



GAZİANTEP UNIVERSITY JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES

Journal homepage: <http://dergipark.org.tr/tr/pub/jss>



Araştırma Makalesi • Research Article

DOI: 10.21547/jss.1626338

Kültürel Kutuplaşma: Popülizmin Gündüz Düşü Pop-İslam

Cultural Polarisation The Daydream of Populism, Pop-Islam

Gülçin Özge TAN^{a*}

^a Dr., Gaziantep Üniversitesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, Gaziantep / TÜRKİYE
ORCID: 0000-0001-7490-609X

MAKALE BİLGİSİ

Makale Geçmişi:

Başvuru tarihi: 24 Ocak 2025

Kabul tarihi: 2 Nisan 2025

Anahtar Kelimeler:

Popüler kültür,

Popülizm,

Hegemonya,

Kültürel kutuplaşma,

Pop-İslam.

ARTICLE INFO

Article History:

Received: January 24, 2025

Accepted: April 2, 2025

Keywords:

Popular culture,

Populism,

Hegemony,

Cultural polarisation,

Pop-Islam.

ÖZ

Bu makale, kültürel kutuplaşma fenomenini, popüler kültür ve popülist siyaset arasındaki ilişki bağlamında incelemektedir. Kültürel homojenleşme iddialarını sorgulayan çalışma, küreselleşmenin kozmopolit yapısına karşı yerelleşme ve kimlik politikalarının nasıl öne çıktığını ele almaktadır. Popüler kültürün ideolojik ve politik bir araç olarak kullanımını analiz eden makalede, sağ popülist siyasetin bu kutuplaşmayı derinleştirmedeki rolü vurgulanmaktadır. Bunun için öncelikle, popülizmin 21. yüzyılın politik atmosferinde toplumları "biz ve onlar" dikotomisi üzerinden nasıl antagonistik kamplara böldüğü tartışılmaktadır. Türkiye'deki Adalet ve Kalkınma Partisi (AK Parti) örneği üzerinden, partinin kültürel politikalarının dindar-seküler ayrımını nasıl kullandığı ve popüler kültürü, özellikle "Pop-İslam" kavramı çerçevesinde, yeni kimlikler yaratmak için nasıl dönüştürdüğü incelenmektedir. Popüler televizyon dizileri ve kutlama etkinlikleri gibi pratiklerle, Sünni-Türk Müslüman kimliği güçlendirilirken, seküler kesimler elitist olarak damgalanmıştır. Bu bağlamda makale, popüler kültürün yalnızca bir tüketim nesnesi olmadığını, aynı zamanda bireyleri ideolojik olarak şekillendiren bir araç olduğunu ortaya koymaktadır. İslami moda, kitle iletişim araçları ve İslami sosyalleşme mekanları aracılığıyla Bourdieucu anlamda İslami bir habitus yaratıldığı ve İslam'ın ekonomik ve kültürel alanlarda yeniden tanımlandığı ifade edilmektedir. Ayrıca bu sürecin, eleştirel bir bakışla, çoğunlukla seküler tüketim pratiklerinin İslami bir çerçeveye oturtulmasıyla sınırlı kaldığı savunulmaktadır. Sonuç olarak, popüler kültürün hegemonik ve karşı-hegemonik potansiyelleri olduğu ve sağ popülist stratejiler kadar sol popülist hareketler için de bir araç olabileceği vurgulanmaktadır. Ancak nihayetinde post-hakikat çağında, popüler kültürün yapılarının özgünlüklerini ve direniş potansiyellerini yitirerek sağ popülizme hizmet eder bir hâle geldiği belirtilmiştir.

ABSTRACT

This article investigates the phenomenon of cultural polarization through the lens of the relationship between popular culture and populist politics. By challenging the claims of cultural homogenization, the study explores how localization and identity politics gain prominence in contrast to the cosmopolitan character of globalization. Focusing on the use of popular culture as an ideological and political tool, the article emphasizes the role of right-wing populist politics in intensifying cultural polarization. The discussion begins by examining how populism divides societies into antagonistic camps through the "us versus them" dichotomy prevalent in the political landscape of the 21st century. Using the Justice and Development Party (AK Party) in Turkey as a case study, the article analyzes how the party's cultural policies exploit the religious-secular divide and reshape popular culture-particularly through the concept of "Pop-Islam"-to construct new identities. Practices such as popular television series and celebratory events are shown to reinforce the Sunni-Turkish Muslim identity while stigmatizing secular groups as elitist. The article argues that popular culture is not merely an object of consumption but also serves as a tool for ideologically shaping individuals. Through examples of Islamic fashion, mass media, and Islamic spaces of socialization, it is demonstrated that an Islamic habitus, in the Bourdieuan sense, has been constructed, enabling the redefinition of Islam within economic and cultural contexts. However, this process is also subjected to critical scrutiny by a significant portion of society. In conclusion, it is emphasized that popular culture holds both hegemonic and counter-hegemonic potential, serving as a tool not only for right-wing populist strategies but also for left-wing populist movements. However, the article argues that in the post-truth era, the structures of popular culture have lost their authenticity and capacity for resistance, becoming increasingly subservient to right-wing populism.

* Sorumlu yazar/Corresponding author.
e-posta: gulcinozgetan@gmail.com

EXTENDED ABSTRACT

This article investigates the phenomenon of cultural polarization emerging under the influence of globalization, examining the intricate relationship between popular culture and populist politics. It critically interrogates the prevailing discourse of cultural homogenization, challenging the assumption that globalization inherently leads to the uniformity of cultural practices. Instead, it posits that processes of localization and the resurgence of identity politics act as counterforces to cosmopolitan tendencies, reinforcing rather than diminishing cultural distinctions and divisions. In this regard, the article provides a thorough analysis of how popular culture is strategically utilized as an ideological and political tool, particularly by right-wing populist movements, to exacerbate cultural polarization.

The study underscores the mechanisms through which populism reinforces cultural divisions, situating this analysis within the broader political climate of the 21st century. While economic globalization has undeniably transformed global markets and economic structures, the cultural dimension of globalization has not resulted in the same degree of homogenization. The persistence of nationalist and nativist movements has actively disrupted this trajectory, fostering resistance to global cultural integration. As a consequence, cultural polarization has emerged as a defining feature of contemporary politics, manifested in heightened identity politics, ethnic tensions, and the proliferation of hate speech. Rather than facilitating cultural cooperation, globalization, in many cases, has intensified social divisions, fueling ideological conflicts and reinforcing extant power structures.

The article examines popular culture not merely as a site of entertainment and mass consumption, but as a crucial site of ideological production and manipulation within everyday life. Popular culture, often perceived as an organic and dynamic expression of the people, also serves as a mechanism through which dominant ideologies are disseminated and perpetuated. Drawing on Antonio Gramsci's theory of cultural hegemony, the study demonstrates that popular culture can simultaneously function as a site of resistance and as a tool for reinforcing hegemonic power structures. This duality is further explored through Louis Althusser's concept of ideological state apparatuses, illustrating how popular culture functions as a means of subject formation, shaping individual and collective identities in ways that uphold existing political and ideological hierarchies. By naturalizing certain values, norms, and worldviews, popular culture plays a pivotal role in maintaining the dominance of ruling elites.

A central argument of the article is that right-wing populist politics deliberately exploits the symbolic and emotional power of popular culture to construct a binary opposition between 'the people' and 'the elite.' This 'us versus them' narrative functions as a powerful means of mobilizing supporters, emphasizing cultural grievances and perceived threats to traditional values. Populist leaders and movements frequently invoke popular culture to reinforce national identity, glorify a selectively constructed past, and delegitimize alternative political perspectives. The article explores this dynamic through a case study of Turkey's Justice and Development Party (AK Parti), analyzing how the party's populist strategies have employed cultural politics to deepen societal divisions. Specifically, the study scrutinizes the concept of 'pop Islam'—a fusion of Islamic identity with popular culture—as a tool for constructing a new cultural and ideological hegemony. Television series, public festivals, and other mass-media productions have played a key role in shaping and legitimizing this populist vision, portraying the secular 'other' as an elitist, out-of-touch minority, while glorifying Sunni-Turkish Muslim identity as the authentic representation of 'the people.'

Beyond political rhetoric and ideological symbolism, the article explores the economic and social dimensions of popular culture within the context of populist politics. It argues that popular culture functions not only as a medium of entertainment but also as a structural force that influences consumer behavior, social interactions, and even religious practices. Through an analysis of mass media, Islamic fashion industries, and emerging socio-cultural spaces, the study demonstrates how popular culture operates both as a commercial enterprise and an ideological apparatus. The concept of 'Islamic habitus,' derived from Pierre Bourdieu's sociological framework, is employed to examine how religious identity has been reshaped through market-driven adaptations of Islamic lifestyles. However, the study also highlights the paradox of this transformation: while purporting to offer an alternative to secular consumer culture, it often replicates capitalist logics within an Islamic framework, thereby blurring the boundaries between resistance and cooperation.

The concluding section of the article emphasizes the ambivalent nature of popular culture, asserting that despite its role in exacerbating cultural polarization, it also holds the potential for counter-hegemonic resistance. While right-wing populist politics have adeptly used popular culture to consolidate their influence, the study invites discussions on how left-wing populist movements and other progressive social projects might similarly engage with popular cultural forms to challenge dominant ideologies. Nevertheless, the article warns that the post-truth era has significantly altered the way mass media and cultural narratives function. The increasing prevalence of misinformation, emotional appeals, and spectacle-driven politics has made popular culture a primary vehicle for populist manipulation, raising critical questions about the potential for genuine cultural and political resistance in contemporary societies.

