

FORDİST BİRİKİM REJİMİ VE KİTLE KÜLTÜRÜ FORDIST ACCUMULATION REGIME AND MASS CULTURE

Güven SELÇUK*

ÖZET

İster dar anlamda bir üretim sistemi, isterse de bütün bir birikim rejimi olarak alınsın, Fordizm'in yalnızca ekonomik alanda değil; siyasal, toplumsal ve kültürel alanlarda da pek çok dönüşümü beraberinde getirmiş olduğu aşikârdır. 1914 yılında Henry Ford'un, günlük çalışma süresini sekiz saate düşürüp, yine günlük ücretleri de beş dolara yükseltmesi, kitle kültürünün ortaya çıkışı açısından kilit bir noktadır. Ücretlerin yükseltilmesi tüketim olanaklarını arttırmış; artan serbest zamanın yarattığı endişe ise, kitle kültürünü doğurmuştur. Fordist birikim rejimi ve kitle kültürü arasında bir nedensellik ilişkisi bulunmasının yanı sıra, Fordist üretim mantığı ile kitle kültürü ürünlerinin genel karakteristiği arasında da, bir takım benzerlikler bulunmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Fordizm, Kitle Kültürü, Serbest Zaman

ABSTRACT

Either taken in a limited sense as a production system, or taken as a whole accumulation regime, it is clear that Fordism has brought so many changes not only in the economic field; but also in the political, social and cultural spheres. The decrease in the workday to eight hours and the increase in the daily wage to five dollars by Henry Ford in 1914, is a key moment in the emergence of mass culture. The rise of the daily wage increased the consumption opportunities, and the worries arising from the increasing leisure time lead to mass culture. As there is a causality between the Fordist accumulation regime and mass culture, there are also some similarities between the logic of Fordist production and the basic characteristics of mass culture products.

Keywords: Fordism, Mass Culture, Leisure

* Öğr. Gör. Dr., Yaşar Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü.

Fordizm'in iki anlamı vardır. Kavramın bu iki kullanım biçimi birbirinden ayrı değil, ancak birbirini tamamlayıcı niteliktedir. Geniş anlamıyla Fordizm, kapitalizmin özellikle İkinci Dünya Savaşı sonrası yöneldiği yeni bir sermaye birikim rejimini ifade eder. Bu; ekonomik, siyasal, sosyal ve kültürel boyutları da olan oldukça kapsamlı ve karmaşık bir yeniden yapılanmadır. Dar anlamıyla ise, yeni bir emek düzenleme biçimi, bant tipi üretime dayalı bir üretim yöntemidir.

Üretim Yöntemi Olarak Fordizm

Fordizm dar anlamda, yani salt bir üretim yöntemi olarak ele alındığında Taylorizm'den bağımsız bir emek örgütlenmesi değil, aksine onun tamamlayıcısı ve daha gelişmiş bir hali olarak Taylorizm'den sonraki bir aşamadır.¹ Taylorizm, emeğin makine başındaki örgütlenmesine ilişkin bir olguyken;² Fordizm, fabrika içinde emekle birlikte makineli sistemin de yeniden düzenlenmesini ifade etmektedir. Dolayısıyla Fordizm, Taylorizm'den daha kapsamlı olarak, emekle birlikte emek araçlarının da yeniden organizasyonunun bir biçimidir (Belek, 1999: 60).

Taylorizm, tüm işi en ince ayrıntılarına kadar zaman ve hareket çalışmalarıyla planlamış olsa da, işçilerin makineler arasındaki hareketliliği, zaman kaybına ve verim düşüklüğüne yol açmaktadır. Çünkü makinelerin konumları sabittir. Dolayısıyla işçiler bitirdikleri parçayı, sistem içindeki bir sonraki noktaya nakletmektedirler. Bu da -her ne kadar önceden hesaplanmış ve standardize edilmiş olsa da- belli bir zamanı gerektirmektedir. Fordizm ise, işte tam olarak bu zaman kayıplarını minimize edecek şekilde, üzerinde üretimin gerçekleştirildiği kendiliğinden akan bir bant (şerit) sistemiyle Taylorizm'in geliştirdiği ilkeleri yeniden düzenlemiştir. Böylelikle işçilerin aralarında koşuşturmak zorunda kaldıkları -ve haliyle belli bir zaman harcadıkları- makineler, hareketli bir bant sistemi ile birleştirilmiştir (Belek, 1999: 60). İlk olarak Ford otomobil fabrikasında uygulamaya konan bu yeni teknoloji, muazzam bir üretim artışını da beraberinde getirmiştir. Örneğin hareketli montaj hattı uygulamaya konmadan önce bir otomobil şasisinin montajı 728 dakikada gerçekleşmekteyken, montaj hattıyla birlikte bu süre 93 dakikaya inmiştir (bkz. Arnold ve Faurote, 2005: 139).

Bunlar bir yana, George Ritzer'e göre montaj bandı, içinde büyük bir akılcılık barındırır. İnsanlıktan çıkarıcı bir iş ortamı sunar. Çok çeşitli beceri ve yetenekleri olan insanlardan, çok basitleştirilmiş, sınırlı sayıda işi defalarca yapmaları istenir. İnsanlar çalışırken insani yeteneklerini göstermek yerine, insanlıklarını

¹ 1890 sonrasında Frederich Winslow Taylor tarafından formüle edilen ve kurucusunun isminden hareketle Taylorizm olarak adlandırılan bu model, emek örgütlenişinde bilimsel dönem olarak tanımlanabilir. Taylorizm'de amaç, gereksiz zaman harcamasının önüne geçerek verimliliği, son kertede de işletmenin karlılığını arttırmaktır. Bu doğrultuda çalışmanın her aşaması kronometrik olarak denetlenir ve standardize edilir. Burada önemle belirtmek gerekir ki, Taylorizm emek araçlarının geliştirilmesi ya da teknoloji ile değil, doğrudan üretim süreci içerisinde emeğin örgütlenme biçimleriyle ilgilendir. Taylorizm'in üç temel ilkesinden söz edilebilir: I. Emek sürecinin becerisizleştirilmesi, basitleştirilmesi ve bu şekilde tüm üretim sürecinin parçalara ayrılması. II. Kol ve kafa emeğinin birbirinden ayrıştırılması. Kafa emeğinin üretimden alınarak planlama düzeyinde merkezileştirilmesi. III. İşçinin yaptığı işin her aşamasının yönetimce planlanması ve planın işçiye direktifler halinde iletilmesi (Belek, 1999: 56-58).

² Bu çalışmada ayrıntılarına girilmesi mümkün olmayan Taylorizm konusunda bakılması gereken ilk eser, şüphesiz Taylor'un ilk olarak bundan tam yüz sene önce 1911 yılında basılmış olan *Bilimsel Yönetimin İlkeleri* başlıklı kitabıdır (bkz. Taylor, 2003).

inkâr etmeye ve robot gibi davranmaya zorlanırlar ve kendilerini işte ifade edemezler. Ritzer'e göre bu, montaj bandının birçok akıldışılığından yalnızca biridir (Ritzer, 1998: 58). Montaj bandının bu akıl dışılığı ve yabancılaştırıcı yönü, Charlie Chaplin'in tüm zamanların en iyi filmlerinden biri olarak nitelenen başyapıtı *Modern Zamanlar*'da da son derece etkili bir biçimde vurgulanmıştır. Sonuç olarak Taylorist sistemdeki ayrıntılı işbölümü, kafa ve kol emeklerinin birbirinden ayrılığı, yapılan işin monotonluğu, sıkıcılığı ve yabancılaştırıcı yanı, Fordizm'de daha da artmış ve giderek boğucu bir hal almıştır.

Fordizm'de ayrıntılı işbölümü ve akan şerit uygulaması ile işçi başına üretimin daha da artması hedeflenmiş, emeğin standardizasyonu ve standart mal üretimi esas alınmıştır. Bu doğrultuda rekabetin temeli de aynı maldan çok sayıda ve ucuza üretmek üzerine kurulmuştur. Öte yandan emeğin niteliksizleştirilmesi de, Fordizm'le birlikte tam anlamıyla sağlanmıştır. İşçinin bilgi ve becerisinin dışlanması ve buna gerek duyulmaması, deneyimli işçi ile deneyimsiz işçi arasındaki farkı ortadan kaldırmıştır. Bu ise, yeni ve tecrübesiz bir işçinin, senelerce o işte çalışan tecrübeli bir diğerinin yerini hemen alabilmesini sağlamış, dolayısıyla da işveren için tüm işsizleri yedek işçi ordusu haline getirmiştir.

Birikim Rejimi Olarak Fordizm

Başlangıçta da belirtildiği gibi geniş anlamıyla Fordizm, sembolik açıdan uygulanmaya 1914 yılında başlanan, 1929'daki büyük bunalım sonrası Keynesyen teori ve refah devleti kuram ve uygulaması içinde bir takım değişikliklere uğrayarak kendini yeniden üreten, İkinci Dünya Savaşı'ndan 1970'lerdeki ekonomik krize ve yeniden yapılanmaya kadar da egemenliğini pekiştirip koruyan bir birikim rejimidir.³

Alain Lipietz (1992: 6), bir birikim rejimi olarak Fordizm'i şu şekilde tarif etmektedir:

- Vasıflı zihin emekçileriyle vasıfsız teknisyenler arasında büyüyen bir kutuplaşmayı gerektiren kitle üretimi, verimlilikte keskin bir artışa yol açan artan makineleşme ve işçi başına sermaye malları miktarındaki artış;
- Katma değer orantılı olarak paylaşımı; başka bir deyişle, verimlilikteki artışın reel ücretlerdeki artışla karşılanması;
- Tam kapasitede kullanılan fabrika ve tam istihdam ile birlikte, firmaların karlılığındaki istikrar.

Diğer bir deyişle Fordizm, daha büyük bir kitle üretimini, daha yüksek bir kitle tüketimiyle eşleştirmiştir. Daha fazla sayıdaki malların kitlesel olarak elde edilebilirliği aracılığıyla mutluluğa ulaşmaya dayanan hedonist ve üretkenlik yanlısı bir model şeklinde, savaş sonrasında tüm dünyada "Amerikan yaşam tarzı" olarak tanınmıştır (Lipietz, 1992: 6).

