur ve toplumsal bir siva işlevi görür; bir yanıyla da bütün bunları somut ve maddi bir pratikle yapar.” (Yılmaz, 2008)*



Sinema yapımcıları, her ne kadar ilk zamanlarda sinemanın tecimsel varlığını dikkate almasalar da, sonraları sesli sinemanın kitleleri etkileme gücünün farkına varıp maddi ve ideolojik yönüne göre hareket etmişlerdir. Bu durum sinemanın, diğer endüstri kollarından (petrol, sanayi vb.) farklı görülmemesine neden olmuştur. Sinemanın tecimsel varlığı, Amerikan (Hollywood) film yapımcılarını, hem ideolojik düşünceyi aşlamak hem de maddi çıkarı göz önünde tutarak filmler yapmaya itmiştir. Endüstri içindeki sinemanın oluşmasını sağlayan en önemli nesne paradır. Para, gücün ve filmin konusunda söz sahibi olmak demektir. Genel olarak para, filmi ya da bir başka deyişle ("dil") anlamı belirler. Yani içeriği belirler. (Adanır, 2003, s. 4) Hollywood sinemasında yeni diye sunulan öykü içeriklerinde, aslında bir farklılık sunulmadığı ve çaba sarf edilmediği görülmektedir. İzleyiciye yalnızca değişiklik yapılmış gibi hissettirilir bu da hegomonik sinema anlatısının Hollywood sinemasının içerisinde sürdürmesine yardım eder. Hollywood filmleri, hangi şirket tarafından üretilirse üretilsin içerik ve sunum açısından "sahibinin sesini ileten, egemen düşüncenin sesi olarak Hollywood'da kendini sürdürmektedir. (Kırel, 2012, s. 344)

Televizyonun yaygın şekilde kullanılmadığı zamanlar olan 1930 yıllarda, Hollywood filmleri eğlendirmek için gerçeklerden ve sıkıcılıktan kaçış olarak izleyiciyi çekmiştir. Bu filmler büyük güvensizlik ve sıkıntılı yıllarda düzenli olarak izleyiciye rahatlama sağlamışlardır. Bu sinema, daha çok arzu edilebilir yaşamı göstermek ve etkileyici bir görünümün içinde modern yaşamın stresinden insanları hızlıca ve kolaylıkla uzaklaştırma amacı taşımıştır. (Witkin, 2003, s. 138) Bu uzaklaştırmayı sağlayan filmlerin en önemlileri arasında sayılan, Amerikan Hollywood'un klasik anlatı sineması içerisinde bulunan Griffith'in Birth of A Nation(1915) filmidir. Murat Temizer Griffith'in bu filmleri hakkında şöyle diyor:

*"Griffith'in filmleri; zaman, mekân ve karakterlerin tanıtılması ve ilk çatışmanın kurulmasıyla başlar. Sonra ana çatışma öncesinde tempo biraz düşer, araya seyirciyi rahatlatıcı, gerilimi azaltıcı olaylar, hatta espriler girer. Bunu ana dramatik çatışma izler ve finalde bir hesaplaşma yer alır. Kazanan-kaybeden belirlenir. (Temizer, 2019, s. 143)*

Yine ayrıca Kültür endüstrisinde bir düşünceyi meşrulaştırma bakımından "Birth of A Nation" filmi Amerika devletinin kuruluşunda yaşananları meşrulaştırma bakımında bu endüstri içinde dikkate değer bir yapım olarak görülebilir.

Kültür endüstrisi içerisinde sinemasal özdeşleşme olarak değerlendirilebilecek dönemin önemli bir diğer filmi ise Joseph L. Mankiewicz'in, The Ghost and Mrs. Muir (1947) dir. Film ölü denizci olan Kaptan Gregg'in hayaletinin uzun yıllardır yaşadığı evden ayrılmak istememesi ve evi şehrin sıkıcılığından bir kaçış amacıyla tutmak isteyen Lucy Muir arasında geçen fantastik bir aşk hikayesini konu edinmiştir. Film hakkında kültür endüstrisi bağlamında Metin Gönen Hollywood Sineması adlı kitabında şöyle bahsetmiştir: Sinemasal anlatı evrenindeki bu olağanüstü dünyayı film öylesine gerçekmiş gibi yansıtır ki, Kaptan Gregg'in bu kurmaca dünyadaki varlığına aldanmış olan sadece filmdeki kadın olmamıştır. İzleyicide, bu olağanüstü kurmaca dünyanın gerçekliğine kapılıp film evreninde kendisini kaptanın veya kadının yerinde hissetmiştir. (Gönen, 2007, s. 46) Özdeşleşme, izleyicinin dikkatini kendi üzerinde toplayarak (caption) kurgusal evrenin (diegese) içine çeker. İzleyici bu özdeşleşme ilişkisi vasıtasıyla, ekranda tanık olduğu kurgusal olayları, sanki kendisinin de yaşadığını hisseder. (Gönen, 2007, s. 63) Kültür endüstrisi içerisinde sinemanın amacı da burada anlatılan özdeşleşmeyi izleyici üzerinde sürdürerek bir yanlış ortamı yaratmaktır.