In summary, the article provides a nuanced analysis of the intersection between popular culture and populist politics, asserting that cultural polarization is not merely an accidental byproduct of globalization, but rather an actively produced and politically instrumentalized phenomenon. By exploring the ideological, economic, and social dimensions of popular culture, the study contributes to a deeper understanding of how cultural forces shape political landscapes in the 21st century and offers critical insights into the dynamics of power, identity, and resistance in an increasingly polarized world.

Giriş

Küreselleşme üzerine yürütülen tartışmalardan biri olan kültürel küreselleşme, yerelleşme konusundaki yükselen söylemlerle birlikte farklı bir mahiyet kazanmıştır. Çünkü kültürel küreselleşmenin kültürel bir homojenleşme yaratacağı görüşü, zamanla değişikliğe uğramış ve homojenleşme savının çok da mümkün olmadığı gözlemlenmiştir. *McDonalddlaşma*'nın (Ritzer, 2011), *McWorld*'leşmenin (Barber, 2001), *Coca-Kolonizasyon*'un (Wagnleitner, 1994), *Disneyleşme*'nin (Bryman, 2004) sürdüğü ancak butikleşmenin de ivme kazandığı bir sosyolojik düzlemde, yükselen milliyetçilikler yerele olan vurguyu arttırdıkça kültürel küreselleşme, uluslararası bir kimlik doğuramamıştır. *McDonalddlaşma* ve *CocaColalaşma*'nın kültürel görünürlüğünü kaybetmemesi, *McWorld*'leşmenin ve *Disneyleşme*'nin artmasının hatta *Netflixleşme*'nin gündem olmasının yanı sıra ekonomik küreselleşmenin küresel ticaret hacmini her geçen gün arttırması ve markalaşmanın sınır ve sınıf tanımadan yükselmesine rağmen kültürel homojenleşme yaşanmamış ve kültürel muhafazakârlıklar böylesi bir homojenleşmeyi engellemiştir. Bu anlamda kültürün küreselleşmesi, ekonomik etkinlik ve politikaların küreselleşmesinden çok daha zordur. Çünkü, kültürel dikotomiler hem ulusların kendi içinde hem de ulus aşırı düzeyde kurulması düşlenen kültürel küreselleşmeyi güçleştirir (Holton, 2000). Bilhassa aşırı sağın yükselişi ile birlikte büyüyen İslamofobi ve oryantalizm bu tarz büyük bir entegrasyonu imkânsız hâle getirir. Ayrıca Ortadoğu dünyasının ve İslam camiasının bakış açısı da benzer şekilde dünyanın geri kalanını kucaklamaya yatkınlık göstermemektedir.

Aşırı sağın küresel bir politik trend olarak yükselişiyle beraber ulusal kimlik direnci mevzuu gittikçe artan oranda tartışılmış ve küresel kültürü, bir vaatten çok bir tehdit olarak yani kültürel emperyalizm ve homojenleştirme distopyası olarak algılama (Tomlinson, 2013, s.111) fikri yaygınlık kazanmıştır. Bu anlamda ele alınması gereken yaklaşım homojen bir küresel kültürün tam karşısında olan küresel kültürel kutuplaşmadır. İlgili kutuplaşma, kozmopolitleşmeden ziyade ulusalcılığın vurgulandığı, kültürler arası iş birliği kadar etnik temizlik ve nefret söylemleriyle donatılmış kimlik politikalarının yükseltildiği, bu şekilde de uluslararası entegrasyonun yerini *medeniyetlerin çatışmalarına* bıraktığı bir anlayışı ifade etmektedir (Holton, 2000).

2000'lerle birlikte küresel kültürel kutuplaşma tartışmaları daha belirgin hâle gelmiştir. Bu tartışmalar, çoğunlukla Samuel Huntington'ın medeniyetler çatışması bağlamında ya da paralelinde ele alınmış ve değerlendirilmiştir. Ancak, 21. yüzyılda popülizmin yükselişiyle kültürel kutuplaşma daha da derinleşmiş; sadece küresel ölçekte değil, ulusal düzeyde de popülist siyasetin etkisiyle görünürlük kazanmıştır. Bir taraftan yemekten, kıyafete; sanattan mimariye kadar her şey büyük kapitalist firmaların tekelinde küresel bir beğeni zincirinin parçası hâline getirilirken diğer taraftan siyasi algoritmalar yerellik vurgusu ile iç ve dış politika dengesini sağlamaya çalışmaktadır. Büyük kapitalist firmaların dünya ölçeğindeki tekeli ulusal piyasalara dahi hükmederken milliyetçilik ideolojisi ile karşılaşan firmalar, yerelleşme eğilimi ile "metalari" mutasyona uğratır. Coca-Cola'nın, İslam inancına göre kutsal kabul edilen Ramazan ayında düzenlediği reklam kampanyaları bunun bariz örneklerindendir. Büyük kapitallerin yerelleşme aracılığıyla ulusal refleksler savurması, özellikle *hayali bir cemaat* (Anderson, 2015) olan ulusal kültürün seçkinleri tarafından küresel sermaye ile bütünleşme çabası etrafında bertaraf edilir; ta ki hayali cemaatin seçkinlerinin milliyetçi ideolojiye yeniden ihtiyaç duyacağı ana kadar. İşte 2000'ler politik konjonktürü tam da bu ihtiyaç ile hasıl olmuş ve popülist sağ, küresel ekonomiye çekemediği seti kültürel sahaya çekmiş ve kültürü, kutuplaşma zemini olarak kullanmaya başlamıştır. Yerelleştirme örneğinde temsiline yer verilen Coca-Cola'nın, İsrail-Filistin Savaşı sonrasında Müslüman ülkelerce sosyokültürel zeminde boykot edilirken ticaret hacminde bir değişiklik yaşamaması bu konuda verilebilecek

birçok örnekten sadece biridir. Kültürel kutuplaşma için politikacıların popülist siyasetine aracılık edebilecek kültürse bu noktada popüler kültür olmuş, siyasetçiler bilhassa iç siyasi gündemin şekillenmesinde ve “halkın” ikna edilmesinde popüler kültürden yararlanmışlardır. Bu bağlamda, bu çalışmada öncelikle popüler kültür tanımlamalarına yer verilecek ve popüler kültürü siyasi teçhizata çeviren noktalar popüler kültür tartışmaları etrafında irdelenecektir. Ardından popüler kültürü popülizmle yaklaştıran hususlara değinilerek Türkiye siyasetinde popüler kültür ile sağ popülizmin buluşma noktası olarak pop-İslam tartışması yürütülecektir.

Popüler Kültür ve İdeoloji

Sosyal bilimlerin birçok kavramı gibi *popüler kültür* de üzerinde önemli tartışmaların yapıldığı/sürdüğü ve kavramın tanımı hakkında bir uzlaşıya varılamayan özelliğe sahiptir. Popüler kültür çalışmalarının önemli isimlerinden olan John Storey’e göre (2023, s.21), kavramda uzlaşıya varılamamasının sebebi *kültür* teriminin de farklı anlamlara sahip olması ve *popüler* teriminin farklı anlamlarıyla birlikte karmaşık kombinasyonlar oluşturmasıdır. Latince, halka ait olan anlamındaki *popularis* kelimesinden gelen popüler, 16. yüzyılda *alt/aşağı* gibi anlamlarıyla halkın kurduğu siyasal sistemi ifade ederken 18. yüzyıl ile *beğenilen* anlamına kavuşmuş; 19.yüzyılla birlikte giderek karmaşık bir içeriğe sahip olmuştur. 20. yüzyılda adım adım daha pejoratif bir içerikle eşleştirilen popüler, bir yandan çoğunluğun beğenisi anlamını korurken bir yandan da bir sıfat olarak önüne geldiği kavrama önemsizleştirme etkisi vermiştir (Williams, 2006, s.285-287). Peter Burke’ye göre (1978), kavramdaki karışıklığın sebebi, bu çalışmanın diğer alt başlığındaki popülizm kelimesinin de yaşadığı üzere, *people/halk*’ı tanımlama zorluğundandır. Bu anlamda geliştirilecek her tanım, popüler kültürün homojen ya da monolitik olmasının önüne geçmektedir.