³ Kapitalist sistemin sürekliliği ve kendini yeniden üretebilmesi, -Fransa kökenli "Düzenleme Okulu" nun diliyle söylenecek olursa- birikim rejimine bağlıdır. Genel hatlarıyla birikim rejimi; net toplumsal ürünün tüketim ve birikim arasındaki dağılımının uzun bir vade boyunca istikrar kazanmasını ifade eder. Birikim rejiminin bir bütün olarak sistemin yeniden üretimini sağlayabilmesi için; sermaye sahipleri olarak kapitalistlerin, emek-gücü sahipleri olarak işçilerin ve bunların dışında da kamu çalışanlarının, finans çevrelerinin, özetle bu süreçte yer alan her türlü politik ve ekonomik öznenin davranış biçimlerinin birbiriyle uyum içinde olması ve belli bir bütünlük arzemesi gereklidir (Harvey, 2003: 143-144; Şaylan, 2002: 139).

Bu açıdan bakıldığında Fordizm'in sembolik başlangıç yılı, 1914 olarak kabul edilebilir. Bu tarihte, Henry Ford, bir yıl önce Michigan'ın Dearborn kentinde kurmuş olduğu otomobil montaj hattında çalışan işçilere, çabalarının karşılığı olarak, sekiz saatlik bir işgünü için beş dolar ücret vermeye başlamıştır. Sekiz saatlik ve beş dolarlık işgünüyle hedeflenen, işçinin son derece üretken olmasını ve montaj hattı sisteminin gerektirdiği disipline uymasını sağlamak değildir sadece. Bu uygulama aynı zamanda; işçilerin, büyük şirketlerin gittikçe daha büyük miktarlarda piyasaya sürmeye hazırlandıkları kitle üretimi ürünlerini tüketmek için yeterli bir gelire ve boş zamana sahip olmalarını hedeflemektedir. Ama bu, işçilerin paralarını doğru sarf etmeyi bildiklerini varsaymaktadır. Bu yüzden Ford 1916'da, kitle üretiminin yarattığı "yeni insan"ın, sermayenin ihtiyaçlarına ve beklentilerine uygun olabilmesi için ahlaki bakımdan dürüstlüğe, iyi bir aile hayatına, akli başında (örneğin alkol tüketiminden kaçınan) ve rasyonel bir tüketim kalıbını uygulayacak kapasiteye sahip olması gerektiğini düşünerek, çoğu göçmen olan "ayrıcalıklı" işçilerinin evlerine bir sosyal hizmet uzmanları ordusu göndermiştir. Deney çok uzun sürmemiş ancak, salt bu deneyin yapılmış olması bile, Fordizm'in ortaya çıkaracağı derin toplumsal, psikolojik ve politik sorunların habercisi olmuştur (Harvey, 2003: 147-148).

Fordist üretim sistemi sayesinde verimliliğin, dolayısıyla üretimin artacağı öngörülmektedir. Ancak tek başına üretimin artması yeterli değildir. Üretimle aynı doğrultuda tüketim de artmalıdır. Sonuçta üretim, pazar için yapılmaktadır, yani üretilen malların satın alınması gerekmektedir. Fordist birikim rejiminin amacı da, üretimin artmasına karşılık tüketimin de artmasını sağlamak, yani pazarın genişlemesinin koşullarını yaratmaktır. Henry Ford, Taylorist üretim modu ile yeni bir toplumsal yaşam modunun sentezini yapmıştır; "sekiz saatlik işgünü ve beş dolar ücret ilkesi" bunu ifade etmektedir. Fabrikalarda çalışan işçilerin, üretilen malların tüketicileri olmaları gerekmektedir. Aksi takdirde artan verimlilikle birlikte toplam üretim de artacak, ancak eskiye oranla çok daha büyük miktarlarda üretilen bu ürünlerin pazarda satılmaları mümkün olmayacaktır. Ford, fabrikalarında çalışan işçilerin ürettiği otomobilleri satın almalarını öngörmüştür. Böylece bir taraftan pazarın üretime paralel büyüme sorunu ya da darboğazı aşılmış olacak, diğer taraftan da işçiler sistemle uyumlu hale gelecektir. Ford, bu gelişmeyi yeni bir toplumsal düzenin ve yeni bir toplumsal gücün (*corporate power*) doğuşu olarak nitelemektedir. Ford'a göre; gelecek, büyük ve dev ölçekli şirketlerin yöneteceği bir toplumsal düzene göre belirlenecektir (Şaylan, 2002: 142).

Ford'un düşüncesindeki büyük korporasyonların yöneteceği bu ideal toplum düzeni ise, işçilerin belli bir yaşam tarzını benimsemelerine bağlıdır. Buna göre bu korporasyonların görevi salt üretim değil, aynı zamanda çalıştırdıkları insanlara nasıl yaşamaları gerektiğini öğretmektir. Bu doğrultuda oluşacak uyumlu ve müreffeh bir işçi sınıfı, kapitalist sistem karşısındaki sosyalizm tehdidini de, aslında kendi elleriyle ortadan kaldırmış olacaktır (Şaylan, 2002: 142-143). Dolayısıyla buradaki amaç bir bakıma, *homo-faber*'i *homo-docilis*'e (uysal insan) dönüştürmektir.

Nitekim "Fordizm" kavramının isim babası olan Antonio Gramsci, *Hapishane Defterleri*'nde Fordizm'in yarattığı bu yeni işçi ve insan tipine ilk kez dikkatleri çeken düşünür olmuştur.⁴ Gramsci'ye göre (1999: 597)

⁴ Henry Ford'un ilk kez 1929 yılında yayımlanan *My Philosophy of Industry* (Ford, 2003) başlıklı kitabı, yukarıda isimleri anılan Gramsci ve Harvey gibi yazarların da üzerinde durmuş oldukları, sermayenin

yeni çalışma yöntemleri, spesifik bir yaşam ve düşünce tarzından ayrılmaz; dolayısıyla bu alanlardan birinde elle tutulur sonuçlar elde etmeden, diğerinde başarılı olmak mümkün değildir.

Öte yandan 1929 yılında en üst noktaya ulaşan Büyük Bunalım, hem kuramsal açıdan hem de uygulama alanında sadece Fordizm'e değil, genel olarak liberal söyleme büyük bir darbe vurmuştur. Teknolojik ilerlemelerle birlikte üretimin hızla artmasına karşın toplam talebin aynı hızda artmaması ve üretim artışı karşısında yetersiz kalması neticesinde giderek büyüyen arz talep dengesizliği, en sonunda büyük bir bunalıma yol açmıştır. 1929 Ekonomik Krizi, durgunluk ve hızla büyüyen işsizlikle karakterizedir. Bilindiği üzere bunalım, ortodoks ekonomi kuramını tersyüz eden Keynes'in katkıları ile aşılabilmektedir. Keynes, gelişmiş kapitalist ekonomilerde -ekonomik yaşamın kendi haline bırakılması durumunda- talebin devamlı geri kalmasının kaçınılmaz olduğunu ve bu durumun üstesinden ancak ekonomik yaşamın bütününe yönelik bilinçli müdahalelerle gelinebileceğini ileri sürmüştür. Dolayısıyla Keynes'in bakış açısıyla tabloya bakıldığında, 1929 koşullarında "görünmeyen el", artık sadece bir mitten ibarettir (Şaylan, 2002: 143).

Büyük depresyon başlar başlamaz Henry Ford, işçi çıkarmak bir yana, tam aksine işçi ücretlerini arttırmıştır. Ücret arttırmanın efektif talebi arttırıp piyasayı canlandıracağını ve çok önemli olan iş dünyasına duyulan güveni yükselteceğini düşünmüştür. Ancak Ford'un düşünceleri gerçekleşmemiştir. Kapitalizmin işleyiş yasaları ve rekabetin zorlayıcı koşulları Ford'un düşüncelerine üstün gelmiş ve sonunda kendisi de ücretleri düşürmek ve işçi çıkarmak zorunda kalmıştır (Harvey, 2003: 149).

1929 Ekonomik Bunalımı, hem Keynes'in yeni ve ortodoks kuramdan önemli ölçüde ayrılan paradigmasıyla birlikte kuramsal alanda, hem de refah devletinin ortaya çıkışıyla birlikte de uygulamada ciddi bir dönüşüme yol açmıştır. Ancak bu süreçte ideolojik açıdan önemli yaralar almış olmasına karşın, Fordist birikim rejiminin kökten bir değişime uğradığını söylemek mümkün değildir. Tam tersine refah devleti uygulamalarıyla Fordist birikim rejimi, belli bir uyumluluk içinde yan yana var olabilmektedir. Refah devleti, bilindiği üzere iş dünyası (korporasyonlar), örgütlü emek (işçi sendikaları) ve devlet arasında kapsamlı bir uzlaşmaya dayanmaktadır ve bu nedenle ekonomik bir düzenleme olmanın yanında politik bir süreçtir.⁵ Bu doğrultuda, refah devleti teorisi ve pratiği içinde Fordist birikim rejimi de yeniden üretilebilmiştir (Şaylan, 2002: 144).

Harvey'e göre; savaş sonrasının Fordizmi, yalnızca bir kitle üretimi sistemi olarak değil, daha çok bütünsel bir yaşam tarzı gibi ele alınmalıdır. Kitle üretimi, kitle tüketiminin yanı sıra ürünün standartlaşmasını sağlamıştır. Bu ise yepyeni bir estetik ve kültürde bir metalaşma anlamına gelir (Harvey, 2003: 158). Nitekim üretimin ve tüketimin kitlesel hale gelmesi ve ürünlerin standartlaşması, beraberinde insanı ve kültürü de standartlaştırmış, tek boyutlu hale getirmiştir. Bu noktada yeni bir kültürün ortaya çıktığı görülür; kitle kültürü...

ihtiyaçlarına ve beklentilerine uygun bu "yeni insan"ı tasarlarlarken kafasında dolaşan -ve yer yer yasaklılığa teşne olan- düşüncelerinin okunabileceği ilginç bir metindir.