Amerikan sinemasın' da bir düşünce ve ideoloji yapısını izleyiciye katmak ve benimsetmekte çizgi filmlerin önemli bir yere sahip olduğu söylenebilir, Walt Disney'in yaratıcı olduğu Donald Duck' un yanlış bir hatasında başına vidaların düşmesi ( **Görsel 2**) veya Sylvester'in Tweety'yi yemeye çalışırken sahibinden dayak yemesi (**Görsel 3**), bu filmler izleyenleri karşılaştıkları olumsuz durumlara alıştırmak hedefindedir. Bu durumu Adorno ve Horkheimer "Aydınlanmanın Diyalektiği" kitabında şöyle açıklıyor: Çizgi filmler izleyiciyi, yeni sunulacak olguya karşı hazırlar, devamlı bir işkenceye maruz kalma yıpranma, törpülenme, bu izleyicide bireysel direnişi kırmak ve bunu toplumun hafızasına olağan bir parça olarak kazımaktır. "Donald Duck ve gerçek yaşamdaki bahtsızlar dayak yesinler ki, onları izleyenler kendi yedikleri dayağa alışsınlar." der (Theodor W. Adorno, Max Horkheimer, 2014, s. 185)





**Görsel 2.**Walt Disney ‘Donald Duck’

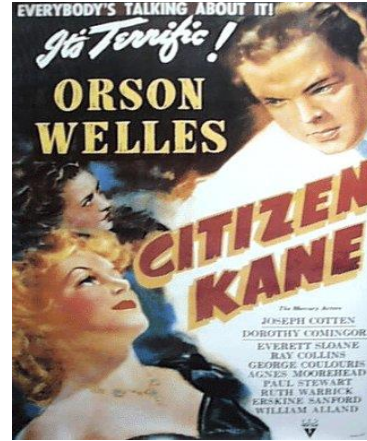


**Görsel 3.** Warner Bros ‘Slyvester’

Kültür endüstrisinde sinemanın etkili bir kol olmasında, Hollywood (Amerikan)’un, filmlerinin türlere göre (polisye, western, güldürü) sınıflandırması bu kolu daha etkili bir araç yapmıştır. (Eliacı, 2010, s. 201) Filmlerde tür sınıflandırmanın yapılması, izleyicinin izleyeceği film hakkında çabuk karar vermesine ve hemen sevdiği film türüne yönelmesini sağlamıştır. Sinema izleyicisi filme giderken ilk olarak nasıl bir şeyle karşıya karşıya kalabileceğini bilmek arzusundadır ve bir yenilik değişikliği görmek ister. (Temizer, 2019, s. 117) Bu durum hem seyircinin kaçış ortamı bularak mutluluk yaşamasına hem de film yapımcısının ve egemen ideolojinin aktarılmasına çok büyük kolaylık sağlamıştır. Bu da sinemanın bir endüstri kolu gibi çalışmasına vesile olmuştur. Sinemada türler, tecimsel kaygılar yüzünden oluşturulmuş ve sanatsal düşünce yapısını kabul etmemiştir. Sinemada türler içine giren ve estetik kaygı taşıyan az sayıda yönetmen ve film vardır; Alfred Hitchcock’un Psycho filmi (**Görsel 4**) ve Orson Welles’in Yurttaş Kane (**Görsel 5**) filmi Elia Kazan, Howard Hawks, John Ford gibi yönetmenlerin filmleri Hollywood tür çarkının içerisinde varlığını sanatsal ve estetiksel sayılabilecek konularla sürdürmeye çalışmışlardır. (Temizer, 2019, s. 120)



**Görsel 4.** “Psycho” 1960 ‘Alfred Hitchcock’



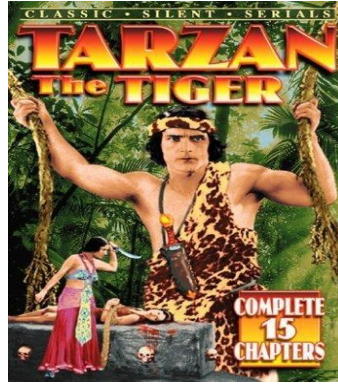
**Görsel 5.** “Citizen Kane” 1941 ‘Orson Welles’