Storey’in önerdiği üzere bir kültür tanımından yola çıkarak popüler kültür tanımlamasına yer vermek bu kavramsallaştırmayı, siyaset bilimi alanı çerçevesinde değerlendirebilmenin de ön koşulu gibi gözükmektedir. 1970’lerin sonlarında, kültürel çalışmalar sınıf, toplumsal cinsiyet ve ırk temelli eleştirilerle karşı karşıya kalmıştır. Bu dönemde, genişleyen çalışma alanlarıyla birlikte *kültür* kavramı estetik boyutundan çok siyasal anlamıyla ele alınmıştır. Böylelikle kültürel çalışmaların konusu dar anlamıyla estetik mükemmeliyet veya estetik, ruhsal ve düşünsel gelişim süreci olarak betimlenen kültür değil; gündelik yaşamın konusu ve pratiği olarak anlaşılan kültür olmuştur. Bu şekilde tanımlanan kültür anlayışı, her iki alanı kapsayan ve popüler kültür analizlerini de dahil edecek bir içeriğe sahip olur. Böylelikle kültürel çalışmaların politik bir izlekten ele aldığı kültür, bir çatışma ve mücadele alanı olarak değerlendirilebilir hâle gelir ve gündelik hayatın idamesini sağlayan üretim ve yeniden üretim süreçlerinin anlamlandırılmasında belirleyici bir rol oynar (Storey, 2000, s.9-10). Bu bağlamda, esas farklılaşma nedenini kültürün ve popülerin farklı tasvirine ve bu iki kavramın belirli tarihsel ve sosyal temellerde, emekle olan farklı ilişkileneceklerine bağlayan Storey (2023, s.22-33), popüler kültüre dair tanımları altı yaklaşım temelinde açıklar. Buna göre, birinci tanımlamada popüler kültür, basitçe çoğu insan tarafından yaygın olarak tercih edilen ve sevilen kültür olarak ele alınır. Bu yaklaşımda dikkat çekici olan, popüler kültürün popülerliğini niceliksel bir ölçüte dayandırmasıdır. Ancak yalnızca niceliksel bir endeksin yeterli olmadığı açıktır; nitekim bazı yüksek kültür öğeleri de belirli koşullarda popüler hâle gelebilmektedir. İkinci yaklaşımda popüler kültürü tanımlamanın yolu, neyin *yüksek kültür* olduğunun belirlenmesiyle ilişkilendirilir ve geriye kalan kültür popüler kültür olarak imlenir ki bu aslında popüler kültürün bayağı bir kültür olduğu alt anlamı taşımaktadır. *Kitle kültürü* çerçevesinde popüler kültürü tanımlamak üçüncü yorum şeklindedir. İkinci tanımlamayla ilişkili olan bu tanımlamada popüler kültürün ticari bir olgu olduğunun altı çizilir. Tüketim vurgusu ön plana çıkar ve tüketime bağlı seri üretimden ve üretimi “seçmeden” tüketen bir kitlenin varlığından bahsedilir. Dördüncü tanımda, popüler kültürün kaynağında halk

olduğu öne sürülür ve popüler kültürün yukarıdan dayatılan değil halktan kaynaklanan bir kültür olduğu iddia edilir. Beşinci yaklaşım, ideolojik bir hat takip ederek ve özellikle Antonio Gramsci'nin *hegemonya* analizinden yararlanılarak geliştirilir. Rıza ve zorun birlikteliği olarak hegemonya üretiminde egemen sınıfların rızayı sağlamak amacıyla başvurduğu üstyapı unsurlarına atıfla, bu yaklaşımda popüler kültür, direniş ve bütünleşme; ideolojik mücadele alanı olarak düşünülür. Storey'in sınıflandırmasının son tanımında ise popüler kültür, postmodernizm tartışmaları etrafında değerlendirilir ve postmodern kültürle birlikte artık yüksek kültür ve popüler kültür arasındaki ayrımının kalktığı iddia edilir.

Sıralanan tanımlamaların her birinden özellikler taşıyan ve birçok sosyal bilim kavramı gibi tek bir noktadan ve bakış açısından tanımlanamayan popüler kültür, görüldüğü üzere bilhassa kitle kültürü ve halk kültürü ile iç içedir. Ancak yine de popüler kültürle, folklor ve kitle kültürü arasına dolayimler koymak ve bu üç biçimi özdeş görmemek gerekir. Ahmet Oktay'a göre (1994, s.20), popüler kültürün bu özümlemeye kapı açan yapısına ve kitle kültürü ile olan yakınlaşmasına rağmen popüler kültür, daha farklıdır ve *gündelik yaşamın kültürüdür. Dar anlamıyla, emeğin gündelik olarak yeniden üretilmesinin bir girdisi olarak eğlenceyi içerirken; geniş anlamıyla, belirli bir yaşam tarzının ideolojik olarak yeniden üretilmesinin ön koşullarını sağlamaktadır*. Oktay'ın da vurgusunda açıkça belirdiği üzere popüler kültür, ideolojik bir işlevle iştigaldir. Çünkü, tüketim üstüne kurgulu bir zeminde gündelik hayatın yeniden üretilmesi için başat rol oynayan popüler kültür, öznelere bilinçaltına işleyerek onları ideolojik olarak kontrol eder ve sınıfsal farklılıkları yok eder. Ancak popüler kültür sadece sınıfsal farklılıkları yok edecek bir işleve sahip değildir aynı zamanda bu farklılıkları yeniden yaratacak güce de sahiptir ki egemen sınıf hâkimiyetinin yeniden üretimini de bu özelliği ile sağlamaktadır (Özer ve Dağtaş, 2011). Popüler kültüre bu farklılıkları yok edecek ve yeniden kuracak olma özelliğini sağlayan şey, popüler kültürün içeriği ile ilgilidir. *Toplumda geniş bir şekilde paylaşılan inançları ve pratikleri ve bunların örgütlediği nesneleri dile getiren* popüler kültür, Erol Mutlu'ya göre, şöyle bir mahiyete sahiptir:

Popüler kültür kökleri yerel geleneklerde bulunan halk inançlarını, pratiklerini ve nesnelerini, keza siyasal ve ticari merkezlerde üretilen kitlesel inançları, pratikleri ve nesneleri içerir; popüler kültürün içinde popülerleştirilmiş seçkin kültürel biçimlerin yanı sıra müze geleneği düzeyine yükseltilmiş popüler biçimler de bulunmaktadır (Mutlu, 2016, s.27).

Egemen sınıfların varlığının sürdürülebilmesi için önemli olan popüler kültür, bağımlı sınıfları, gerçeklikleri perdeleyerek mutluluk üstünden sürece ikna eder. İktidarı elinde bulunduranların gündelik yaşamı kurgularken ve yeniden üretirken kültürel öğelere başvurarak bilince işlemeyle gerçekleşen ideolojik etki Gramsciyan anlamdaki ikna etrafında halkı kurar. Bu noktada halk da popüler olanın üretilmesi gibi inşa edilir. Kısacası, popüler kültürün gündelik hayatın yeniden üretiminde egemen iktidarın arzularına göre şekillendirilmesini sağlayan ideolojik bir ön belirleyen olması son derece kritik bir noktada durmaktadır. Bu anlamda popüler kültür ve ideoloji yakınlaşması son derece önemlidir. Böyle bir yaklaşmayı sınıf analizi çerçevesinde alan Gramsci, sınıf egemenliğini yalnızca tahakkümle açıklamayıp hegemonyaya başvurur ve yapı ile üstyapının birlikteliği olarak *tarihsel blok*'un hegemonyadan nasıl etkilendiğini ideoloji alanında eklemlenme düzeylerinden yola çıkarak analiz eder. Hegemonik süreçlerin ideoloji alanındaki eklemlenme düzeylerini *felsefe, ortak duyu* ve *folklor* olarak üçe ayıran Gramsci, bu üç düzey arasında hiyerarşik bir ayrım yapar. En gelişkin düzey olan felsefe, ideolojinin dünya görüşleri bağlamında ele alınabilecek olan en yoğun aşamadır. Hegemonyanın kuruluşunda rol oynayan ve daha az gelişkin olan ortak duyu, farklı ideolojilerin birbirine eklemlenmesini sağlar ki bu yönüyle ideolojik öğelerin ve halk inançlarının çelişkili bir birlikteliğini ifade eder. Gündelik hayatın algılanmasına yönelik olan ortak duyu hem hegemonyanın yayılması hem de insanlarda algı oluşturulması için gereklidir. Kitlelerin psikolojisini ve algılama düzeyini yansıtan ortak duyunun bir diğer temel özelliği ise eleştirel

olmaması ve kitlelerin kendiliğinden gelişen felsefesini gündelik hayat pratiklerine uygulamasıdır. İdeolojinin en alt düzeyinde bulunan folklor ise tarihsel birikime dayalı düşünce, gelenek ve pratiklerin tamamıdır; dağınık ve bağımsızdır. Hegemonik üstünlük, üstyapıdaki ideolojinin bu kertesinde de gerçekleşecek olan eklemlenme ile sağlanacaktır (Yetiş, 2012, s.90). Aslında Gramsci'nin popüler kültürü ele alış şekli, devrimci değişimin popüler pratiklerle yaşanacağı iddiası üstündedir. Çünkü Gramsci için kültürel dönüşümün gerçekleşeceği alanı kurmak için öncelikle egemen ve madun kültürler arasındaki ilişkiye bakmak gerekir. Bu anlamda da folklor, egemen güçlerin geçmişten kalan çökelti ya da kalıntıları iken; popüler kültür, egemen artistik literatüre yükseltilmiş biçimlerdir (Gramsci, 2012: s.449-451). Bu yönüyle de anlaşılabileceği üzere popüler kültür Gramsci nazarında, hâkim kültür anlayışına karşı bir mücadeledir ki bu da popüler kültürün karşı-hegemonya potansiyeline sahip olduğu anlamına gelir.