⁵ Özellikle örgütlü emeğin sistem ile uzlaşmasının sağlanması, Şaylan'a göre bu oluşumun en kritik noktalarından biridir. Söz konusu uzlaşma, kimi ülkelerde (örneğin Batı Avrupa ülkelerinde) sosyal demokrat ya da sosyalist partilerin katkılarıyla, kimi ülkelerde ise sendikalar aracılığıyla sağlanmıştır. Örneğin Amerika'da 1930'lu yılların radikal sendika üst örgütü CIO ehlileştirilmiş ve geleneksel üst örgüt AFL ile birleşerek kurulu düzenin temel kurumlarından biri haline gelmiştir. Burada Fordist ideolojiden gelen *refahı yüksek emekçi* (*affluent worker*) kavramı, mevcut birikim rejiminin meşruiyet temelini oluşturmuştur. Böylelikle, kurulu düzenin ideolojik hegemonyası, kendini kolaylıkla yeniden üretebilmiştir (Şaylan, 2002: 145).

Kitle Kültürü

Kitle kültürü kapitalizme ait bir kültürdür ve kapitalist ekonomi tarafından yaratılmış, üretilmiş bir kültür biçimidir. Dolayısıyla bir bütün olarak kapitalizmden, moderniteden, sanayileşmeden ve bunların doğurduğu kitle toplumundan ayıramaz. İrfan Erdoğan'ın deyişiyle söylenecek olursa;

“Kitle kültürü tekelci kapitalizmin hem mal hem de imajlar satışını yapan, uluslararası pazarın değişmelerine ve ihtiyaçlarına göre biçimlenip değişen, önceden yapılmış, önceden kesilip biçilmiş, paketlenip sunulmuş bir kültürdür. Kapitalizmin kendi için üretirken ve gasp ederken, bu amaçla, kitleleri ücretli köle olarak kullanarak ‘kitleler için’ yaptığı üretim ve bu üretimle gelen ‘yaşamı yapma yoludur.’” (Erdoğan, 1999: 22).

Sanayileşmeyle birlikte ortaya çıkan kitle kültürü, kitle iletişiminin mevcut olduğu modern kitle toplumunun -ticari firmalar ve devlet eliyle üretilen- tipik kültürü olarak tanımlanabilir. Halkın kendi otantik kültürüyle hiçbir bağlantısı olmayan kitle kültürünün, yukarıdan aşağıya doğru üretilip dağıtıldığı söylenebilir. Nitekim kitle kültüründe belirleyici olan; kullanım değeri (*use value*) değil, pazardaki değişim değeridir (*exchange value*). Yine kitle kültürü, halk/folk karakterini koruyan kültür formlarıyla sürekli bir gerginlik içinde bulunur (Erdoğan, 2001: 80-81).

Kitle kültürü, özü itibarıyla pazarlanabilir bir karaktere sahiptir ve bu yönde tasarlanmıştır. Kapitalist toplumun kitle kültürü; piyasa mantığı ve ticarilikle birlikte var olur. Kitlelere kültür satılmalıdır ve bu durumda kültür; mümkün olan en geniş izleyici kitlesine satılmayı bekleyen bir maldır. İzleyiciler de, bu mübadeledeki potansiyel alıcılardır. Bu türden bir kültürel üretimde “estetik ölçü” ortadan kalkar ve başarı, doğrudan ürünün muhtemel alıcılarının sayısına endeksli hale gelir. Söz konusu hesaplama ise, ilgili artist, yazar, yönetici, izleyici veya tüketici tarafından değil; kitle kültürü tacirleri ve pazarlamayla ilgili profesyoneller tarafından yapılır. Tahmin edilebileceği gibi karar verme aşamasında bu profesyoneller de, - kendilerinin de bir parçası oldukları- tüketim toplumundaki ekonomik kurallara riayet ederler (Erdoğan, 2001: 81).

Kitle kültürü; kitle üretimini – kitlesel üretim araçlarını (hareketli montaj hattı gibi), kitle tüketimini – tüketim toplumunu, ve bu ikisi (üretim ve tüketim) arasındaki bağı kuracak kitle iletişimini – kitle iletişim araçlarını gerektirir.⁶ Her türlü farklılaşmayı ortadan kaldırır, tek-tipleştirir (aynılaştırır), homojenleştirir. Bireyselleşmeye önem verdiği iddiasındadır ancak bireysel farklılığı kitlesel bir biçimde yok eder, bireylerden başlayarak tüm toplumu aynılaştırır. Bireysel farklılık iddiası, tüketim aracılığıyla kendini yaratma

⁶ Kitle iletişim araçları, hem kitle kültürünün hem de kitle toplumunun oluşumunda etkilidir. C. Wright Mills -sonrasında Türkçe'ye *İktidar Seçkinleri* ismiyle çevrilecek olan- 1956 tarihli *The Power Elite* başlıklı ünlü kitabında kitle toplumunu ele aldığı bölümde, Amerika'nın bir kitle toplumuna dönüşümünde medyanın majör bir rol oynadığını, hatta bu dönüşümün başlıca nedeni olduğunu ileri sürmektedir (Mills, 1956: 315). Mills'e göre: 1) medya, kitlenin içindeki insana kim olduğunu söyler – ona bir kimlik verir; 2) medya, kitlenin içindeki insana ne olmak istediğini söyler – ona tutku verir; 3) medya, kitlenin içindeki insana buna nasıl ulaşacağını anlatır – ona tekniği verir; 4) medya, kitlenin içindeki insana buna ulaşırken doğru yolda olmasa bile, nasıl doğru yoldaymış gibi hissedeceğini anlatır – ona kaçış imkânı verir (Mills, 1956: 314).

bağlamında bireysel özgürlükler ve tercih bolluğuna dayanır; fakat bu durum, McDonald's ile Burger King veya Coca-Cola ile Pepsi-Cola arasındaki seçim özgürlüğünden öteye gitmez. Bunların arasında özgürce seçim yaptığını sanan tüketiciyi köleleştirir.

Ünsal Oskay, kitle kültürünün aslında tüm çıplaklığıyla ortada olanı görünmez kılma gücünü, yarattığı illüzyonu, var olan toplumsal realiteden sağladığı kaçış imkânlarını ve böylelikle de modern yaşamın "özgür" bireylerinin gündelik yaşamlarını nasıl "kazasız belası" sürdürmelerini sağladığını şu şekilde anlatır:

"Kitle kültürü, yöneten ile yönetileni, varlıklı ile yoksulu, özgür olan ile özgür olmayanı, mutsuz insan ile onu mutsuz kılan toplumsal realiteyi özdeş kılacak bir yanılsama oluşturma işleviyle üretilir. Kitle kültürünün tüketicisi olduğumuz anlarsa, yaşadığımız bu realite ile başa çıkamayacağımızı düşündüğümüz anlardır. Realitenin gerçek yüzünü görmekten 'kaçmak' istediğimiz anlardır. Bize acı veren toplumsal realite karşısında, deyiş doğruysa, unutmaya, amneziye sığındığımız anlardır" (Oskay, 2001a: 152).

Hall ve Whannel (1964), kitle kültürünün işlevlerine yönelik olarak birçok kitle kültürü eleştirmeninin (C. Wright Mills, Q.D. Leavise, Ortega y Gasset, George Orwell gibi) görüşlerinden yola çıkarak derledikleri eleştirileri şu şekilde sıralamaktadır:

- Bir avuç insanın elinde toplanmış bulunan iktidar, kitle kültürünün inceltilmiş manipülasyon teknikleriyle sürdürülmektedir;
- Kitle kültürü, kitlesel olarak bir formüle göre üretilen ve yaratıcılığa yer vermeyen bir süreçtir;
- İnsanlar bu kültür nedeniyle toplumun aktif katılımcıları olmaktan çıkmışlar ve başkalarının ürettiklerinin edilgin tüketicileri haline gelmişlerdir;
- Kitle kültüründe medya bize yapay bir dünya görünümü sunar, gerçeklik duygumuzu tanımlar ve yaşantımızı basmakalıp yargılar biçiminde düzenler;
- Kitle kültürü bizi birbirimize benzer hale getirir;
- Kitle kültürü halk sanatını yok eder, popüler sanatın kökünü kurutur ve yüksek sanatı tehdit eder;
- Medya, kitle kültüründe gereksinimlerimizi ve arzularımızı tatmin ettiğini iddia eder, ancak gerçekte sömürür;
- Kitle kültürü vasatlığı över ve sıradanlığı yüceltir;
- Kitle kültürünün tanımlayıcı bir unsuru da kişilik kültürüdür ve zaman içerisinde hakiki insanın yerini -insanın ne olduğunun ya da ne yapmış olduğunun değil; imajının, görünen yüzünün vurgulanması anlamında- bu kişilik kültürü alır;
- Kitle kültürü ürünleri, insanların gerçeklikten kaçmalarına olanak tanır (Aktaran Mutlu, 2001: 21).

Kitle kültüründe (örneğin Amerikan kültüründe) bir taraftan çoklu parçalanmalar, öbür taraftan da homojenlik egemendir. Söz konusu kültürel farklılık ve parçalanmalar, anlamsız bir takım yaşam tarzı seçimlerinde gerçekleşmektedir. Bu tercihler, pek çok durumda gerçek bir yaratıcılıktan ya da öznellikten uzaktadırlar. Bireyin hangi yiyeceği-içeceği, hangi giyeceği ya da sözgelimi hangi müziği seçeceği konusu ve buradaki seçim süreci, sanki bir tür yaratıcılıkmış ve kişinin kendisine özgü bir seçimiymiş gibi gösterilmeye çalışılmaktadır. Reklamlardan, indirimlerden, modadan, markadan, vb. geçerek yapılan tercihlerin öznelliği; bu tercihleri yapan kişinin kendisinin yarattığını sandığı, ne var ki -Erdoğan ve Alemdar'ın deyişiyle- gerçekte "oligopolist homojenliğin öznel sanılan öznel olmayan sahte-özneliğidir". Yine iki yazar, kitle kültüründe görünüşte var olan farklılıklardan bahsederken şöyle der: "Kapitalist endüstriyel yapılardan geçerek var olan farklılık ve çokluk, McDonalds'daki gibidir: Belli seçenekler içinde verilen standartlaştırılmış çoğulculuk, farklılık." (Erdoğan ve Alemdar, 2002: 261).