Endüstrileşen kültürde sinemada yıldız oyuncu büyük bir öneme sahiptir. Filmde yıldız oyuncunun bulunması, filme rağbet oranını arttırmada öncelikli bir unsur olarak görülür. Hollywood sineması içerisinde starlar yani yıldız oyuncular tek boyutlu ve yüzeysel haldedirler. Starlar ile özdeşleşme yapılmasının sebebi, izleyicinin gerçek yaşamda karşılaşılan olumsuz durumları, oyuncunun filmsel düzlemde karşılaştığı zor durumlara benzeterek, kendisinin de o star oyuncu gibi zorlukların üstesinden geleceği hissi star yani yıldız oyuncuyla daha iyi verileceği bu endüstri sistemi içerisinde bilinmektedir. Starlar aracılığıyla özdeşleştikleri filmler izleyiciyi hayali bir dünyaya sokar. (Temizer, 2019, s. 208) Yıldız oyuncunun önemi hakkında Roy Armes Sinema ve Gerçeklik kitabında şöyle bahseder: Picture Company of Amerika (IMP) şirketinin sahibi yapımcı Laemmle Independent, şirketinin ayakta kalabilmesi için, sözleşmesinde bulunan oyuncu Florence Lawrence hakkında öldü söylentileri çıkardı ve bu söylentileri Independent’ın kendisi bir gazetede yalanladı ve oyuncusunun St. Louis tren istasyonunda olacağını söyledi bunun üzerine istasyonda Birleşik Devletleri başkanını karşılayan kalabalıktan çok daha fazla bir topluluğun olduğu aktarılmıştır. (Armes, 2011, s. 149) Yani yıldız oyuncu endüstrileşen kültür içerisinde sinemada ideolojiyi ve düzeni sürdürme açısından

izleyici için iyi bir benimsetme aracı olarak kullanılır. İzleyiciler kendilerinin gerçekleştirmek istediği niteliğe sahip yıldız oyuncuyla bağ kurar ve bu bağ yıldız oyuncuda hiç çaba sarf etmeden, özel bir yetenek kullanmadan oluşur. (Armes, 2011, s. 150) Amerikan sinemasında, Greta Garbo, Bette Davis Charlie Chaplin gibi eski Hollywood yıldızlarının yanında Robert De Niro, Tom Cruise, Leonardo DiCaprio, Cristian Bale, Cameron Diaz , gibi son dönemde halen daha Hollywood'da oyunculuklarını sürdüren birçok yıldız oyuncu vardır. İzleyiciye verilmek isteneni aşılacak ve filmde geçen her olayın gerçekmiş gibi dışarda da devam ettirildiği hissini sağlamak için bu tür oyuncular bu endüstri içinde önemlidir. Bu durum yapısal anlamda izleyiciyi muhafazakârlığa taşımakta ve içerik konusunda da var olan egemen ideolojinin dışına çıkarmamasını sağlamaktadır. (Eliacıık, 2010, s. 312)

Endüstrileşen kültür içerisinde sinema, toplumları bunalımlardan sıkıntılardan uzaklaştırmak için kullanılmıştır, örneğin 1929 yılı ekonomik buhranın getirdiği sıkıntılardan insanları bir nebze uzaklaştırmak ve unutturmak için "Tarzan the Tiger" 1929 (**Görsel 6**) filmi buna örnek olarak verilebilir. Bu film hakkında doktora tezinde Özgür Uğraş Akgün şöyle bahsediyor:

*"Tarzan aynı zamanda 1929 yılında Amerika'da başlayan büyük ekonomik bunalım yıllarında insanları rahatlatmak adına üretilen çalışmalara örnektir. Bu dönemdeki çalışmaların ortak özellikleri maceraların başka dünyalarda ya da zaman dilimlerinde geçiyor olması ve günlük hayatın stresinden halkı uzak tutmaya çalışmaları olarak gösterilebilmektedir"* (Uğraş, 2008, s. 100)



**Görsel 6.**"Tarza the Tiger" 1929 'Henry MacRae'

*Buhran bastırıkça, stüdyoların, giderek yoksullaşan insanlara sonsuz başarı ve uzak bir mutluluk hayali satarak para kazandıkları açıktı. Sinemanın, Amerika'da herkesin başarabileceği inancını söylediğini herkese olduğu gibi kendilerine de söyleyebiliyorlardı ve Mayer( Hollywood yapımcısı- yazarın notu) kendi yolculuğuna ait moral verici hikâyelerini paylaşacak kadar cömertti. Ama bu mesaj, yirmi yıl sonra ve daha sonraları Las Vegas kumarhanelerinden gelen reklama oldukça yakındı: Herkes kazanabilir. Kesinlikle doğru, elbette neredeyse herkesin kaybedeceği doğal sonucuuydu.* (Thomson, 2015, s. 160)