Görüldüğü üzere Gramsciye perspektiften ideoloji, Marksist analizlerdeki gibi yanlış bilinç ve üst yapısal bir kavram olmaktan ziyade tarihsel bloğun birliğinde uyumu sağlayan bir pratiktir ve maddiliği vardır. Bu hâliyle, hegemonyanın kurulumunda ideoloji yalnızca politik bir düzlemde değil aynı zamanda entelektüel ve ahlaki bir düzlemde gelişir ve bir kolektif irade kurulumu devreye girer. Özetle, özne konumuna sınıfı aşan bir kolektivitelyi koyan Gramsci için *tarihsel bloku birleştiren, organik çimento hâline getiren* ideolojidir (Laclau ve Mouffe, 2012, s.116-117). Herhangi bir şekilde zorunlu sınıf aidiyeti gerektirmeyen ideolojinin oluşumu ise yukarıda sıralanan eklemlenme düzeyleri üstünden gerçekleşir. Gramsci'nin ideolojiye ve ideolojinin maddiliğine ilişkin yaptığı açıklama, Louis Althusser tarafından geliştirilmiştir ve Marksist çizgideki düşünür de ideolojinin yanlış bilince eş tutulmasına dair yapılan yorumları reddetmiştir. Onun için özneler içinde bulundukları koşulların, imkânların farkında olabilecek, bunu yorumlayabilecek bir iradeye sahiptir. Althusser'in ideoloji yaklaşımını farklılaştıran ve siyasi analiz kertesinde önemini artıran şey, onun bireylerin gerçeklik bilincinin oluşumunda ve şekillenmesinde ideolojinin işlevine dair yaptığı uyarıdır. İdeolojiyi geçikle kurulan hayali ilişki olarak tanımlayan Althusser'e göre (2015, s.73, 77-78, 81), *her pratik, ancak bir ideoloji yoluyla ve bir ideolojinin altında var olabilir ve her ideoloji, ancak bir özne yoluyla ve özneler için var olabilir*. İşte tam bu noktada Althusser, düşüncesinin merkezi olarak tanımladığı şeyi ortaya koyar ve ideolojiler yaklaşımına yeni bir boyut getirir: *ideoloji, bireyleri özne olarak çağırır*. Öncelikle onun için özne, her tür ideolojinin kurucu kategorisidir. Fakat kurucu kategori olması da her tür ideolojinin somut özneler kurma işlevine sahip olmasına bağlıdır. İdeolojilerin eylemi ve işlemesi, bireylerin içinden özneler toplamasına ve bireyleri öznelere dönüştürmesine bağlıdır. Bu dönüştürmeyi *çağırma (interpellation)* ile gerçekleştirir. Althusser, çağırma eylemi sayesinde seslenen kişinin bedeninin dönüşüyle özne olduğunu çünkü çağırmanın tam da kendisini hedeflediğini ve kendisinin çağrıldığını anlayıp kabul ettiğini ileri sürer. Esasında hep özne olan bireyler, bu şekilde ideoloji sayesinde çağırılırlar ve somutlaşırlar.

Popüler kültür tam olarak bu hikâyede ideoloji ile kurduğu ilişki bağlamında sahneye dahil olmaktadır. Gündelik hayatın ve egemen sınıfların arzuladığı hayat tarzlarının ideolojik olarak yeniden üretiminde başrolü kapalı popüler kültür, bağımlı ve sömürülen sınıfların, alt kültürlerin, “halkın” istek ve dirençlerini de içerse esasen egemen olanın yeniden üretimini sağlar ve egemen güçlerce ideolojik bir araç olarak kullanılır. Ekonomik ve siyasi gücü elinde bulunduran iktidarlar için gerçekleri perdelemesi, kitleleri baskılaması ve bu bağlamda da hegemonyasını kurmasının aracı olan popüler kültürün, bilinçdışı üstünden işleyen yapısı zımni bir kontrol mekanizması oluştururken aynı zamanda Althusserci manada yarattığı “gerçeklik bilinci” ile ve iktidar dışında kalanları “çağırması” ile özneleri, tahakküm altında olduklarını hissettirmeden hegemonik olarak ikna eder. Bu çalışma kapsamında, tam da bu noktadan yola

çıkılarak popüler kültürün bilhassa ideolojik yanına değinilecek ve hegemonya yaratmanın bir parçası olarak popüler kültür ele alınacaktır. Ayrıca söylem temelli politik olanın ontolojik inşası yani halk inşası olarak popülizmin (Laclau, 2013), popüler kültür ile kurulan bağı hem popüler kültürün ideolojik özelliği ile hem de halk ile kurduğu yakınlık üzerinden irdelenecektir. Popüler kültür ve İslamcı ideolojinin kaynaşma noktası olarak ele alınacak olan Pop-İslam ise güncel siyasi pratiklerin kutuplaşma yaratma aracı olarak değerlendirilirken bir diğer taraftan da Müslüman bireyin “çağırılarak” özneleşmesi ve kültürel hegemonyanın sağlanması adımı olarak vurgulanacaktır.

Popüler Kültür ve Popülizm

Kültürel çalışmalar analizindeki siyaset terimi, iktidarın dağılımı ve işleyişi temelinde sahip olabileceği en geniş anlamı kazanır. Çünkü kültürel çalışmalardaki siyaset, yalnızca belirli konularla sınırlandırılmamıştır. Daha geniş bir perspektiften iktidarın işleyişi, neyin üstüne ve nasıl kurulduğu ve topluma sunulma biçim ve mekanizmalarını içine alarak siyasi iktidarın anlamının ve etki alanının genişliğini sağlar (Turner, 2016, s.276). Bu yüzden de siyasi iktidarlara gerek yönetime geliş aşamalarında gerekse de iktidarlara muhafazada kültürden faydalanarak ekonomik ve siyasi hegemonya kadar kültürel hegemonyada da üstünlüğü sağlamaya çalışırlar. Gündelik hayatın kültürü olarak popüler kültürün siyasi süreçlerde kullanılmaması bu anlamda imkânsızdır. Hem halkı inşa etmek hem de yarattığı halkı sürece ikna etmek için iktidarlara kullanılan popüler kültür, bu mahiyetinden dolayı popülizmle içli dışlı bir ilişki içindedir. Belirtildiği üzere popüler kültürün hegemonya kurmadaki önemi, “biz halkız” iddiasında bulunan popülist siyasetin mecburi yakınlık kuracağı ve *demokratik talepleri, evrensel taleplere* dönüştüreceği ve eklemlmeyi sağlayacağı stratejinin temel bileşenidir. Ayrıca popülist siyasetin, “biz ve onlar” antagonizmasını yaratması ve iki karşıt kültürel ve ideolojik kampı oluşturabilmesi için de popüler kültür son derece elverişlidir. Popüler kültürün gündemde olanın, çoğunluğun çıkarlarına uygun görünenin halka ait olanın, azınlıkta ve geri planda kalanın, başlangıçta dışlanıp sonra içerilenin, egemen çıkarlara aykırı gelenin, kötülenip değersizleştirilenin (Tellan ve Tellan, 2003, s.79) konusu edilen bir kültür olması, bilhassa iktidara gelme sürecinde popülist rejimlerin retoriğine çok uygundur.

Manipülasyon ve yanlış bilinçten farklı anlamlara gelen hegemonyanın sağlanması adına kullanılan popüler kültür, kültürel alanda da hegemonik olma çabasında olan iktidarlara kendi kültürel üstünlüklerini oluşturma çabasıyla iktidardan olmayanların/bizden olmayanların dışlandığı ancak özellikle iktidara gelme aşamasında ötekileri de “halka” dahil etme çabasında oldukları bir durumda işlevselleştirilir. Bu anlamda iktidar yapılanmalarını anlamının bir aracı olarak popüler kültür, kültürel hegemonyayı sağlama çabasında olan iktidarlara muhalefetin yok edilmesinden ziyade karşıt çıkarların hegemonik grubun siyasi bağlantılarına eklemlenmesine aracılık eder (Turner, 2016, s.256). Bennett’in de iddia ettiği şekliyle:

Popüler kültür alanı, egemen sınıfın hegemonya kazanma çabası ve bu çabaya karşı muhalefet biçimleri tarafından yapılandırılmıştır. Bu nedenle, ne basitçe egemen ideolojiyle örtüşen dayatılmış bir kitle kültüründen ne de basitçe kendiliğinden muhalif kültürden oluşur; daha ziyade bu ikisi arasında -farklı popüler kültür türlerinde- hâkim, tabi ve karşıt kültürel ve ideolojik değerler ile unsurların farklı permütasyonlarda “karşılaştığı” bir müzakere alanıdır (akt.Storey, 2023, s.30).

Farklı permütasyonların karşılaştığı müzakere alanı olarak hegemonyanın oluşum süreci, post-Marksist anlamda sınıfları aşan bir yapıdadır. Farklı sınıfları, cinsiyetleri, statüleri, ırkları, dinleri, inanış biçimlerini homojen bir kültür içerisinde eritmeden yani Laclaucu bir söylemle farklı tikelliklerin, kendi tikelliklerini kaybetmeden evrenselin parçası hâline gelmesi için iktidarlara kullanılmaya müsait olan popüler kültür, bu hegemonik oluşumu “eklemlenme” üstünden gerçekleştirir. Bahsedilen süreç ve eklemlenme kavramı böylesi bir açıklama girişimini Laclaucu bir popülizm tartışmasına taşır. Bir halk inşası olarak popülizm,

grubun birliğini sağlayan bir yöntemdir. Kuşkusuz grubun birliğini sağlamak için tek yol olmayan, 21. yüzyılın “popüler” siyasi trendi popülizmin en küçük birimi toplumsal taleplerdir. Hikâyenin başında, dilekler vardır ve dilekten talep etmeye geçişle birlikte popülizmin nüveleri ortaya çıkar. Dilekten taleplere dönüşümdeki ikinci merhale talepler arasında kurulan ve doyurulmayı bekleyen eşdeğerlik ilişkisidir. Açığa çıkan her talep, demokratik talep olarak betimlenirken eşdeğerliğe bağlı olarak eklemlenen ve daha büyük bir toplumsal öznelik oluşturan talep çoğulluğu popüler talepleri oluşturur. Popüler talepler, başlangıç aşamasında halkı bir aktör olarak kabul eder. Halkın inşası tam da bu noktada devreye girer ve eşdeğerlik mantığı üstünden ilerler. Burada tikelliklerin, eşdeğerlikleri ön plana çıkarılarak ortak yönleri üstünde durulurken, tikelliklerinden kısmi anlamda vazgeçmesi beklenir. Fakat vurgulandığı üzere bu kısmi bir durumdur ve fark ve eşdeğerlik bir arada işlemeye devam eder. Eşdeğerlik ve fark arasında yaratılan özel eklemlenme ise toplumu dikotomik olarak iki kampa böler ve toplumsal olanın antogonistik bölünmesi gerçekleşir. Nihayetinde ise kamplardan birisi bütün olduğunu iddia eder. Özetle, siyaset biliminin önemli bir tartışma sahası olan popülizmin, dilekleri taleplere talepleri ise eşdeğerlik zinciri ile bir *boş gösteren (empty signifiers)* etrafında bütün, evrensel hâle getirmesi yani hegemonik bütünleşmeyi sağlaması *kapsamlamayla (synecdoche)* yani bütünü temsil eden parça ile gerçekleşir. Halk da bu anlamda toplumsal failer arasındaki gerçek bir ilişkidir ve halkın birliğini, grubun birliğini sağlayan yol da popülizmdir (Laclau, 2013, s.85-112). Popüler kültürün hegemonya ile kurduğu bağ da tam olarak böyle bir noktadan ortaya çıkar; zira popüler kültürün kendisi de halkın inşasına yönelik teorilerle birlikte ele alınır.