Kitle kültüründe tüketici etkin bir konumda gösterilmek istenmesine rağmen, tüketicinin konumu aslında edilginidir. Zira Ünsal Oskay'ın da (2001a: 152) belirttiği gibi, kitle kültürü ve kitle kültürünün ürünleri, bu ürünlerin tüketicisi olanların uzağında ve denetimi dışındaki kuruluşlarda, karar odaklarında, işletmelerde tasarlanır, dizayn edilir ve üretilir. Bu aşamalarda bulunmayan tüketicinin etkin olduğu tek (sahte) an, kitle kültürü ürünleri arasında tercihte bulunduğu andır.

Bireyin kitle kültüründeki edilgin konumu üzerinde özellikle duran Oskay, bu konumun, "potansiyel müşteriler" olarak görülen bireylere tanınmış olan "temsili" bir yer olduğunu belirtir. Oskay'a göre, kitle kültürü ürünü kitapları, plakları, filmleri, konfeksiyon işi giysileri, televizyon parodilerindeki esprileri üretenlerin "kafalarındaki" insanlar olarak yer alırız bu üretim sürecinde. Bizim neleri seveceğimizi ya da sevmeyeceğimizi, nelerden korkacağımızı, kimleri kıskanıp kimlere hayranlık duyacağımızı veyahut tam tersi kimleri küçük görerek kendimizden hoşnutluk duyacağımızı, kalitatif ve kantitatif araştırmalar da yaptırarak ortaya koymaya ve bizim fiili "kimliğimizi" mümkün olduğu kadar tasvir edilmiş bir biçimde görmeye çalışırlar. Bundaki amaç, bizlere gerçek anlamda estetik bir değeri olan ve bize uygun bir bilgilenim sağlayabilecek, bugünkü toplumsal realitemizi değiştirebilmemiz için arada şöyle bir durup dinlenmemizi sağlayacak eğlence olanakları sunmak değildir kesinlikle Oskay'a göre. Tersine, bizi bugünkü toplumsal realitemizin içinde kalmaya ikna edici, bunu değiştirmenin gereksizliğini ve böylesine bir girişimin umutsuzluğunu kanıtlamaya yönelik bir amaç taşır kitle kültürü (2001a: 152).

Horkheimer ve Adorno ise *Aydınlanmanın Diyalektiği*'nde (1996) kitle kültürü kavramı yerine "kültür endüstrisi" terimini kullanmışlardır. Bu, bilinçli bir tercihtir. Bundaki amaçları; kitle kültürünün, halkın yarattığı olan, kendiliğinden oluşan, sahici ve otantik bir kültür biçimi olarak anlaşılabilirliği ihtimalini ortadan kaldırmak ve halk kültürü olarak düşünülebilecek böyle bir kültürle, kapitalizm tarafından imal edilen yapay ve aldatıcı kültür - her ne kadar kavramsal olarak kullanılmaktan kaçınmış olsalar da kitle kültürü- arasına bir set çekmektir.

Adorno, 1975 yılında kaleme aldığı *Kültür Endüstrisini Yeniden Düşünürken* adlı makalede bu tercihin nedenini şöyle açıklıyor:

“Kültür endüstrisi terimi yanılmıyorsam ilk defa 1947’de, Amsterdam’da Horkheimer’la birlikte yayımladığımız *Aydınlanmanın Diyalektiği*’nde kullanıldı. Müsveddelerde “kitle kültürü” terimini kullanmıştık. Fakat daha sonra, yandaşlarının işine gelecek yorumları dışarıda bırakmak amacıyla kitle kültürü yerine “kültür endüstrisi” terimini kullanmayı uygun bulduk; ne de olsa onun, kitlelerden kendiliğinden çıkan bir kültür sorunu olduğunu ortaya atabilirler, onu popüler sanatın çağdaş formu sayabilirlerdi ki bu ikincisinin kültür endüstrisinden kesin olarak ayırt edilmesi gerekir.” (Adorno, 2003: 76).

Dellaloğlu’nun da belirttiği gibi, kültür endüstrisi kavramıyla kültür, özerkliği tümel tarafından işgal edilmiş olarak yeniden kurgulanmakta ve böylelikle bir “kültür eleştirisi” olmaktan çıkıp, tümeli sorgulayan bir “ideoloji eleştirisi” haline gelmektedir. Adorno, kültür endüstrisinin en çok aldatıcı olan yanını ve bu sayede yarattığı yanılsamayı eleştirmektedir. Bu eleştirinin temelinde ise, Marx’ın *Kapital*’de geliştirdiği “meta fetişizmi” analizi yatar. Adorno’ya göre, kültür endüstrisinin ürünleri metalaşmış sanat yapıtları değildir; çünkü bu ürünler daha en başından doğrudan pazar için üretilmiş olan metaldır (Dellaloğlu, 2001: 97).

Yine Adorno’ya göre; kültür endüstrisi, eski olanla tanıdık olanı yeni bir nitelikte birleştirir. Kitlelerin tüketimine göre düzenlenen ürünler, tüm sektörlerde belli bir plana göre üretilmektedir. Yapısal olarak bütün sektörler birbirine benzer ve birbirlerinin açıklarını kapatmak suretiyle, gediksiz bir sistem oluştururlar. Kültür endüstrisi, tüketicileri kendisine uydurmaktadır. Birbirlerinden çok ayrı yerlerde bulunan yüksek ve alçak sanat, kültür endüstrisi aracılığıyla bir araya gelmeye zorlanır ve aralarındaki fark ortadan kalkar. Üstelik bu durum, her ikisinin de zararınadır. Yararı konusunda yapılan spekülasyonlarla yüksek sanatın önemi yok edilirken; içinde barındırdığı isyancı direniş özelliğine dayatılan medeni sınırlamalarla düşük sanatın önemi de ortadan kaldırılmaktadır. Kültür endüstrisinde kitleler, kendilerini başrolde görseler de, aslında ikincil role düşerler ve böylelikle hesaplanabilir nesnelere ya da makinenin tali parçaları olup çıkarlar. Dolayısıyla tüketici -her ne kadar kültür endüstrisi bizleri tam tersine ikna etmeye çalışsa da- bu süreçte “özne” değil, aksine “nesne”dir. Adorno, “kitle iletişim araçları” teriminin, özellikle kültür endüstrisi için biçimlendirilmiş bir ifade olduğunu ve -aslında son derece başarılı bir biçimde- vurguyu nispeten zararsız bir alana kaydırıldığını ileri sürmektedir. Gerçekte ise bunların ne kitlelerle, ne de iletişim tekniklerinin gelişimiyle bir ilgisi vardır; tam tersine onları dolduran ruhla ve sahiplerinin sesiyle ilgisi vardır. Son tahlilde kültür endüstrisi, var olan durumu verili ve değişmez bir gerçeklik olarak sunmaya, dahası bu zihniyeti yaymaya ve güçlendirmeye çalışır (Adorno, 2003: 76-77).

Serbest Zaman Kavramı

Kitle kültürünün -ya da Frankfurt Okulu’nun diliyle kültür endüstrisinin- tarihsel arka planına ve ortaya çıkışına bakıldığında, “serbest zaman” (*leisure*) olgusu belirleyici bir konumdadır. Çalışmak, yemek yemek, barınmak gibi yaşama ilişkin zorunlu gereksinimlerin karşılandığı zaman dışındaki alan; serbest zaman olarak tanımlanmaktadır. Filiz Aydoğan’a göre (2000: 15) serbest zaman, bireyin dış gerçekliğin kendisine yüklediği

rollerden sıyrılıp, kendini özgür olarak tanımlayabildiği ve hissedebildiği, yine kendisini ve toplumsal realiteyi eleştirel bir biçimde sorgulayabildiği bir alandır.⁷ Öte yandan her ne kadar Türkçe’de birbirinin yerine geçecek şekilde kullanılsalar da, “serbest zaman” (*leisure*) ve “boş zaman” (*free time*) kavramları aynı olgulara işaret etmezler. Genel olarak bireyin sağlığı ve yaşamı için gerekli olan fizyolojik gereksinimlerin ve ailesi, toplumu ve ülkesiyle ilgili yükümlülüklerin hepsinin “boş zaman”da yerine getirildiği, “serbest zaman”ın ise, bu yükümlülüklerin dışında, bireyin sadece kendisi için, kendisi adına yaptığı etkinlikleri içine alan bir zaman dilimi olduğu söylenebilir (2000: 183).⁸

Sıradan insanların serbest zamana sahip olmaları düşüncesi, tarihin her döneminde yönetici sınıflar açısından her zaman kaygı verici bir şey olmuştur. Zira Murat Uluğ’un da belirttiği gibi “çalışma”, hep bir programdır. Hâlbuki “aylaklık” -ya da serbest zaman-, nasıl dönüşeceğini önceden hiçbir şekilde bilemediğimiz, tedirginlik yaratan bir durumdur. Bu nedenle de düzen tarafından sürekli olarak kontrol altına alınmaya çalışılır (Nalbantoğlu, Baker, Uluğ, Güvenç, 1996: 42). Gerçekten de serbest zaman, yönetici sınıflar açısından her zaman için bir huzursuzluk kaynağıdır. Çünkü insan, ancak “serbest” olduğunda düşünür, başka bir dünyanın hayalini kurar ve eyleme geçer. Bu nedenle “serbest” olan bu zaman diliminin, sistemin bekası ve statükonun devamı adına “serbest olmaması”, dolayısıyla denetim altına alınması gerekir. Serbest zamanın toplumsal ve siyasal bir dönüşüme yol açabileceği kaygısı, yönetici sınıfların tarihin her döneminde bu gereklilik doğrultusunda hareket etmelerine neden olmuştur.

Öte yandan ilkel komünal toplum dönemi ayrı tutulursa köleci, feodal ve kapitalist toplum dönemlerinde “gerçek” ve “mutlak” anlamda bir serbest zaman, sadece belli kesimler için varolmuştur. Bu üç dönemde emek-dışı bir yaşam olanağına ve özgür bir zamana sahip olabilmenin önkoşulu; sırasıyla köle sahibi, toprak sahibi ve üretim araçlarının sahibi olabilmektir. Ünsal Oskay’ın belirttiği gibi (2001b: 187) düşünsel, sanatsal ve kültürel faaliyette bulunanlar da, bu özgür insanlar ya da daha sonraları bu özgür insanlar için seçilmiş ve yetiştirilmiş başka köleler olmuştur.