Kültür endüstrisi içinde sinema, gündelik algı dünyasının birebir aynısı oluşturmayı amaç edinir. İzleyici dışarıda karşılaştığı gerçeği biraz önce izlediği filmin devamı gibi algılar. (Adorno, 2007, s. 55) Örneğin kültür endüstrisi içinde sinema yoksul bir mahalleyi esas olarak geleceğin yıldızlarının çıkabileceği bir ortam olarak izleyiciye düşündürür. Hatta bu endüstri, her yoksul mahalleyi aslında geleceğin ünlü yıldızlarını içerisinde barındırıyormuş olarak gösterir. (Kulak, 2017, s. 94) Kulak'ın ifade ettiği bu düşünce yapısını açıklayan bir film olan William Wyler'in 1939 yapımı Wuthering Heights(Uğultulu Tepeler) (**Görsel 7**) 'da başrol oyuncularından olan Heatcliff'in küçük yaşta yoksul yaşamından Bay Earnshaw tarafından kurtarılıp bir çiftlik evinde yaşamaya başlar ancak burada Bay Earnshaw'ın büyük oğlu tarafından istenmemekle birlikte Earnshaw'ın kızı olan Cathy ile arasında bir aşk başlar. Earnshaw'ın ölmesiyle birlikte Heatcliff evin büyük oğlu tarafından daha çok dışlanmaya başlar ve aynı anda evin kızı olan Cathy'in duygusal ruh değişimleri Heatcliff'i de ruhsal bir zora sokar ve evi terk etmek zorunda kalır, uzun süre sonra Heatcliff geri döndüğünde zengin

olmuş asil biri olarak görülür. Filmde anlatılanlar kültür endüstrisinin amacına uygun şekilde izleyiciye verilmiştir. Bu film izleyicilerin kendilerini baş karakterin yerine koyması ve karakterin yaşadığı olumsuzlukları kendi bünyelerinde film boyunca hissetmeleri bakımından önemli bir yere sahiptir.



Görsel 7. “Wuthering Heights” 1939 ‘William Wyler’

Bu endüstri içinde sinema izleyiciye devamlı, film içinde kendini bulmayı ve sürükleyici akışta kaybolmayı hedefler. Kendini özdeşleştirmeyi ve sürükleyici akışta kaybolmayı sağlayan yapımlara “Marvel” filmlerinden örnekler verilebilir. Süperman (**Görsel 8**), Spiderman, Yenilmezler, Hulk gibi, konusu süper kahramanlık teması üzerine kurulan ve her farklı filmde bulunan kahramanın farklı bir güç ile dünyayı kurtardığının gösterildiği filmlerde ana kahraman, önüne çıkan engelleri tek tek aşan ve en sonunda da dünyayı kurtaran bir üst kahraman olarak gösterilmiştir. Bu filmsel düzlemdeki olaylar izleyiciye katarsis’i yaşatır ve izleyici filmin akışına kendisini kaptırır. Bu durum Kültür endüstrisi içerisinde sinemanın maddi çıkar olarak kullanılmasına ve izleyicilerinin kısıtlı bir zaman da olsa filmsel zaman içerisinde çeşitli görüşlerden ve ideolojilerden arınmasına hizmet etmektedir. İzleyiciler kendi sıkıntılı ilerleyen süreçlerini kahramanın filmsel düzlemde karşılaştığı sıkıntılı süreçleriyle özdeşleştirerek sonradan kendisinin de o doyuma o başarıya ulaşacağı fikri empoze ettirilir. Özdeşleşme kavramı, filmsel düzlemdeki karakter ile ya da olay örgüsü ile izleyicinin kendisi arasındaki benzerlikler ile oluşturulur. Özdeşleşme, filmin içine girme, empati oluşturma, duygu oluşturma ile ilgilidir. Özdeşleşme, izleyicinin içerikle faal şekilde etkileşimde bulunması demektir. (Kirel, 2012, s. 190)



Şekil 8. “Man Of Steel” 2013 Zack Snyder

Kültür endüstrisi, toplumlara devamlı tüketici olmasını ve kültür endüstrisinin sunduğu kültürel ürünlerle mutluluk hazzı bulmasını amaçlar. Bu amacı oluşturmanın bir yolu da bahsedildiği gibi sinema sayesinde olmaktadır, sinema izleyicilerin neleri tüketeceklerini ve hangi araçlarla bunu sağlayacaklarını izleyiciye aktarmaktadır. Umudunu Kaybetme 2006 (**Görsel 9**) filminde başroldeki Chris Gardner’in başarısız bir iş girişiminden sonra bir borsa şirketine girebilmek için çeşitli zorluklar karşısına çıkar, bu zorlukların sonucunda istediği ödülü borsa şirketinde işe başlamasıyla alır. Film izleyiciye hep bir umudun olması, kaybetmenin aslında bir kayıp değil bir başlangıca neden olabileceğini göstermiş, bu sorunları her insanın yaşayabileceği, önemli olan sorunları kabullenip yola devam edilmesi gerektiğini izleyiciye filmsel düzlemde gösterilmiştir. İzleyici filmde kendinden bir parça bulur. Her ne zorluk yaşarsa yaşasın sonunda istediği ödüle ulaşacağı düşüncesi izleyicinin bilinç altına aktarılır. Bob Foss’ “Sinema ve Televizyonda Anlatım Teknikleri ve Dramaturji” kitabında, dramanın ön koşulu olarak ortaya çıkan olaylara alışılmış bir şekilde yaklaşması dünyaya bakışımızı yansıtır ve güçlendirir der. (Foss, 2016, s. 204) Yani klasik anlatı yapısında filmler, özellikle Amerikan