Popülist siyaset yürüten iktidarlar, bir halk inşası gerçekleştirirken, toplumu farklar üstünden antagonize ederken ve gerçek halkı kendilerinin temsil ettiğini söylerken gündelik hayatın kültüründen faydalanırlar. Elitlere karşı halkın yüceltildiği, yerleşik kurumlara karşı eleştirinin yükseldiği, duyguları merkeze alan siyasaların ön plana çıktığı ve karizmatik bir liderin etrafında gelişen popülist siyaset mantığı, bu bağlamda, küreselleşmiş, ekonomik anlamda sınırlarını yitirmiş ve toplumsal parçalanmışlıklarla çevrili bir dünya düzeninde hakim siyaset hâline gelirken; ekonomik sınırların belirsizleştiği bu zaman diliminde sınırlar kültürlerle çizilmiş ve popülist uygulamalar, her ülkenin kendi kültürüne uygun boş gösterenler etrafında şekillenmiştir (Tan, 2019, s. 111-112). Karşı kültürün seçkin olarak nitelendirildiği bir siyaset tarzında, eklemlenme stratejisinin üstüne kurulacağı kültür doğal olarak yüksek kültür karşısında konumlanan popüler kültürdür. Ayrıca popüler kültürün ideolojik kertede hegemonyayı sağlama yatkınlığı ve gündelikte olan münasebeti popülist siyasetin matematiğiyle doğru orantılıdır. Çünkü hâkim sınıfa dahil olmayan yani iktidar bloğunun karşısında yer alan halkın, hegemonya ile inşa edilmesi olarak beliren popülizm, gündelik hayat pratikleri üzerinden tahakküme yönelik rızayı ustaca üretir ve bunu toplumu ikiye bölerek yapar. Bu hasmane tarafgirlik yönetim süreci boyunca işlenir ve toplumun kutuplaşma özelliği kullanarak, toplumsal yarıklardan nemalanılır. Yukarıdaki bölümde belirtildiği üzere Gramsci’nin farklı taleplerin eklemlenmesini sağladığını öne sürdüğü ortak duyu, bu bağlamda yalnızca gündelik hayatın algılanmasını sağlamaz aynı zamanda nasıl algılanacağı yaratısı üstünden bahsedilen antagonizmayı da şekillendirir. Kısacası, kültürel liderliği ele geçirme yarışını da içeren hegemonya oluşturma, sürekli bir savaş alanı olarak gündelik hayat pratikleri üstünden işlerken popülist siyaset, bu özelliği fark ederek kendi lehine kullanmaya çabalar ve özellikle toplumsal yarıklardan faydalanarak; “ötekinin” “elitliğine” işaret eder ve “halkı” kendinin temsil ettiğini iddia eder. Öfke ve umut gibi duyguları kullanarak bizden olmayana dair duyguları yönlendiren popülist siyaset, folklardan elbette beslenir, kökleri yerelde olan halk inançlarına ve pratiklerine sık sık referans verir hatta bazen aksi bir tavırla yüksek kültüre entegre olmaya çalışan bir tutum takınır ancak bu çoğu kez hem halk kültürünün hem de yüksek kültürün popüler kültür pratikleri içiresinden konuşturulmasının ötesine gitmez. Son kertede,

popüler kültür, popülist iktidarın halkı “çağırmasının” pratiği olarak önemli bir kültürel teçhizat olarak açıkça kullanılır. Kültürel iktidarı korumak ve iktidarın sürdürülmesini sağlamak adına başvuru popüler kültür buna çok elverişlidir zira Bennett’in (1999) da işaret ettiği gibi popüler kültür hem iktidarı hem de muhalefeti kapsar ve ikisinin hegemonya savaşını yani tahakküm altına alınanla tahakküm altında tutan mücadelelerini içerir. Başka bir deyişle, popülizm, halkın siyasi olarak inşa edilmesini ve iktidar bloğu ile olan ilişkisini, popüler kültür aracılığıyla sağlar ve gündelik hayatın her alanında hegemonik üstünlük kurmak için popüler kültürün açtığı izleği takip eder.

Popülizmin Gündüz Düşü: Pop-İslam

Pejoratif anlamda, halk dalkavukluğu ile bir tutularak sürekli eleştirel bir tonda kullanılan “opülis” sıfatı, siyaset bilimi literatüründe farklı teorik açıklamalara sahip olmakla birlikte popüler kullanımda bugün hâlâ olumsuz bir anlamlandırmaya sahiptir. Ancak popülist sıfatı kadar, kitleler nazarında pejoratif bir tınıya sahip olan bir sıfat daha vardır: “elitist”. Öyle ki bugünün gündelik siyaset terminolojisinde popülist olmak ne kadar kötüyse elitist olmak da o derece kötüdür ve siyasetçiler bu iki salınımdan kaçınırlar. Siyasetçiler bu iki sıfatla anılmaktan imtina ederler fakat günün sonunda siyaset pratiği, siyasetçileri bu iki sıfattan birine saplar ya da yakınlaştırır. 2000’lerin başından itibaren farklı ülke deneyimleriyle sıkça gözlemlenebilir hâle gelen popülist siyaset, bu anlamda, ekonomik krizler başta olmak üzere çoklu krizlerin “halk” nezdinde yarattığı hayal kırıklıklarına panzehir olarak sunulmuş ve yükselişe geçmiştir. Siyasetçiler, ben popülistim demese bile “ben halkım” diyerek anti-elitist bir gündemle ilerlemiş ve yerele dair vurguyu artırmıştır. Eklemlleme stratejisiyle belirli boş gösterenler etrafında ve halk olmayana/ötekini işaret ederek evrensel bir küme meydana getiren popülizm, bu halk inşa sürecinde halka ait olan kültürden yararlanır. Bu anlamda Jim McGuigan’ın (1992, s.2-4) işaret ettiği bir *kültürel popülizm*, sürecin doğal parçası olarak yerleşir. Kültürel popülizmin analitik bir kategori olmadığını ve semantik sabitliğe karşı direndiğini, bu anlamda da akademik popülizm tanımlamalarından ziyade siyasi popülizme yakın terim kullanımı yaptığını belirten MacGuigan, kültürel popülizmi, ciddi kültür statüsünü, halkın onayı ve ticari başarı uğruna “satmak” üstünden açılar ve kültürel popülizmi şu şekilde tanımlar: Popüler kültür öğrencilerinin bazılarının, sıradan insanın sembolik deneyimlerinin ve pratiklerinin büyük “K” harfine sahip kültürden analitik ve politik olarak daha önemli olduğu yönündeki entelektüel varsayımdır. MacGuigan, bu tanımıyla, kültürel popülizmin anti-elitist yönüne işaret etmekle birlikte kültürel popülizmin tüketime bağlanmış sorgulayıcı bir kültür olmamasını da eleştirir. MacGuigan’ın işaret ettiği kültür, bu bağlamda, toplumun ayrıcalıklı kesimlerine hitap eden büyük “K”lı yüksek kültür değil; sıradan kesimlerine ait olan küçük “k”lı popüler kültürdür. İkisinin dışında yer alan bir de halk kültürü vardır ki bu kültür otantikliği sebebiyle hayranlık uyandıran hem yüksek kültürün hem de popüler kültürün malzeme toplamak için zaman zaman başvurduğu kültürel bir kaynaktır (Mutlu, 2016, s.15). Fark edileceği üzere, çağdaş popülizmlerin başvuru kaynağı da doğal olarak küçük “k”lı popüler kültürdür ve halk kültüründen beslenmekle birlikte kültürel popülizm yaklaşımının da söylediği gibi ondan farklıdır. Gündelik hayatın hazlarını açığa çıkararak çağdaş dünyanın krizlerini bilinç düzeyinde kültürel salvolarla savuşturma gayesinde olan ve bunu anti-elitist bir noktadan ve kutuplaştırmayla gerçekleştirmek isteyen popülizm için popüler kültürün ulusal bir kültür olma ve geç kapitalizmin halk kültürü olma niteliği (Mutlu, 2016) bulunmaz bir nimettir ve eklemlleme stratejisinin odağında yer alır. Ötekini elit olarak ‘damgalarken’ sahip olunamayanların işaret edilmesine alan açan popüler kültür, bu yönüyle adeta popülizmin gündüz düşüdür.