Dolayısıyla bu üç dönemin ortak belirleyici özelliği, bu dönemlerde özel mülkiyetin ve toplumsal sınıfların bulunmasıdır. İkel toplumlarda özel mülkiyet kavramı henüz oluşmadığı için çalışan – çalıştıran, özgür – köle, varlıklı – yoksul, yöneten – yönetilen ayrımı yoktur. İnsanlar doğanın nimetlerinden eşit bir

⁷ İngilizce’deki *leisure* sözcüğü (serbest zaman), Latince *licere* (özgür olma) sözcüğünden gelmektedir. Bu doğrultuda serbest zaman, görel olarak herhangi bir zorlama ve sınırlama olmaksızın, serbest bir biçimde ve özgürce yapılan bir etkinliktir (Kelly, 1982: 7).

⁸ Konuyla ilgili -son derece sınırlı olan- Türkçe literatüre bakıldığında serbest zaman kavramı, yer yer “boş zaman” ya da “işlik-dışı zaman” zaman kavramlarıyla birbirinin yerine geçecek şekilde kullanılmaktadır. İngilizce literatürde ise yine “*leisure time*” (serbest zaman), “*free time*” ya da “*spare time*” (boş zaman), “*time out of work*” ya da “*non-working time*” (işlik-dışı zaman), “*uncommitted time*” (bağımsız zaman), “*discretionary time*” (isteğe bağlı zaman), “*choosing time*” (seçim zamanı), vb. gibi farklı kavramlar göze çarpmaktadır. Birbirinin yerine kullanılabilen bu kadar çok sayıda kavram olmasının yanı sıra, bu kavramların hepsi yine farklı yazar ve düşünürler tarafından farklı metinlerde, farklı anlamlarda ele alınmaktadır. Yine Türkçe yazına bakıldığında, kimi yazarlar bu çalışmada kullanıldığı biçimin tam tersi olacak şekilde İngilizce’deki “*leisure*” kelimesinin karşılığı olarak boş zaman, “*free time*” kelimesinin karşılığı olarak da serbest zaman kavramlarını kullanmaktadırlar. Ancak bunun tam tersi de mevcuttur. Bu durum tamamen, bu konu üzerine çalışan yazarların, kavramı farklı şekillerde algılayış biçimlerinden kaynaklanmaktadır ve tek bir doğru olduğunu söylemek de mümkün değildir. Bu çalışmada tercih edildiği biçimiyle, “*leisure*” kelimesinin karşılığı olarak “serbest zaman” kavramı kullanılmıştır ve bu tercihi belirleyen unsur, yukarıdaki dipnotta değinildiği gibi kavramın Latince’deki kökeni ve bugün İngilizce’deki semantik çerçevesidir.

biçimde yararlanırlar ve üretimlerini sadece kendileri ve toplulukları için yaparlar. Kitlesele çapta bir üretime geçilmemiştir ve insanların birbirleri üzerinde tahakkümü yoktur. İş zamanı da, işlik-dışı zaman da insanların kendi iradeleriyle özgürce belirlenmektedir. Ancak özel mülkiyetin ve sınıflı toplumsal yapının ortaya çıkmasıyla birlikte çalışma zamanından ayrılan serbest zaman, belli kesimlerin (tarihsel sırasıyla söylenecek olursa köle sahibinin, derebeyinin ve kapitalistin) elinde kümelenmiştir. Dolayısıyla köleci, feodal ve kapitalist toplumlarda; kölenin, serfin ve işçinin “mutlak” anlamda bir serbest zamanı olduğundan söz etmek mümkün değildir. Nitekim kölenin, serfin ve işçinin kendi ihtiyaçlarını karşılayacak çalışma zamanının (gerekli-emek) ötesinde; fazladan köle sahibi, derebeyi ve kapitalist için de çalışmaları (artı-emek) sayesinde bu sınıfların emek-dışı bir yaşam imkânı ve serbest zamanı var olabilmektedir.⁹

Köleci ve feodal toplum dönemlerinde katıksız olarak var olan bu serbest zamana sahip olma ve olamama ayrımı, kapitalist toplumda da uzun bir süre (20. yüzyıl başlarına kadar) geçerli olmuştur. Yıllık çalışma süreleri, 15. yüzyıldan itibaren kapitalizmin ortaya çıkışına paralel olarak giderek yükselmiş ve henüz manüfaktür üretiminin geçerli olduğu 17. yüzyılda 1980 saate çıkmıştır. Hatta Sanayi Devrimi sonrasında üretimde makinelerin kullanılmaya başlaması, çalışma sürelerini azaltmamış, aksine arttırmıştır.¹⁰ Bu dönemde yıllık çalışma saatleri öylesine büyük bir ivme kazanmıştır ki, 1840’ların İngiltere’sinde -yıllık 52 haftadan hesaplandığında- bu süre 3588 saat, 1850’lerin Amerika’sında ise 3650 saat gibi sıradışı rakamlara ulaşmıştır.¹¹

Bu dönemden itibaren, çalışma sürelerinin kısaltılması için yoğun bir sınıfsal mücadele verilmiştir.¹² Sözkonusu sınıf mücadelesi, belirli dönemlerde çalışma sürelerini düzenleyen ve sınırlayan yasaların çıkmasını tetiklemiş ve netice itibarıyla, çalışma saatleri görece olarak azalmaya başlamıştır. İngiltere’de “sweatshop” denen erken dönem terleme atölyelerindeki haftalık 80 saati bulan çalışma sürelerinin ilk etapta 70 saate inmesi, uzunca bir süre devam edecek genel bir eğilimin sadece başlangıcıdır. Örneğin 1850’lerde Amerika’da tüm sanayi kollarında ortalama 70 saat olan iş haftası, 1870 yılında 65’e, 1890 yılında 62’ye, 1910 yılında 55’e ve son olarak 1930 yılında da 45 saate düşmüştür. Bu, 80 yıl için %35’lik bir düşüş anlamına gelmektedir.¹³

Serbest zamanın, -verilen uzun erimli sınıf mücadeleleri sonucunda- çalışan kesimler adına kapitalist sistem içerisinde kurumsallaşması ise, 20. yüzyılda Fordist birikim rejimiyle birlikte olmuştur. Henry Ford’un

⁹ İşçinin ücret olarak aldığı için eş değerini ürettiği süreye, “gerekli-emek”; işçinin sadece sermayeci için üretim yaptığı süreye de, “artı-emek” denebilir (Himmelweit, 2001: 45). Bu doğrultuda “gerekli-emek zamanı”, kişinin kendi ihtiyaçlarını karşılamak için çalıştığı süreye işaret ederken; “artı-emek zamanı”, kişinin kendisi için değil, bir başkası için çalıştığı ve “artı-değer”i ürettiği süreye karşılık gelir. *Kapital*’in birinci cildinin dokuzuncu bölümünde “artı-değer oranı”ni ele alırken Marx, gerekli-emek ve artı-emek kavramlarını açıklamaktadır. Marx’a göre artı-değerin doğru bir şekilde kavranması için, onun salt artı-emek zamanının madde haline gelmiş şekli, salt maddeleşmiş artı-emek olduğunun anlaşılması gereklidir (Marx, 2007: 215-216).

¹⁰ Zira Simon Mohun’un (2001: 393) da belirttiği üzere gelecekteki komünist bir toplumda yeni makinelerin kullanımı, insanlar üzerindeki iş yükünü hafifletecek bir unsurken; kapitalist toplumda makineler, yalnızca emeğin üretkenliğini artırma amacıyla geliştirilirler.

¹¹ Rakamlar hakkında bkz. (Schor, 1991: 45). *Aylaklığa Övgü*’de Bertrand Russell (2004: 15), 19. yüzyılda İngiltere’de erkekler için günlük olağan çalışma süresinin 15 saat, çocuklar için ise genellikle 12 saat olduğunu, ancak çocukların da çoğu zaman yetişkin erkekler kadar çalışmak zorunda kaldıklarını belirtmektedir.

¹² *Kapital*’in birinci cildinde “İşgünü” başlıklı “Onuncu Bölüm”ün tamamı (Marx, 2007: 228-293), bu konu için başlı başına eşsiz bir kaynaktır.

¹³ Rakamlar hakkında bkz. (Kelly, 1982: 121).

öne sürdüğü “sekiz saatlik işgününe karşılık beş dolar ücret ilkesi”, modern kapitalist toplumdaki serbest zaman olgusunun nüvesidir. Zira Fordizm’in salt bir üretim tarzı olmaktan çıkıp, Keynezyen ekonomi-politik ve refah devleti paradigmasıyla bütünleşerek bir birikim rejimine dönüşmesiyle birlikte, günlük sekiz saatlik çalışma yerleşmiş ve merkez kapitalist ülkelerde bir norm haline gelmiştir.

Ne var ki, artan serbest zaman olanaklarının çalışan kesimlerin kendi sınıfsal çıkarlarıyla örtüşen bir kültür ve direniş merkezi yaratma tehlikesi, bu serbest zamanın içeriğinin sermayenin ihtiyaçları doğrultusunda yönlendirilmesi gerekliliğini doğurmuştur. Kitle kültürü ve kitle kültürünü üreten kültür endüstrisi, temelde bu gerekliliğin bir sonucudur. Öte yandan serbest zaman, tüketim olgusuyla yakından ilgilidir. Serbest zaman ve tüketim arasındaki ilişkinin paradoksal bir biçimde geliştiği ve bir kısır döngüye dönüştüğü görülmektedir. Tüketim toplumunun insanları daha fazla tüketebilmek için, artan serbest zamanlarında genellikle ikinci bir işe yönelmekte ya da fazla mesai yaparak sonuç itibarıyla serbest zamanlarında da çalışmaktadırlar. Çalışan kesimlerin serbest zamanlarındaki göreceli artış; son kertede bireyi disiplin ve kontrol altına almada bir araç haline gelmektedir.