filmleri izleyiciye izlediğinde sanki kendinden bir parçayı izliyormuş gibi gösterir. Endüstrileşen kültür içerisinde kurumların kendilerini meşrulaştırma ve varlıklarını sürdürme bakımından yakın dönemde çekilmiş olan Steven Spielberg'in 2017 yapımı The Post filmi (**Görsel 10**) de örnek olarak gösterilebilir, filmde başarılı bir aile şirketi olan Washington Post gazetesinin yönetimine sahip Kay Graham ve editör Ben'in Vietnam Savaşı ile ilgili devletin sakladığı gizli belgeleri gazetelerinde yayımlayıp yayımlama arasındaki korku ve isteklerini konu alır. Filmin önemli noktası Washington Post gazetesi yöneticilerinin zamanında karşılıklı çıkarlar nedeniyle bürokratik kişiliklerle verilen toplantılar ve özel yemekli resepsiyonlar filmde gösterilmiş ve bunlara bir silgi çekmek ve halkta basın tarafsızlığı ilkesini göstermek amacıyla devletin gizli belgelerini halkı aydınlatmak adına yayımlama kararı alındığı filmde gösterilmiştir. Kültür endüstrisi bakımından "The Post" filminde Washington Post gazetesi her ne kadar geçmişte bürokratik güçlerle ilişkiler içinde oldukları gösterilse de her zaman izleyiciye doğruları açıklayan hegomonik bir gücün himayesinde bulunmayan, şeffaf gazetecilik anlayışı olduğu izlenimi izleyenlere verilmiştir. Film izleyenlerin gerçek hayatta da gazetelere karşı böyle bir yaklaşımla yaklaşması gerektiği düşüncesi verilmiştir. Bu oluşan durum gazetelerin varlıklarını sürdürmek için meşru bir hareket olarak görülebilir. Bu endüstri içinde sinemasal olarak verilebilecek klasik anlatı sineması içerisinde bir başka örnek film ise Ouentin Tarantino'nun "Kill Bill" film serisidir. Ana karakter The Bride, evliliğe ilk adımı atmaya çalıştığı kilisede suikastçılar tarafından saldırıya uğrar. The Bride hariç herkes öldürülür, The Bride bu durumun intikamını almak amacıyla bu katliamın sorumlusu olan tüm suikastçıları öldürmeye yeminli bir şekilde macerasına başlar. Film kültür endüstrisinin amaçladığı gibi, filmin içindeki kahramanın o sıkıntılı şartlardan kurtulacağı ve intikamını alacağı filmin en başından izleyiciye hissettirilir, hissettirilen bu düşünce sırasıyla The Bride'in suikastçıları öldürmesiyle gerçekleşir. Seyirci her suikastçının ölümüyle kendisini The Bride'in yerine koyarak filmi hipnotize bir şekilde benimser ve bu hazzı yaşar. İzleyici modern hayatın sıklığından ve eleştiriselliğinden bu tür filmler vasıtasıyla uzaklaştırılıp rahatlatılır.



**Görsel 9.** "The Pursuit of Happyness" 2006  
'Gabriele Muccino'



**Görsel 10.** "The Post" 2017 'Steven Spilberg'

Çoğunlukla mutlu sonla biten popüler kültür sineması, başlangıcından bu yana insanlara bir kaçış fırsatı sunarak, milyonları etkilemeyi başarmıştır (Uğur, 2020:289). Amerikan sinemasında, kültür endüstrisi içerisinde sayılabilecek ve bir ideolojiye meşruluk kazandırmak bakımından savaş filmleri önemlidir. Bu savaş filmleri arasında Vietnam Savaşını konu alan filmler en önemli yeri tutar. Full Metal Jacket 1995 (**Görsel 12**) ve Platoon 1986 (**Görsel 11**) gibi filmler Amerikan ideolojisini ve savaş düşüncesini meşrulaştırmak ve doğru kılmak için yapılmış yapımlar olarak dikkat çeker. Amerikan Sineması, kendisini sanat yönünden daha çok endüstri içindeki herhangi bir koldan farklı olmayan bir meta gibi kullanmıştır. Sinema bu endüstri içerisinde tecimsel ve ideolojik çıkarları gözetenek kullanılmaya çalışılmıştır.