21. yüzyıl siyasetine damga vuran ve hem sol hem de sağ türevleri sıkça görülen popülizm, bu yüzyılın hayaleti olarak yerkürenin hemen her kıtasında dolaşırken, Türkiye

siyaseti de ilgili yükselişin paydaşlarından birisi olmuştur. 2002 yılında iktidara gelen ve bu makalenin yazıldığı sene itibarıyla iktidarının yirmi üçüncü yılına giren Adalet ve Kalkınma Partisi (AK Parti), sağ versiyonuyla yükselen siyasi trend popülizmin önemli temsilcilerinden birisi olmuş ve gerek iktidara geliş gerekse de iktidarını muhafazada popülist politikalara yer vermiştir. Popülist siyasalarını uygularken popüler kültürden yararlanan partinin boş göstereni ise “İslam” olmuş ve muhafazakâr demokrat bir parti olduğu savıyla siyasete başlayan parti, eklemlleme stratejisini İslami değerler üstüne kurarak özellikle muhafazakâr grupların sosyal taleplerini İslamcı bir eşdeğerlik zinciri etrafında bir araya getirmiştir. Ancak otantik bir İslami kültürden beslenmekten ziyade popüler kültür ile İslam’ı bir araya getiren iktidar partisi, yerlilik ve millilik iddiasını tam bu noktadan yola çıkarak kurarken diğer yandan da ekonomik ve politik kertede sağladığı hegemonyasını kültürel sahaya da taşımak istemiştir. Ayrıca iktidarını perçinledikçe kutuplaştırıcı siyaset dozunu artıran parti için Türkiye’nin önemli toplumsal yarıklarından birisi olan dindar-seküler ayrımından faydalanmak gittikçe olağan bir hâl almıştır. Popüler kültüre başvurmaksa kültürel kutuplaşma için bulunmaz bir nimet olmuştur: İktidar partisi siyasasını popüler kültürle buluşturdukça bir yandan parti tabanı başta olmak üzere seçmenlere yüksek kültür karşısında nasıl halkçı bir politika izlediğinin imajını çizmiş bir yandan da yıllarca elitist olmakla eleştirdiği seküler cenahla arasına antagonistik bir kültürel çizgi çekmiştir. Antagonizmanın bir ucunda gerçek halkı temsil ettiğini iddia eden Sünni Türk Müslümanlar varken diğer ucunda iktidara gelmeden önce ahlaksız ve yozlaşmış elitler olduğuna inandığı siyasal rakipler, iktidara geldiğinde ise meşruluğunu kaybetmiş bir muhalefete karşılık gelen laik elitler vardır (Müller, 2017, s.36). Böyle bir popülist momentte, kültürel küreselleşme giderek tehditkâr bir unsur olarak işaretlenmiş ve yerele yapılan vurgu her geçen gün artmıştır; başka bir söylemle sağ popülizmin milliyetçilikle örülü yapısı, yerel ve kendinden olmayanı bir tehdit olarak vurgularken AK Parti yönetimi de kendi kültürel habitusunu yaratmak istemiş ve sağ iktidar, popüler kültür üstünden kendi kültür endüstrisini oluşturmaya çalışmıştır. Parti lideri ve diğer partililerce sıklıkla dile getirilen “kültürel hegemonya” olamama, Lacancı anlamda bir eksiklik olarak belirdikçe, partililer arzusunu kültürel olana çevirmiş ve bu amaçla İslami bir kültür endüstrisinin içinden kültürel bir inşa gerçekleştirme çabası gelişmiştir.

Bugün itibarıyla tek bir yaşam stili olmayan İslam, farklı yorum ve yaşayış biçimleriyle karşı karşıyadır. Hem kamusal hem de özel alanda görünürlüğü artan, aşırı sağın yükselişi ile birlikte sıkça tartışılan İslam, dini bir tanımlama olmasının yanı sıra kültürel ve siyasi bir kimliği de karşılamaktadır. Uzunca süre modernite ile olan karşılaşmalarında nerede konumlanacağı tam olarak kestirilemeyen Müslümanlık, zamanla, özellikle küreselleşmenin etkisiyle, modernlikle olan zıtlıklarını törpülemiştir. Küreselleşmenin ekonomik, kültürel ve coğrafi sınırları silikleştirmesi, İslam ve modernite arasında da benzer şekilde sınırları belirsizleştirmiştir. İslam dinine mensup özneler, böylelikle modern hayattan yararlanmaya başlamıştır fakat söz konusu yarar ilişkisi her seferinde dini referansları ya da onayı gerektirmiştir. Dinin yeniden yorumlanması neticesinde ve serbest piyasa ekonomisinin zorlayıcı etkisiyle İslam, gittikçe siyasi ve kültürel bir kimlik olarak daha da ön plana çıkmıştır. Müslüman öznenin giderek yeni bir yaşam biçimine doğru yol aldığı bu kimlik, dayatılan değil talep edilen bir hayat istenci etrafında şekillenmiştir.

Din temelli burjuvalaşmanın da etkili olduğu bu değişim süreci, özellikle gündelik hayatın İslami değerler ölçeğinde yeniden anlamlandırılması ve Müslüman öznenin üretici-tüketici sürecinin parçası hâline gelmesi çerçevesinde yaşanmıştır. Bahsedilen anlamlandırmada zevkler İslamileştirilmiş böylelikle de İslam’ın geleneksel yorumlanışı yerini, İslami burjuvazinin kontrolörlüğünde popüler bir kültür algısına bırakmıştır. Bir hayat reformu anlamına gelecek bu başkalaşım, çeşitli meta üretimlerinden modaya, edebiyattan müziğe,

sosyalleşme mekânlarından iletişim dünyasına birçok alanı etkilemiştir. İslami burjuvazinin siyasetle yaptığı iş birliğinin sonucu olarak popülist bir düzlemde ve popüler kültürün ön plana çıktığı ve zikredildiği üzere farklı alanları içeren bu kültürel yapı, İslam'ın kültür endüstrisine yaratılmaktadır. Bu, esasında İslam'ın ekonomik ve ideolojik egemenliğini kuvvetlendirmek, korumak ve yukarıda da söylendiği gibi kültürel alandaki eksikliği gidermek maksadıyla popüler olanla bir ilişki kurarak kendine has bir kültür endüstrisi yaratma serüvenidir. Bu serüven nihayetinde hem piyasaya hem de bilinçlere yönelik ideolojik bir adımdır. Gramsciye bağlamda kültürel ve ekonomik süreçlerin iç içe geçtiği İslam'ın kültür endüstrisi, aynı zamanda bir rıza üretim mekanizmasıdır. Piyasaya yönelik hedeflerin yanı sıra siyasi iktidarın İslami burjuvazi ile birlikte yapılandığı bu kültür endüstrisi, ideolojik bir misyonla donatılmıştır ve kitleleri, halkı tüketiciler olarak sürece dahil etmektedir. Bu anlamda Adorno ve Horkheimer'in kültür endüstrisinden farklı olarak dayatılan bir kültür üretiminde bulunmayan İslam'ın kültür endüstrisi, Müslüman tüketici için İslami bir pazar yaratır ve bu tüketiciler pasif özneler değildir. Tüketicinin istenci özellikle popülist rejimce çerçevelendiği için nettir ve inşa edilen halk, o ülkenin gerçek sahibi olarak kendine ait olanı tüketme talebinde bulunmalıdır. Bu noktada, sağ popülist rejim tarafından, üst bölümde belirtilen Althusser'in kavramsallaştırmasına referansla, İslami "çağırma" karşılaştıran tüketici, özneleştiğini hissedecektir. Beğenisi ve ihtiyacı popüler kültüre adapte edilmiş Müslüman özne, böylece hem siyasi bir eklemlemenin parçası hem de gündelik hayatta tekrarlanan ideolojinin alıcısı hâline getirilerek zora/baskıya maruz kalmadan bir tahakkümün içine dahil olur (Tan, 2016, s.38-41). Politik ve ekonomik gücü elinde bulunduran sağ popülist rejimin kültürel eksikliği gidermeye ilişkin gayreti, sadece eksikliğini duyduğu alana yönlendirilen arzusun sonucu olarak sirayet etmemiş aynı zamanda da rejimin "biz" ve "onlar" ayrımını "halkın gerçek değerleri" üstünden sürdürmesine de hizmet etmiştir.

Kısacası, 2002'de tek başına iktidara gelen AK Parti, İslam boş göstereni etrafında şekillenen siyasi gücünü, İslami burjuvaziyle kurduğu karşılıklı dayanışma sayesinde pekiştirmiştir. Bu güçlenme, kültürel zeminde de yankı bulmuş ve iktidarın sürdürülmesi ile korunması temel bir hedef hâline gelmiştir. İktidara geldiğinde *Millî Görüş gömleğini* çıkaran AK Parti yönetimi, zamanla iktidarını sağlamlaştırdıkça Millî Görüş'ün millici-popülist dilini canlandırmıştır. Batılı, yoz, yabancılaşmış hayat tarzı ile özdeşleştirilen ve seçkinlerden oluşan "azgın azınlığın" karşısında yer alan "millî irade" söylemi, AK Parti'nin popülizminin de can damarı olan anti-entelektüalizmle doğrudan uyuşmuştur ve parti kültürel mücadelesini halka tepeden bakan kibirli aydın çevresine karşı başlatmıştır ki bu Cumhuriyet'in "laisist-batıcı" olarak tanımlanan kültürel inkılaplarını, öze dönüş şiarıyla tasfiye etme taktiği olarak işlemiştir. Bu strateji, özetle, *tepeden inme, yapay olan bir kültürel yapının yerine, milletin otantik değerlerini ihya ettiğini ileri süren etno-popülizm söylemine dayanır*. Cumhuriyet'in özel günlerine karşı Osmanlı ve Selçuklu övgüsüyle düzenlenen İstanbul fetih kutlamaları, Malazgirt kutlamaları ve Kut'ül Amare kutlamaları ve bunların büyük törenlerle yapılması (Bora, 2024, s.566-567) ilgili popülizmin en net ifadelerindendir. Bu törenlerin yüceltilmesine karşı 15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü haricinde milli bayramların gerekli ilgiyi görmediğine ilişkin kutbun diğer ucundan gelen eleştiriler, söz konusu taktiğin, kültürel kutuplaştırmanın bir göstergesidir. Ayrıca kültür endüstrisinin en önemli kaynaklarından birisi olan TV'lerde ve bu endüstrinin çağdaş yapılanma düzlemi olan platformlarda son derece büyük bütçelerle hazırlanan başta Osmanlı olmak üzere Cumhuriyet öncesi döneme dair dizilerin yapılması iktidarın popüler kültürle yakınlaşmasının açık bir ifadesidir. Literatürde sıkça tartışılan bu diziler, varlığını sürdürmekle beraber, son zamanlarda toplumsal kutuplaşmanın farklı metotlarla ekranlara yansıtıldığı görülmektedir.