Keza Ünsal Oskay da, 20. yüzyılda değişen tüketim anlayışına dikkat çekmektedir. Mutlak sömürü döneminde işçi sınıfına aşılacak etik; çok çalışıp çok üretmek, fakat kanaatkârlık içinde az tüketmek olmuştur. Ancak bu Püriten ahlak anlayışı, ekonomik zorunluluklar (örneğin 1929 Buhranı) neticesinde değişmiş ve Oskay’ın tüketimin demokratikleştirilmesi dediği şey gerçekleşmiştir. Tüketimden sakınmak ve kanaatkâr olmaya devam etmek, çalışan kesimler için 19. yüzyıl boyunca zorunlu bir şey iken, bu durumun 19. yüzyıl sonlarında hafiften başlayarak, 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren tüm ağırlığı ile değişmiş bulunması, ilginçtir Oskay’a göre (2001b: 189):

“İşin asıl ilginç olanı, hedonistik etiğin tüketim boyutunun çalışan kesimlere aşılmasından varlıklı kesimlerin ve yönetici elitin de korkmamasıdır. Daha doğrusu, yarım yüzyıllık bir süre içinde, tüketimin bu kesimlere açılmasının işçileri ve çalışan kesimleri sisteme entegre etmekte işe yarayabilecek önemli bir yöntem olabileceğini keşfetmiş oluşlarıdır. ... Üzerinden atamadığı korkusu, işçilerin ve çalışan kesimlerin çalışma saatlerinin kısaltılması ile artabilecek serbest zamanlarının bu insanlarca sisteme karşı eleştirel bir bakış tarzı geliştirmekte kullanılıp kullanılmayacağı konusunda olmuştur.” (Oskay, 2001b: 189-190).

Kolaylıkla anlaşılabilirliği gibi kitle kültürünün ortaya çıkışının nedeni tam da bunu önlemektir. Sıradan insanların (işçi sınıfının) yeni yeni kazanmaya başladıkları serbest zamanları, kitle kültürü aracılığıyla ellerinden alınmıştır. Kitle kültürü ve kitle kültürünün yayılmasının majör enstrümanı olan kitle iletişim araçları;¹⁴ çalışan kesimlerin kendi insanal gelişimlerini sağlayıp kendilerini yaratmalarını, bir sınıf bilinci kazanmalarını ve bu sayede sürdürmekte olduklarından daha farklı bir yaşam olabileceğini düşünmelerini engelleme konusunda önemli bir silah olmuştur. Sonuç olarak kitle kültürü, serbest zamanı düzenlemeye

¹⁴ Örneğin Denis McQuail (2005: 32), bir kitle iletişim aracı olarak filmin, kısmen serbest zamanın “icadına” bir tepki ve tüm aile için maddi açıdan karşılanabilir ve (genellikle) saygın serbest zaman kullanımı talebine bir yanıt olduğunu ileri sürmektedir.

yönelik olarak sermaye tarafından yaratılmış bir kültürdür. Kapitalist sistem için bir tehlike oluşturma olasılığı bulunan çalışan kesimlerin artan serbest zamanları, kitle kültürü tarafından doldurulmaktadır. Böylelikle serbest zaman, artık işlik-dışı olmaktan çıkar, doğrudan işe koşulur.

Fordist Birikim Rejimi'nde "İşlik-Dışı Zaman"ın İşe Koşulması

Yukarıda da değinildiği gibi, çalışan kesimlerin serbest zamana sahip olmaları ve ücret artışı ile birlikte tüketimin bu kesimlere de açılmış olması durumu, Fordist birikim rejiminde "sekiz saatlik işgününe karşılık beş dolar ücret ilkesi"yle somut ifadesini bulmuştur. Sekiz saat işgünü ve beş dolar ücret ilkesi; hem serbest zaman, hem de kitle kültürü açısından hayati bir konumdur. Çalışma süresinin sekiz saate düşürülmesi, çalışan kesimlerin işlik-dışı zamanlarının artmasına yol açar. Sekiz saatlik işgünü sonunda elde edilen beş dolarlık ücret ise, o günkü koşullarda elde edilen en yüksek miktardır. Bu iki yenilik her şeyden önce işgücünün sisteme uyumlulaştırılmasına ve entegre edilmesine, bir başka deyişle çalışan kesimlerin başkaldırısını önlemeye yöneliktir.

İkinciden başlamak gerekirse, "beş dolarlık ücret", sistemin devamlılığı için bir önkoşul oluşturmaktadır. Çünkü üretim, sonuç olarak pazar için yapılmaktadır ve üretilip pazara sunulan malların bir şekilde tüketilmesi gerekmektedir. Çalışanların daha yüksek ücretler sayesinde giderek daha yüksek gelirlere sahip olmaları ise; tüketimi, sınırlı ve zengin bir müşteri grubundan kitlelere yayarak pazarın genişlemesini sağlayacak, böylelikle bir taraftan pazar darboğazı sorununu ortadan kaldırırken, öbür taraftan da sistemle barışık hale gelmiş, uysal bir işçi sınıfı yaratacaktır.

Kitle kültürünün oluşumunda, Ford'un ilkesinin bu ikinci ayağı oldukça belirleyicidir, çünkü insanların kitle kültürü ürünlerini tüketmeleri için belli bir gelire ihtiyaçları vardır. Üstelik bu gelirin, kişilerin hayatlarını idame ettirmeleri ve yiyecek, giyecek, barınma, ısınma gibi temel ihtiyaçlarını karşılamaları için gerekli olan asgari ücretin üzerinde olması gereklidir. Aksi takdirde kitle kültürü ürünlerinin kitlesel tüketimi mümkün olmayacaktır. Sonuç olarak kitle kültürü, aynı zamanda bir tüketim kültürüdür ve beş dolar ücret ilkesi de bu anlamda bir çıkış noktası oluşturur.

Gramsci'nin ilk olarak 1930'lu yıllarda ortaya attığı Fordizm kavramının kullanım alanı zaman içerisinde genişlemiş ve kitlesel üretim ile kitlesel tüketimin tek bir sistem içerisinde bir araya getirildiği bir yapıyı anlatır hale gelmiştir. Bu geniş anlamıyla Fordizm'in temel karakteristiğini göstermek üzere Fransa kökenli Düzenleme Okulu'ndan Michel Aglietta (1979) şu olguya gönderme yapmaktadır: Fordizm, tarihte ilk kez, işçi sınıfı için bir tüketim normu oluşturmuştur. Aglietta, üretim ile tüketimin birliğine ve bu üretim sisteminin ancak ve ancak kitlelerin, üretim araçlarının değilse de tüketim araçlarının (otomobiller, bulaşık makineleri, vb) özel mülkiyetinin faillerine (*agent*) dönüştürülmeleri koşuluyla ayakta tutulabileceği olgusuna dikkati çekmektedir (Aktaran Krogh, 1999: 259-260). Thomas Krogh (1999: 260), bu nedenden dolayı Aglietta'nın yaptığı betimlemeyi, Adorno ve Horkheimer'in teorisi ile bazı önemli açılardan uyumlu bulur.

Ford'un ilkesinin ilk ayağı olan sekiz saatlik işgünü ise, ilk aşamada işgücü açısından olumlu bir gelişmedir ve herhangi bir itirazla karşılanması düşünülemez. Zira çalışanlar, daha kısa sürelerde

çalışmalarına karşın, aldıkları ücretlerde bir azalma olmamakta, aksine gelirleri artmaktadır. Ancak daha önce de değinildiği gibi, bu noktada sistemin karşısına önemli bir sorun çıkmaktadır; elde edilen bu işlik-dışı zamanın çalışan kesimler tarafından sisteme karşı muhalif, eleştirel bir düşünce ve bakış tarzı geliştirmede kullanılması ve bu düşünsel eylemin, uygulamaya geçip, hâkim sistemi ortadan kaldırmaya yönelmesi olasılığı... Ünsal Oskay'ın da (2001b: 190) belirttiği gibi; “iş çevreleri tüketimi çalışan kesime açmaktan korkmamaktadır; çalışma saatlerinin kısaltılması sonucu artacak olan serbest zamanın işçiler tarafından kendi toplumsal konumlarına denk düşecek bir kültür üretmekte kullanılabileceğinden korkmaktadır”.

Bu korkunun 20. yüzyıl kapitalizminde çeşitli tezahürlerini görmek mümkündür. Çalışmanın başlarında da değinildiği üzere Henry Ford'un, otomobil fabrikasında çalışan işçilerinin evlerine gönderdiği sosyal hizmet uzmanları, kitle üretiminin yarattığı “yeni insan”ı sermayenin ihtiyaçları ve beklentileri doğrultusunda şekillendirirken, kuşkusuz bu insanların serbest zamanları üzerinde belli tasarruflarda ve yönlendirmelerde de bulunmaktadır. Harvey Swados'un *Less Work – Less Leisure* (1958: 353-363) başlıklı makalesinde anlattıkları ise, sekiz saatlik çalışma ve beş dolarlık ücretin, yani diğer bir deyişle “serbest zaman” ve “tüketim”in nasıl iç içe geçtiği ve aslında burjuvazinin endişelerinin ne kadar yersiz olduğu konusunda verilebilecek güzel bir örnektir. Swados'un makalesi, Amerika'da otomotiv sanayisiyle bağlantılı yan sanayi kuruluşlarında, ücret artışı ile beraber çalışma saatleri de kısaltılacak olduğunda, işçilerin bu serbest zamanı, kendileri açısından daha insanca bir kültür oluşturmakta kullanmalarından endişe duyan ve bunun gerçekleşip gerçekleşemeyeceğini merak eden iş çevrelerinin neler yaptığını konu edinen oldukça ilginç bir çalışmadır. İş çevrelerini böyle bir araştırmaya iten şey, işçilerin ücretlerini arttıracak ve çalışma sürelerini kısaltacak şekilde toplu iş sözleşmeleri yenilenirken, böyle bir değişikliğin izleyen günlerde ve aylarda işçilerin hayatlarında nasıl bir değişiklik meydana getireceğini bilme dürtüsüdür. Araştırma sonucunda elde edilen bulgular, sermayenin korkularının boşuna olduğunu göstermiştir. Ücretleri ve serbest zamanları artan işçiler, ilk haftalarda evlerinde ve bahçelerinde, komşuları, eş dostları ile birlikte vakit geçirmişler, deyim yerindeyse aylıklığın keyfini sürmüşlerdir. Ancak bir süre sonra içine düştükleri boşluktan dolayı hem canları sıkılmaya başlamış, hem de önlenemez bir biçimde -tam olarak Henry Ford'un öngördüğü gibi- daha iyi bir semte taşınmak, yeni bir araba, yeni bir renkli televizyon ya da klima alabilmek, yani sonuç olarak tüketebilmek için artan serbest zamanlarında ikinci bir işte çalışma düşüncesi kafalarına yerleşmeye başlamıştır. Sonraki bir kaç aylık dönemde ise, ikinci bir işte çalışma giderek yaygınlaşmıştır. Hatta bu ikinci işte çalışan işçiler, yeni aldıkları arabanın, buzdolabının taksitini ya da yeni taşındıkları semtteki yeni evin daha yüksek olan kirasını ödeyebilmek için grev kırıcılığı yapmak zorunda kalmışlardır. Sonuç olarak Oskay'ın da belirttiği gibi, serbest zamanların artması neticesinde “bu ikinci işe yönelme, işçilerin sistemin hegemonik kültüründen çıkmak, kurtulmak, daha insanca bir karşı-kültür oluşturmak şöyle dursun; kurulu sistemin hegemonik kültürüne daha da batmaktan başka bir şey yapamayacağını göstermiştir” (Oskay, 2001b: 190-192).