Görsel 11. "Platoon" 1986 'Oliver Stone'



Görsel 12. "Full Metal Jacket" 1987 'Stanley Kubrick'

Robert Phillip Kolker sinema ve özellikle Amerikan sineması ile ilgili şöyle diyor;

*Filmler başlangıçta işçi sınıfından izleyiciler için yapıldı. Ama ekonomik gerçeklik işçi sınıfı semtlerindeki gösterimlerden büyük miktarda para kazanılamayacağını gösterdi. Kâr ve saygınlık yalnızca paralı ve itibarlı izleyiciden gelebilirdi. İki şey acilen bu grubu çekmeyi gerektirdi: şık bir gösterim ve yumuşak, görünüşte son derece zararsız ahlak anlayışı ile üst sınıf ahlakının da savunabileceği cinsel duyguları okşamayı birleştiren bir film içeriği. Amerikan sinemasında (ama asla bununla sınırlı olmayan) sonuç 1910'ların başında başlayan ve çeşitli eğrilerle 1940'ların başına kadar süren bir ideolojik düzenlemeydi. Film izleyicisinin deneyiminin karmaşık ekonomik, politik ve psikolojik özellikleri, yaşamı basitleştirerek yumuşatan ve ekonomik eşitsizliği, "böylesi bir eşitsizliğin mutluluk için bir önemi yoktur" anlayışıyla inkâr eden görüntüler içinde büyük ölçüde tersine çevrildi. Bu, iyi karakterlerin evlendiği ve orta sınıf yaşamına kavuştuğu, itaat ve fedakarlığın ödüllendirildiği bir islah etme sinemasıydı. 1910'larda Griffith tarafından geliştirilen ahlaki kodlar ve dramatik yapılar, popüler sinemanın sürekli olarak süslediği ve bugüne kadar beslediği bir model oluşturdu. Amerika'nın yarattığı ve dünyayla paylaştığı egemen sinemada, egemen ideoloji nadiren sorgulandı ve politik bir bağlam nadiren kabul edildi, çözümlendi ya da eleştirildi. (Kolker, 2010, s. 26)*

Sinema kendisini herhangi bir endüstri kolu gibi sürdürmesi günümüz sinema yapımlarında halen daha görülmektedir. Sinemanın endüstri gibi görülmesinde yıldız oyuncu ve tür kavramı önemli bir faktör olarak görülmesine rağmen, sinemadaki bu endüstrileşme duruma katkı yapan bir diğer önemli faktör de yönetmendir. İzleyici filme bir yönetmen ile yönlendirilebilir. Yönetmenin sürekli aynı çizgide, kültür endüstrisinin amacına uygun filmler yaratması o yönetmenin filmlerini bekleyen bir kitlenin oluşmasını sağlamıştır. Quentin Tarantino (**Görsel 13**), Martin Scorsese(**Görsel 14**) gibi yönetmenlerin filmleri daha gösterime girmeden bir ilgi ve cazibe haline getirilmiştir. Bu tür yönetmenlerin filmlerine izleyiciler tarafından rağbet gösterilmesinin nedeni kültür endüstrisinin bu filmleri birer meta olarak izleyicilere sunmasıyla mümkündür.



Görsel 13. Quentin Tarantino



Görsel 14. Martin Scorsese

### Sonuç

Kültür endüstrisi, toplumlara, neyi alımlayıp neyi alımlamaması gerektiğini, manipüle ederek veya zorlayarak göstermektedir. Başat kültürler tarafından üretilen ve dayatılan endüstrileştirilmiş kültürel ürünler, aslında alt kültürlerinde farkında olduğu ancak dayatılan, kendisinin de onu tüketmesi gerektiği düşüncesi nedeniyle, söz konusu kültür ürünlerini tüketmeye meyilli olmuştur. Bu endüstri içinde yer alan sinema, sesli filmde bulunmasıyla birlikte bu kültür ürünlerinin tüketilmesinde daha da bir önem kazanmıştır. Sinema sayesinde izleyicilere otonom bir düzen inşa edilmiş ve izleyici devamlı bir yanılısma ile karşı karşıya bırakılmıştır. Film yapımcıları endüstri içinde bulunan herhangi bir sanayi kolu gibi çalışarak filmler yapmış ve izleyicilerin düşünce yapısını şekillendirerek onları belli bir harekete sabitlemiştir. Bu durum kültür endüstrisi içindeki sinemanın bir eğlence ve zaman geçirme aracı olarak sunulmasıyla mümkün kılınmıştır. Kültür endüstri içinde yer alan sinemanın estetiksel ve sanatsal kaygısı hiçbir zaman göz önünde bulundurulmamış aksine sektörün tamamen ekonomik ve ideolojik boyutuna odaklanılmıştır. Endüstri içindeki sinemanın tecimsel varlığı Amerika da sesli filmin bulunmasıyla yaygınlaşmış ve izleyicileri etkileme ve yönlendirme aracı olarak kullanılmıştır. Endüstrileşen kültür içindeki sinema, Amerika dışına taşmış ve çevre ülkeleri egemenliği altına almıştır. Bu durum da çevre ülkelerin kendi öz kazanımları ile üretebilecekleri filmlere engel oluşturmuştur. Amerikan filmlerinin (Hollywood) bütün dünya üzerindeki ülke sinemalarında baskın hale getirilmesi hem ekonomik gücün hem de hakim ideolojinin yaygınlaşmasını sağlamıştır. Sinemanın bu endüstri içindeki yerinin sürdürülmesinde filmlerin dağıtımını da önemli yere sahiptir. Tekelleşmenin egemenliği altına giren sinemanın çevre ülkelerde yaygınlaşmasında dağıtım ağının büyüklüğü önemli hale gelmiştir. Genellikle dağıtım ağında yer alan filmler sinemayı tekelinde bulduran şirketlerin kendi öz yapımları olan filmlerden oluşmuştur. Tekelleşme nedeniyle periferide yer alan ülkelerin kendi maddi kaygılar yüzünden engellenmiş hatta hiç vizyona bile girememiştir. Böyle bir durumun oluşması tecimsel anlamda farklılıkları dışlayarak tekipleşmeye veya bu farklılıkları kendi himayesine alarak asimile şekilde varlığını sürdürmesine sebep olmuştur. Kültür endüstrisi toplumlara kendi ürettikleri metalarıyla başat kültürü dayatarak sabitlemiş, farklı düşünce ve yapılarının da oluşmasını engellemiştir. Film izleyicilerini kendi içine davet ederek, seyircinin ekranda/perdede izlediği karakterlerle özdeşleşmesini sağlamış, endüstrileşen kültür ürünleri devamlı bir haz durumu oluşturmuş ve bu haz hep bir öncekinden farklıymış gibi gösterilip sunulmuştur. Böylece bu endüstri içinde yer alan sinema, ideolojik bir düşünce veya bir olguyu ya da bir durumu meşrulaştırma ve istenilen durumu sürdürme bakımından çok büyük bir paya sahip olmuştur. Sonuç olarak ortaya çıkarılan bulgular, incelemeler neticesi ve yapılan içerik analizleri doğrultusunda, sinema sanatının ilk ortaya çıktığı zamandan günümüze değin belli yönetici kurumların himayesinde kitleleri yönlendirme, bilinçlerini kontrol altında tutma amacıyla olduğu, bu çalışma neticesinde ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Çalışmada nitel araştırma çerçevesinde gerekli literatür çalışması yapılmıştır. Çalışma, alanda konu hakkındaki eksikliği gidermesi açısından yapılacak çalışmalara öncü olması düşünülmektedir.