Ömer, Kızılıçık Şerbeti ve Kızıl Goncalar isimli yüksek izlenme oranına sahip diziler, önceki sezonlarda popüler olan tarihi dizilerin popülerlik konumunu değiştirmiştir. Bahsedilen dizilerin ortak özelliği, toplumsal yapı içerisinde önemli bir sosyolojik kırılma olan sağ popülist rejimin “biz ve onlar” ayrımına denk düşen seküler-dindar ayrışmasını ve çatışmasını yansıtır. Kültürel kutuplaşmanın siyasi bir arka planla popüler bir dünya üstünden yansıtılması, izleyici tarafgirliğini doğrudan etkilemekte ve toplumsal yarıkları derinleştirmektedir. İletişim dünyasından, bu minvalde gelen son örnek, TRT’nin “yerli”, uluslararası dijital platformu olan “tabii”de yayınlanan “Gassal” dizisi olmuştur. Dizi, henüz daha yayınlanmadan, şiddet faili başrol oyuncusu ve dizinin tanıtımı sebebiyle ve dindar-seküler çatışması zeminine oturtularak tartışılmaya başlanmıştır. Muhafazakâr çevreden kadın bir senaristin kaleminden çıkan dizinin tek bir sahne dışında seküler bir karikatürizasyonu olmasa bile (Çelenk, 2025) dizi, izleyiciler nezdinde böyle bir kutuplaştırıcı zeminde algılanmıştır. Bu anlamda, Diyanet İşleri Başkanı’nın kızı Merve Safa Erbaş’ın sosyal medya hesabı X’te yaptığı, paylaşım ve bu paylaşıma gelen tepkiler (Demirci, 2025) ilgili kutuplaşma zeminin popüler kültürle yakınlaşmasının yakın tarihli örneği olarak açığa çıkmıştır. Ekranlarda dikkat çeken bir diğer önemli husus, dizi ve filmlerin iktidar ideolojisini pekiştiren bir formasyonu yansıtmasıdır. Bu doğrultuda, AK Parti iktidarının kültürel hegemonyasını pekiştirmede medya yapımlarının rolü büyüktür ve bu yapımlar, özellikle diziler aracılığıyla toplumsal normları inşa etme çabalarını göstermektedir. ATV, TRT gibi “devletin ideolojik aygıtı” olarak işlev gören kimi kanallar, ideolojik mesajların yayılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Örneğin bu kanallarda yayınlanan “Diriliş ‘Ertuğrul’” ve “Kuruluş Osman” gibi tarihi diziler, iktidarın “Türk-İslam” kimliğini güçlendirmeyi amaçlayan ideolojik bir araç olarak işlev görmüştür. Bu diziler, Osmanlı ve Türk tarihine dair dramatize edilmiş anlatılar sunarak hem dini hem de milli değerlere vurgu yapmış, halkın bu değerlerle özdeşleşmesini sağlamıştır. Aynı şekilde, “Uyanış: Büyük Selçuklu” ve “Alparslan: Büyük Selçuklu” gibi yapımlar da tarihsel figürlerin ve olayların üzerinden iktidarın kültürel ve siyasi mesajlarını güçlendirmektedir. “Kudüs Fatihî Selahaddin Eyyubi” ve “Bozkır Arslanı Celaleddin” tarzındaki dizilerse, kahramanlık öyküleri üzerinden halkı birleştiren, ahlaki değerleri yücelten ve toplumsal düzeni savunan figürler sunmaktadır. Ayrıca, “Barbaroslar: Akdeniz’in Kılıcı” ve “Payitaht Abdülhamit” gibi yapımlar, Osmanlı İmparatorluğu’nun tarihsel gücünü ve yönetim biçimini öne çıkarırken, halkı millî kimlik ve değerler etrafında birleştirmeyi hedeflemektedir. Bu tür yapımlar, toplumsal yapıdaki gerilimi keskinleştirirken, teorik olarak iktidarın hegemonik ideolojisini topluma dayatmakta; pratikte ise halkın günlük hayatına nüfuz eden bir kültürel yapı inşa etmektedir. Özetle, medya içerikleri, sadece eğlenceye yönelik değil; aynı zamanda toplumsal yapıyı şekillendiren ve kutuplaştırıcı söylemleri pekiştiren bir araç olarak kullanılmıştır.

Popülist rejimin popüler kültür aracılığıyla kurduğu ilişki ve yaratmaya çalıştığı kültürel kutuplaşmanın, belirtildiği gibi, farklı boyutları vardır. Önceki paragrafta da anlatılmaya çalışıldığı üzere iletişim araçları bunun en kolay gerçekleştirilebileceği alandır. Filmler, diziler, reklamlar, şehir billboardları ulaşılabilirlik açısından en sık tercih edilenleri olsa da AK Parti’nin sürdürdüğü kültürel hegemonya savaşı pek çok cephede özellikle sermaye ile yaptığı iş birliği aracılığıyla sürmektedir. Çukurambar ve Fatih semtleri gibi en bilinen örnekleri ile İslami sosyalleşme ve lüks yaşam mekânlarının artışı, gündelik hayat pratiklerindeki yarışın ifadesi olarak düşünülebilir. Seküler “cephes” için geliştirilen halktan kopuk olma eleştirisine ve uzunca süre kent çeperlerinde sürdürülen yaşamlara koşut olarak lüks semtlere yerleşme, buraların rantlarından yararlanma ve dini yaşamı bu semtlerdeki lüks cafe ve nargile salonlarına taşıma öz bir söylemle “Çukurambarlaşma (Çaylak, 2016)” üstünden yeni bir İslami sosyalleşme ve hayat tarzı yaratma popüler kültüre entegrasyonun başka bir şeklidir. Gündelik hayatı İslami bir yaşam tarzı ile çerçeveleyen ve İslami sosyalleşme mekanlarını çoğaltan bir

diğer hizmet sahası için; helal turizm çatısı altında oluşturulan helal otellere, helal Cruise turlarına ya da düğün organizasyonları için tercih edilen lüks ama dini düğün organizasyon ve salonlarına bakılabilir. Popüler kültür ile buluşan, lüks ile kaynaşan bu sosyal mekanlar İslami bir içeriğe sahip olmaktan ziyade İslami bir perdeye sahiptir ve seküler lüksün adeta ayna görüntüsüdür.

Bourdieuocu anlamda İslami bir habitus yaratmanın hem popüler kültürle hem de tüketimle birleştirilmiş bu iktidar yordamının işlediği bir diğer alansa İslami moda olarak değerlendirilebilir. İslami hayat tarzının siyasallaşması üzerinden okunabilecek bu alan, bir yandan uzunca süre kamusal alandan dışlanmış olan Müslüman kadın için kamusallaşmanın aracısı olmuşken; diğer yandan da bir yaşam ve inanma tarzının adım adım siyasileşmesinin, sembolleştirilmesinin ifadesi olmuştur. Bu anlamda, inanan kadının kendi kimlik ve yaşama tarzına atıf verme ve kamusal alana katılımını sağlama amacının dışında giderek daha fazla siyasi kodlarla örülmüş ve kadınlardan ziyade erkeklerin gündemi olmuştur. Özellikle başörtüsü, siyasi partilerin retorığının bir parçası hâline getirilmiş ancak başörtülü aday konusunda gerekli hak savunuculuğu çoğu kez verilmemiş; partili kadınlar kılık kıyafetlerinden ötürü eleştirildiğinde partiler sessizliğe gömülmüştür. Bu hâliyle yalnızca Müslüman kadınların ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla olmayan İslami moda, bir yandan siyasi bir kimliğe atıf bir yandan ideolojik bir yayılma aracı bir yandan da İslami pazarın çıktısıdır ki bu da İslami modayı tam anlamıyla bir kültür endüstrisi ürünü hâline getirir (Tan, 2016, s.5). Henri Lefebvre'nin (2016, s.87) de belirttiği üzere, gündelik hayattan çeşitli çıkar sağlayabilseler dahi gündelik hayatın esas ağırlığı kadınların üstündedir. Kadınların ikamelerinin olması, aleyhlerinedir ve onları gündelik hayatın kurbanı hâline getirir çünkü kadınlar gündelik hayatta hem özne hem nesne hem üretici hem tüketici hem meta hem de metanın simgesidir. Tam da aynı yerden, Müslüman kadın da gündelik hayatın hem öznesi hem de nesnesi olarak kodlanmıştır. İnanç dünyasına uygun bir giyim stili içinde özneleşen dindar kadının, kamusal alanda tanınırlığının olabilmesi için kendini siyasal bir özne olarak tanımlaması, onu gündelik hayat içerisinde de özneleştirecektir. Birbirini tamamlayan bir sürecin ardında, geleneksel gündelik yaşamda bir inancın gerekliliği olan, korunma ve mahremiyet vurgusu bulunan örtünme, görünürlük elde etmenin aracına dönüşür. Böylesi bir dönüşüm ise *örtünmüş mahremiyetin görsel sunumunu* önemli hâle getirir (Yücebaş, 2012, s.69) ve İslami moda kadın bedenini, aynı anda aktör ve tüketici kılar. 2000'lerle birlikte daha da önemli hâle gelen görsel sunum, İslami moda etrafında ve İslami burjuvazinin kontrolörlüğünde şekillendikçe İslami ilkelere uygunluk daha çok popüler olana eklemleme olarak açığa çıkmıştır. Popüler kültüre entegre, bedeni ve zihni yeniden inşa etme gayretinde olan İslami moda, bu özelliği ile ideolojik anlamda sıklıkla kullanılmış; İslamcı ideoloji için iktidarını üzerine inşa ettiği bir alan olmuştur. İslami ilkelere bedene nüfuz etmenin aracısı olan İslami moda, gündelik hayatın içinden işlerken tıpkı sosyalleşme mekanlarında olduğu gibi eleştirdiği halktan kopuklukla sınanmıştır. Lüks markaların tekelinde olan, moda dergilerinin, önemli defilelerin küratörlerinin ve ünlü modacıların İslam referanslarıyla kuşatılan İslami moda, popülist bir yerden kurduğu ve halkın öz değerlerine yabancılaştırılması üstünden eleştirdiği "seküler öteki" gibi adım adım halktan kopmuş ancak popüler olanla kurduğu bağla önemli oranda "ideolojik takipçi" elde etmiştir.