Bu örnekte de net bir biçimde görüldüğü üzere, “sekiz saatlik işgününe karşılık beş dolar ücret ilkesi”, gerçekte bu ilkenin iki ayağının birbir karşılıkları olan “serbest zaman” ve “tüketim” olguları arasında paradoksal bir ilişki meydana getirmektedir. Tüketim ideolojisinin yarattığı tüketim toplumunun bireyleri, kendi kimliklerini inşa edebilecekleri ve kendi benliklerini ortaya koyabilecekleri tek yol olarak gördükleri

tüketimden kesinlikle feragat etmemekte, ancak bundan feragat etmemek için de, daha fazla çalışarak serbest zamanlarından vazgeçmektedirler. Dolayısıyla çalışan kesimlerin serbest zamanlarının artması, tüketim arzusu ile bütünleştiği takdirde, bireyi denetim altına almanın en etkili araçlarından biri haline gelmektedir. Tüketim toplumu koşulları altında serbest zamanın olanağı, serbest zaman tüketim güdümlü kar gözetken bir etkinliğe dönüştüğü ölçüde ortadan kalkmaktadır.

Vincent Mosco ve Andrew Herman, *Radikal Toplum Kuramı ve İletişim Devrimi* başlıklı çalışmalarında, çağdaş kapitalizmin, sermaye birikiminin gereksinmesi olarak çalışanların boyun eğimi için bir 'rüşvet' verdiğini ve bu rüşvetin, boş zaman özel kullanımı, çalışanlar için kapitalizm altında çalışmanın ağır yük ve sıkıcılığını yasallaştıracak bir *tüketici kültürü* biçimini aldığını belirtirler. Mosco ve Herman'a göre; "kişiyi özgü zamanın temel özelliği, kişiyi özel olmama olarak belirlemektedir." (Aktaran Oktay, 2002: 27).

Adorno ve Horkheimer'a göre, işlikteki çalışmanın mantığı ile, bunun dışındaki toplumsal yaşamın diğer alanlarındaki mantık arasındaki ayırım giderek ortadan kalkmaktadır. Diğer bir deyişle, çağdaş insanın çalışma saatleri dışındaki yaşamının tüm alanları, işlikteki çalışmanın mantığı tarafından istila edilmektedir. İşlikteki çalışma etiği ile, işlikteki çalışmanın dışında kalan serbest zamanın birbiriyle değiştirilebilir değerler içine sokulması ise, çağdaş toplumlarda herşeyden önce, kültür endüstrisi aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Böylelikle tatillerdeki, hafta sonlarındaki ve genel olarak iş saatleri dışındaki -kısaca boş zamanlardaki- tüm dinlenme etkinlikleri, işlikteki çalışma disiplininin bir uzantısına dönüşmektedir (Oskay, 1994: 186-189).

Besim Dellaloğlu, yine Adorno ve Horkheimer'dan hareketle işlik-dışı zamanın işe koşulmasını şu şekilde açıklar:

"Kültür endüstrisi, sistemin genel bütünselliği içinde, bireyin varlığını idame ettirebilmek için, onun emeğini, aklını ve varlığını sisteme kiraladığı işlik dışında, onun sisteme yabancılaşmasını engelleyen, genel-tikel uyumunu sürekli kılan bir işlev görür. İşlik ile işlik sonrası arasında aslında çok belirgin bir süreklilik söz konusudur. İşlik dışı edimler, işliktekinden farklı yöntem ve araçlarla düzenlenmiş de olsa işlikteki yaşamın bir uzantısıdır. Eğlence, geç kapitalizm döneminde işin bir uzantısıdır. İşin daha sonra, daha iyi bir şekilde gerçekleşebilmesi için verilen bir aradan ibarettir. İşçinin boş zamanı ve o süreçte kullanılacak eğlence metaları o kadar ön-belirlenmiştir ki, eğlence, iş sürecinin sonrasına hiç geçemeyen bir görünüm kazanmıştır. Modern özne, sadece çalışırken değil ama daha çok eğlenirken teslim olmaktadır. Tekelci dönemde tüm kitle kültürü özdeştir. Artık tekelin gizlenmesine de gerek yoktur; çünkü şiddeti açığa çıktıkça gücü artmaktadır. Sinema ve radyo artık sanat olma iddiasında değildir. Onların iş dünyasının bir parçası oldukları gerçeği, ürettikleri saçmalıkları onaylayan bir ideolojiye dönüşmüştür" (Dellaloğlu, 2001: 102).¹⁵

Fordist Üretim Biçimi ve Kitle Kültürü Ürünleri

Fordist birikim rejimiyle kitle kültürü ve kültür endüstrisinin ortaya çıkışı arasında var olan nedensellik ilişkisinin yanı sıra, Fordist üretim biçimi ve kitle kültürü ürünleri arasında da dolaysız bağlantılar

¹⁵ Bkz. (Horkheimer ve Adorno, 1996: 27, 8).

bulunmaktadır. Kitle üretimi, ürünleri standartlaştırırken aynı zamanda tüketimi de standartlaştırmış ve beraberinde kitle tüketimini getirmiştir. Fordist üretim yönteminin mantığını ve karakterini, kitle kültürü ürünlerinde de görmek mümkündür. Fordist üretim; standart, homojen ve kitlesel bir üretim biçimidir. Fordist üretim biçimi, akan montaj bandı sayesinde ve yeniden düzenlediği Taylorist uygulamalarla, pazara çok yüksek miktarlarda, düşük maliyetli ürünler sunabilmektedir. Emegın standardizasyonu ve standart mal üretimiyle hedeflenen, aynı maldan çok sayıda ve ucuza üretmektir; rekabetin mantığı buna dayalıdır. Aynı maldan çok sayıda ve ucuza üretim, pazardaki rekabetin mantığını oluşturmanın yanı sıra, kitle kültürü ürünlerinin üretim mantığını da oluşturur. Kitle kültürü ürünleri, ucuza temin edilebilir. Fiyatlarının düşük olması sayesinde ulaşımı kolaydır ve kitle toplumunun tüm bireyleri kolaylıkla kitle kültürü tüketicileri haline getirilebilir. Kitle kültürü ürünleri, kitlesel bir biçimde büyük miktarlarda tüketilir, ancak Fordist üretim sistemi de herhangi bir arz-talep dengesizliğine mahal vermeyecek şekilde yine kitlesel bir biçimde büyük miktarlarda üretimde bulunur. Bu nedenle kitle kültürünün üretim ve tüketim arasında bir ahenk yarattığı söylenebilir.

Kitle kültürü ürünleri; standart, tekdüze, birbirine benzer, hatta çoğu zaman birbirinin aynı ve renksizdir. Bu durum Fordist üretim mantığından gelir. Fordist üretim, türdeş malların kitlesel üretimine yaslanır. Daha önce de değinildiği gibi, Ford fabrikasından çıkan otomobiller ilk yıllarda tek model ve tek renktir (siyah), bunun dışında herhangi bir model ya da renk seçme olanağı bulunmamaktadır. Ürün çeşitliliği ve fiyat farklılaştırması yoktur. İleride post-Fordist dönemin bir karakteristiği haline gelecek olan, kişiye özel ve sipariş niteliği taşıyan ürünlerden de söz edilemez. Büyük stoklarla çalışılır, tüketim normları ve tüketici tercihleri uzun vadelerde bile pek değişmediği için, bu durum herhangi bir sorun yaratmaz. Aynı zamanda büyük mal stokları, tampon görevi görür ve düşük kaliteli ya da defolu mallar, bu tampon stoklar içine gizlenir.

Kültür endüstrisi ürünü olan müzikler, filmler, konfeksiyon işi giysiler, dergi, çizgi roman ve kitaplar, hatta yiyecekler bile bu mantıkla üretilir. Örneğin McDonald's restoranlarındaki işleyiş, Fordist sistemin montaj bandının gıda endüstrisindeki biçimidir. Seri bir biçimde hamburger üretilir. Sırayla köftenin pişirilmesi, ekmeğin arasına konması, mayonez, ketçap ve diğer malzemelerin eklenmesinden sonra, paketlenerek bize ulaşır. Bütün bu işlemler, lineer (doğrusal) bir süreçte gerçekleşir. Tüketicilere sunulan hamburgerin tadı ve içindekiler hep aynıdır, standart bir hale getirilmiştir. Bu üretim sürecinde çalışanların yaptıkları hareketler (örneğin ketçabın sıkılması ya da patates kızartma işlemi), Ford fabrikasındaki işçinin yaptığı hareketlere benzer (örneğin bir vidanın sıkılması ya da tekerleğin takılması işlemi) ve aynı şekilde herhangi bir beceri gerektirmez. Yine aynı şekilde bir hamburgeri baştan sona tek bir kişi yapmaz, herkesin görevi bellidir (köfteyi pişirmek ya da son aşamaya gelmiş hamburgeri paketlemek gibi). Restoranlarda çalışan işçilerin hareketleri yanında, tavırları, ses tonları (hep aynı ses tonunda ve benzer kelimelerle karşılırsınız) hatta gülümsemeleri bile hep aynıdır. Bu kitle kültürü ürününün tüketicisi konumundaki müşteriler için de durum farklı değildir. Tüketiciler de belli davranış kalıpları içerisinde belli ritüelleri tekrarlarlar. Görüldüğü gibi, kitle kültüründe ürünün kendisi dışında, tutum ve davranışları açısından ücretli emek-gücü ve tüketici bile standartlaşmıştır.