## Teşekkür

Çalışmam boyunca yardımlarını benden esirgemeyen, bana yol gösteren danışmanım Sn. Doç. Dr. Ufuk Uğur hocama teşekkür ederim.

## Kaynakça

- Abisel, N. (1995). Popüler Sinema ve Türler. İstanbul: Alan Yayıncılık.
- Adanır, O. (2003). Sinemada Anlam ve Anlatım. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Adorno, T. W. (2007). Kültür Endüstrisi-Kültür Yönetimi. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Armes, R. (2011). Sinema ve Gerçeklik. İstanbul: Doruk Yayıncılık.
- Berger, A. A. (2011). Kültür Eleştirisi-Kültürel Kavramlara Giriş. İstanbul: Pinhan Yayıncılık.
- Bottomore, T. (2016). Frankfurt Okulu ve Eleştirisi. Ankara: Say Yayınları.
- Dellaloğlu, B. F. (2003). Adorno: Kitle, Melankoli, Felsefe. Cogito-sayı 36, 21-22.
- Edward S. Herman, N. C. (2012). Rızanın İmalatı. İstanbul: bgst Yayınları.
- Eliaçık, İ. (2010). Örneği, Kültür Endüstrisi ve İdeoloji: Hollywood ve Steven Spielberg Sineması.
- Foss, B. (2016). Sinema ve Televizyonda Anlatım Teknikleri ve Dramaturji. İstanbul Hayalperest Ya
- Gönen, M. (2007). Hollywood Sineması. İstanbul: Es Yayınları:52.
- Kirel, S. (2012). Kültürel Çalışmalar ve Sinema. İstanbul: Kırmızı Kedi Yayınevi.
- Kızılçelik, P. D. (2008). Frankfurt Okulu. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Kolker, R. P. (2010). Değişen Bakış/Çağdaş Uluslararası Sinema. Ankara: De Ki Basım Yayım.
- Kulak, Ö. (2017). Kültür Endüstrisinin Kıskaçında Kültür. İstanbul: İthaki Yayınları.
- Marcuse, H. (1986). One-Demisionel Man. Topkapı-İstanbul: İdea Yayınevi.
- Meyer, T. (2014). Medya Siyaseti Nasıl Sömürgeleştirir. İstanbul: Köprü Kitapları.
- Parkan, M. (1983). Brecht Estetiği ve Sinema. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları:15 Sanat Kuramı Dizisi:2
- Temizer, M. (2019). Kültür Endüstrisi ve Tür Sineması. Ankara: Gece Kitaplığı.
- Theodor W. Adorno, Max Horkheimer. (2014). Aydınlanmanın Diyalektiği. Ankara: Kabal Yayıncılık.
- Thomson, D. (2015). Filmler Hayatımızı Nasıl Etkiler? İstanbul: Alfa Basın Yayını Dağıtım San. ve Tic. Lmt.Şrt.
- Uğraş, A. Ö. (2008). Kahraman Olgusunun Çizgi Romandan Sinemaya Uyarlamadaki Görünümü: Tarkan ve Conan Örnekleri. İstanbul: İstanbul Üniversitesi.
- Uğur, U. (2017). Yeni Türk Sinemasında Üçleme Filmlerde Varoluşsal İzlekler, Akdeniz Sanat Dergisi, Sayı:20 Cilt:10, Antalya.
- Uğur, U. (2017). İran Yeni Dalga Sineması ve Majid Majidinin Cennetin Çocukları Filmi, ODÜSOBİAD Dergisi, Temmuz 2017, Ordu.
- Uğur, U. (2019). Sinemada Orijinal Taklit, Tekrar Metin: Potemkin Zırhlısı, ODÜSOBİAD Dergisi, Kasım 2019, Ordu.
- Uğur, U. Altay, S. (2020). Popüler Sinemada Mistik Bir Aşk Masalı Örneği: 'Suyun Sesi', Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt:9 Sayı :1, 2020.