Kısacası, iletişim araçlarından modaya, sosyalleşme mekânlarından çeşitli meta üretimlerine kadar pek çok alanda gözlemlenebilen İslam kültürü ile popüler kültürün kaynaşması anlamında Pop-İslam, 2002 yılından beri iktidarda olan AK Parti için gerek bir halk inşası gerçekleştirmede gerekse de iktidarını muhafaza etmede ideolojik olarak son derece önemli rol oynamıştır. Popülist siyasanın, kendini kurmak ve nüfuz etmek istediği gündelik hayatın yönlendirilmesi için muazzam bir fırsat olan pop-İslam bu anlamda, AK Parti'nin kültürel yerelciliği savunduğu, gerçek halkın kültürünü yansıttığını iddia ettiği ve günün

sonunda kültürel hegemonya açığını kapatmak için kültürel üstünlük savını öne çıkardığı bir düşünce olarak belirlemektedir.

Sonuç Yerine...

Sonuç olarak, popüler kültür ile popülist siyaset arasındaki ilişki, özellikle sağ popülist rejimlerin kültürel hegemonya oluşturma çabalarında belirgin bir şekilde kendini göstermektedir. Bu bağlamda, popüler kültür hem bir iktidar aracı hem de karşı-hegemonik mücadelelerin sahnesi olarak ikili bir yapı sergiler. Popüler kültürün geniş kitlelerce benimsenen yapısı, egemen güçlerin ideolojik projelerini meşrulaştırmalarını sağlarken, aynı zamanda alternatif toplumsal hareketlere ve eleştirel direnişe de zemin hazırlayabilir. Ancak bu çalışmada, popüler kültürün daha çok hegemonik boyutlarına ve kültürel kutuplaşma yaratma potansiyeline dikkat çekilmiştir. Türkiye özelinde, sağ popülist politikalarla şekillenen "Pop-İslam" olgusu, kültürel yerelleşme iddiası ve hegemonya inşası arasındaki ince çizgide ilerlemektedir. AK Parti'nin, İslami değerler ve popüler kültür pratiklerini bir araya getirerek oluşturduğu kültürel politikalar, yalnızca toplumsal kutuplaşmayı derinleştirmekle kalmamış, aynı zamanda modernite, gelenek ve tüketime dayalı yeni bir kültürel kimlik yaratmıştır. Bu süreç, ideolojik olarak "halk" inşasını mümkün kılarken, aynı zamanda popüler kültürün manipülatif doğasını da gözler önüne sermektedir.

Son tahlilde, popüler kültürün hegemonik doğasının yanı sıra direnç ve alternatif söylemler için bir alan sunduğu da göz ardı edilmemelidir. Eğer iktidar popüler kültürden yararlanarak toplumu dönüştürebiliyorsa, muhalefet ve farklı toplumsal hareketler de bu dinamik yapıdan faydalanabilir. Ancak bitirirken belirtmek gerekir ki popülist rejimlerin, kitleselleşme ve post-hakikat (post-truth) döneminin araçlarını kullanarak sahiciliğini yitirmiş toplumsal yapılar oluşturmaları önemli bir gerçektir ve bu, popüler kültürün olumsuz yönlerini daha görünür kılmaktadır. Bu nedenle hem sağ hem de sol popülist hareketler tarafından kullanılan popüler kültürün toplumsal dönüşümlere etkisi, daha kapsamlı ve eleştirel bir şekilde incelenmeyi hak etmektedir.

Kaynakça

- Althusser, L. (2015). *İdeoloji ve devletin ideolojik aygıtları*. İstanbul: İthaki Yayınları.
- Anderson, B. (2015). *Hayali cemaatler: milliyetçiliğin kökenleri ve yayılması*. İstanbul : Metis Yayınları.
- Barber, B. (2001). *Jihad vs. McWorld*. New York: Ballantine Books.
- Bennett, T. (1999). Popüler ve popüler kültür politikası. N. Güngör içinde, *Popüler kültür ve iktidar* (s. 53-72). Ankara : Vadi Yayınları.
- Bora, T. (2024). Kültüralizm, popülizm ve kültürel iktidar. C. Özatalay içinde, *Toplumsal yapı: Türkiye'de eşitsizlik, tahakküm, değişim* (s. 563-573). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bryman, A. (2004). *The disneyization of society*. London: SAGE.
- Burke, P. (1978). *Popular culture in early modern europe*. USA: Ashgate.
- Çaylak, A. (2016). Türkiye'de muhafazakar müslümanlığın dönüşümü ve çukurambarlaşma. *Birikim* (332), 81-91.
- Çelenk, Z. (2025, Ocak 10). *Varoluş sancısı çeken muhafazakâr: Gassal*. GazeteDuvar: <https://www.gazeteduvar.com.tr/varolus-sancisi-ceken-muhafazakar-gassal-makale-1748608> adresinden alındı. (Son erişim tarihi: 22 Ocak 2025).
- Dağtaş, E., Özer, Ö. (2011). *Popüler kültürün hakimiyeti: bir Türkiye hikayesi*. İstanbul: Literatürk Academia.
- Demirci, E. (2025, Ocak 4). *Diyanet İşleri Başkanı'nın kızı Gassal dizisini savundu, tepkiler gecikmedi*. Onedio: <https://onedio.com/haber/diyanet-isleri-baskani-nin-kizi-gassal->

- dizisini-savundu-tepkiler-gecikmedi-1268091 adresinden alındı. (Son erişim tarihi: 22 Ocak 2025).
- Gramsci, A. (2012). *Gramsci kitabı: Seçme yazılar 1916-1935* (Haz. David Forgacs). Ankara: Dipnot Yayınları.
- Holton, R. (2000). Globalization's cultural consequences. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* (570), 140-152.
- Laclau, E. (2013). *Popülist akıl üzerine*. Ankara: Epos Yayınları.
- Laclau, E., Mouffe, C. (2012). *Hegemonya ve sosyalist strateji: radikal demokratik bir politikaya doğru*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Lefebvre, H. (2016). *Modern dünyada gündelik hayat*. İstanbul : Metis Yayınları.
- McGuigan, J. (1992). *Cultural populism*. London ve New York: Routledge.
- Mutlu, E. (2016). Popüler kültürü eleştirmek. *Doğu Batı Düşünce Dergisi* , 11-44.
- Müller, J.-W. (2017). *Popülizm nedir?* . İstanbul : İletişim Yayınları.
- Oktay, A. (1994). *Türkiye'de popüler kültür*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Ritzer, G. (2011). *Toplumsal McDonaldlaştırılması çağdaş toplum yaşamının değişen karakteri üzerine bir inceleme*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Storey, J. (2000). *Popüler kültür çalışmaları*. İstanbul: Babil Yayınları.
- Storey, J. (2023). *Kültürel teori ve popüler kültüre giriş*. İstanbul: Bilge Kültür Sanat.
- Tan, G. Ö. (2016). Kültürel muhafazakarlık ve popüler kültür. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Tan, G. Ö. (2019). Türkiye'de sağ popülizm ve kadın. *Toplum ve Bilim* (147), 108-127.
- Tellan, D., Tellan, T. (2003). Türkiye'deki popüler kültür çalışmaları üzerine kısa bir değerlendirme. *Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi* (3), 77-99.
- Tomlinson, J. (2013). *Küreselleşme ve kültür*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Turner, G. (2016). *İngiliz kültürel çalışmaları*. Ankara: Heretik Yayınları.
- Wagnleitner, R. (1994). *Coca-Colonization and the Cold War*. University of North Carolina Press.
- Williams, R. (2006). *Anahtar sözcükler*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Yetiş, M. (2012). Hegemonya. G. Atılğan, & E. Aytekin içinde, *Siyaset Bilimi: Kavramlar, İdeolojiler, Disiplinler Arası İlişkiler* (s. 87-98). İstanbul: Yordam Kitap.
- Yücebaş, S. (2012). Türkiye'de muhafazakârlığın gündelik yaşam estetiği. *İnsanbilim Dergisi* 1(2), 62-80.