- Witkin, R. W. (2003). Adorno On Populer Culture. New York: Routledge Taylor-Francis Group.
- Yaylagül, L. (2006). Kitle İletişim Kuramları. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Yücel A, Uğur U. (2018). Resim ve Sinema Renk İlişkisinin Film Afişlerine Yansıması, ODÜSOBİAD Dergisi, Temmuz, 2018.
- Yılmaz, E. (2008). Sinema Ve İdeoloji İlişkileri Üzerine. Sinema İdeoloji Politika-Sinemasal Yazılar(s. 63). içinde Ankara: Orient Yayıncılık.
- Yirmibeşoğlu, G. (2016). Entertainment Industry versus Culture Industry: Designers of Consumption Society. TRTAKADEMİ.

### **Extended Abstract**

*Theodor W., a thinker of the Frankfurt School of study Adorno and Max Horkheimer focused on the impact of cinema within the concept of the Cultural Industry on the level of consciousness of the masses. Humanity has always tried to influence the level of consciousness of the masses with very different means of communication thanks to the power it has had since the beginning of existence. This force has mastered the level of consciousness of the masses and ensured that they do not go beyond certain boundaries and remain in the categories created for them within these boundaries. The element that constitutes this cataloging is provided by products that can be considered commodities offered by the cultural industry. This industry has presented a product group that can be presented appropriately to each individual in each lower and upper culture in cataloguing to the masses. According to everyone, an element of a section exists within this industry. This industry takes away the power of the masses to freely question and criticize. The cultural industry connects the masses with the products it offers, and the idea that these products should be consumed even at the most difficult moment is created. Thanks to various rationalized forces, products that can be considered commodities are given to the masses and a the same way of life is created. The cultural industry has made these commodities be accepted in all areas where people eat, drink or watch. America is seen as the country that contributes the most to the formation of this industry. America, as a huge ruling power, produced these products and moved them to countries called the surrounding countries (third world countries), causing these countries to gain a single appearance and lack their own core works. The cultural industry uses the cinema tool as the most important tool in establishing such uniformity. Cinema sends visual codes to people's levels of consciousness in this industry, making them accept that this is what needs to happen. People experience a sense of relief by leaving aside the troubles and negativity they experience by going to the cinematic content found in the cultural industry. In the cultural industry, the purpose of cinema is to serve the elements that are seen as the ruling power. These elements of power use cinema to adopt their own ideological thoughts and make a situation look like a normal formation. The purpose of cinema within the industry is to instill the idea that people will eventually find a way out of these troubles that matter to everyone. It is to acclimate the masses to these negatives. The feeling that the difficulties experienced by the masses should actually be met normally is given by cinema, the arm in this industry. Cinema does not act differently than all other branches of industry. In the cultural industry, cinema produces products that take into account commercial processes. The largest formation of the cultural industry that produces films in accordance with its purpose is Hollywood cinema. At the beginning of the film, Hollywood cinema creates a string of events for the main character to experience problems, and then filmic events which show that the character has overcome these problems by eliminating them are shown and the audience is given pleasure. junkies. The audience likens the difficulties experienced by the character in the film and his efforts to get rid of these difficulties to the difficulties they face in their real lives, and this sense of relief, the idea that he will achieve success, is created through the film. Within this industry, films are created without artistic concern. The audience is constantly trying to instill an atmosphere of illusion with these films. The audience thinks that what they watch in the film continues in their normal life. The cultural industry puts the viewer's consciousness into the feeling that a famous actor will come out of every poor neighborhood. It has been attempted to explain through this study how cinema, which produces products suitable for the purpose of the cultural industry, affects the intellectual structure of the masses. In the study, a detailed literature review was conducted within the scope of qualitative research. It is believed that this study will be important in terms of eliminating the lack of knowledge on this subject in this field and in terms of being a pioneer in future studies.*