Fordist üretim yöntemlerinin, işçiyi yaptığı işe, ürettiği ürüne ve nihayetinde bizzat kendine yabancılaştıran yönü, kitle kültürü ürünlerinde de bulunmaktadır. Kitle kültürü ve kitle kültürü ürünleri de, tüketicilerini benzer şekilde kendilerine, çevrelerine, topluma ve doğaya yabancılaştırır. Aslında kitle kültürünün oluşturulmasının sebebi, çalışanları Fordist üretim yöntemlerinin yabancılaştırıcı etkilerinden uzaklaştırmak, bir başka deyişle işlikte geçen zamanın tekdüzeliğinden ve sıkıcılığından, kitle kültürü ürünleri vasıtasıyla arınmalarını sağlamaktır. Bu sayede çalışanlar, tüketimde bulunarak özgürleştiklerini sanacaklar ve işlikteki köleleştirici ve yabancılaştırıcı etkilerden kurtulacaklardır. Bu yönüyle kitle kültürü, emek-gücünün yeniden-üretimi sürecindeki bir girdidir. Ne var ki, kitle kültürü ürünlerini tüketmek de, bireyleri düşünmekten ve yaratıcılıktan alıkoymakta, daha çok tüketerek mutlu olmayı öneren Batılı ülkelerin refah devleti düşüncesinin aksine, daha çok tüketerek daha da köleşmekte ve yabancılaşmaktadır. Böylece kitle toplumunun insanı hem üretimde bulunurken, hem de tüketirken iki boyutlu bir yabancılaşmaya maruz kalır.

Benzer şekilde Robert Bocock da, yabancılaşma olgusunun sadece üretimle sınırlı olmadığını ve -üretim aşamasının bir sonucu olması itibarıyla- tüketimin de yabancılaşmanın bir parçası haline geldiğini belirtmektedir; yabancılaşmanın etkileri tüketim sürecine de sıçramıştır. Bocock'a göre yabancılaşma, 1840'larda Marx'ın ondan bahsetmeye başladığından beri, azalmak bir yana, daha da derinleşmiştir. Bu derinleşmenin nedeni ise, yabancılaşmanın 20. yüzyılda tüketim alanına da yayılmış olmasıdır. Tüketilen mallar ve deneyimlerin önceden paketlenmiş, düzenlenmiş ve tüketicide istenen tepkiyi uyandırmak üzere kodlanmış olması, yabancılaşma olgusuna yepyeni bir boyut kazandırmıştır; tüketiciler hazır yemekler satın alabilir, paket turlarla seyahat edebilir, televizyon izleyip, radyo dinleyebilir. Modern tüketiciler fiziksel olarak pasif, ancak zihinsel olarak son derece meşguldürler. Tüketim artık, her zaman olduğundan daha çok bireyin kafasında çözmesi gereken bir deneyimdir, beynsel ve zihinsel bir olgudur. Salt maddi anlamda vücudun temel gereksinimlerini doyuran basit bir süreç olmaktan uzaklaşmıştır. Böylelikle yabancılaşma, modern tüketim kalıplarına da sirayet etmiştir. Tüketiciler, sürekli bir şekilde artmaya devam eden paketlenmiş deneyimler arasında koşuşturup dururken, gerçek anlamda bir yaratıcılık ya da özerklik duygusu yaşamaktan uzak kalmaktadırlar. Marx'ın düşüncesinde, yabancılaşmamış etkinliğin tanımlayıcı özelliği, insan yaratıcılığıdır. Ne var ki 1950'lerden sonra televizyonun ortaya çıkışı, iş dışında geçirilen zamanı kökten bir biçimde dönüştürmüştür. Amerika, İngiltere ya da diğer Batılı kapitalist toplumlarda televizyon izleme, serbest zamanları değerlendirmenin majör aracı haline gelmiş ve pek çok durumda evde müzik yapmanın, tiyatroya gitmenin ya da mahallenin sosyal olaylarına katılmanın yerini almıştır. Aktif ve yaratıcı faaliyetlerin, pek çok insanın serbest zaman etkinliklerinden dışlanması, yabancılaşmanın artmasına ve işyerinde olduğu kadar, tüketim alanında da derinleşmesine neden olmuştur (Bocock, 2005: 54-59).

Temelde insanın bir özgürleşim (*emancipation*) alanı olarak serbest zaman, kitle kültürü tarafından inşa edilmiş bir faaliyet biçiminde, paketlenmiş deneyimler dünyasına kurban edilmiştir. Kitle kültürü ve yabancılaşma kısıcındaki insan, Marx'ın 1844 *Elyazmaları*'nda açık bir biçimde hayvanal işlevler olarak tanımladığı pasif bir tüketici durumuna indirgenmiştir: "insan (işçi) artık kendini ancak yemek, içmek ve çoğalmak gibi hayvanal işlevlerinde, bir de olsa olsa konutta, süslenmede, vb. özgürce etkin duyabilir, insan

işlevlerinde ise ancak hayvanlığını duyar. Hayvanal insanal, insanal da hayvanal duruma gelir.” (Marx, 1993: 144).

Refahın, olabildiğince çok tüketebilmekle özdeş hale geldiği ileri kapitalist ülkelerdeki temel amaç; mümkün olan en fazla metayı piyasaya sürmek ve sonrasında da tüketilmesini sağlamaktır. Giderek artan tüketim, hiçbir şekilde insanların insani özünü geliştirmeye yönelik değildir; aksine onları düşünmekten, yaratmaktan alıkoyan ve yabancılaştıran bir kısır döngü haline gelir zamanla. Bu tarz bir toplumda hemen her şey, ancak tüketim boyutunda bir anlam kazanır. Zaman, mekân, eğlence ve hatta cinsellik bile metalaşp tüketilmekte, insani içeriklerinden soyutlanarak, pazarda satılan nesnelere ve anlamsızlaşmış etkinliklere dönüşmektedir (Tolan, 1996: 297).

“Bu anlamda ileri kapitalist toplumun bireyi, her türlü yaratıcılıktan uzak, tüm toplumsal değerlere yabancılaşmış ve tek kuralın daha fazla tüketmek olduğu bu ortamda, ‘temel hedef olarak tekdüzeliği içselleştirmek ve benimsemek durumunda kalmaktadır’. Tekdüzeliğin dışındaki eylemler, yine özünden soyutlanmış arayışlardan ibarettir. Örneğin spor, artık insanın fiziksel gelişmesini ve sağlıklı yaşamasını hızlandıran bir eylem değil, onu oyalamak ve vakit geçirtmek için dev örgütlerin tekeline aldığı bir meta alanı olmuştur. Sanatsal yaratı, ancak pazardaki değişim değerine bağlı olarak bir anlam taşımaktadır. Müzik, dev plak şirketlerinin tek merkezde oluşturduğu beğeni standartlarını aşamazken, dinleyicinin duygulanmasının derecesi çoğu kez aldığı uyuşturucu maddenin dozuna bağlıdır. Kadınlığın ya da erkekliğin ölçütleri ve nitelikleri, tekelleşmiş modaevlerinin ve kozmetik sanayiinin pazar savaşımında belirlenirken, değişimin hızı daha yüksek bir tüketim sağlamayı amaçlamaktadır. Toplumsal başarı, her alanda yüksek tüketim ile özdeşleşirken, tüm insani ilişkiler, sevgi, aşk, dostluk, ticareti yapılabilen birer nesne olmuşlardır. Kapitalist toplum tinsel hazları vurgulayarak, sonuçta aşkı, estetiği ve diğer duyguları da metalaştırmıştır.” (Tolan, 1996: 297-298).

Aynı paralelde Herbert Marcuse, ileri sanayi toplumunun en rahatsızlık verici yanlarından biriyle karşı karşıya olduğumuzu söyler: akıldışılığın akılsal özelliği. “İnsanlar kendilerini metalarında tanırırlar; ruhlarını otomobillerinde, müzik setlerinde, içten-katlı evlerinde, mutfak donatımında bulurlar.” (Marcuse, 1997: 20). Gerçekten de günümüz Batı toplumlarındaki mutluluk, manevi bir olgu olmaktan çok maddidir ve artık doğrudan doğruya tüketebilme kabiliyeti ya da kapasitesiyle ilgili hale gelmiştir. Bu noktada mutluluk denen şey; daha güzel bir eve, daha pahalı bir arabaya, daha fazla giyim kuşam eşyasına, vb. sahip olmaya denk gelmektedir. Batılı kapitalist sistemin özel mülkiyete dayanan temeli, bireylerini bu tür hırslarla donatır ve bu durum bireyde giderek patolojik anlamda bir saplantı (*obsession*) halini alır. Akabinde bireylerin sosyal statüleri de, giderek tüketimle belirlenir hale gelir. Bu nedenle kitle kültürünün Batı toplumlarında yer edebilmesi ve kendine bir yaşam alanı bulabilmesi çok daha kolaydır. Çünkü kapitalist Batı toplumları,

mutluluğa giden yolda “tüketim” fetişini kendinde *a priori** bulundurur, kitle kültürü önceden sağlanmış olan bu hazır anlayışın üzerine bina edilir.

Sonuç

Kitle kültürü, modern döneme ait olan ve Fordist birikim rejimiyle ilintili bir kavramdır. Esas olarak 1929 Ekonomik Buhranı’ndan sonra Keynezyen ekonomi politikaları ve refah devleti paradigmasıyla bütünleşerek, kendini yeniden üretebilen ve kurumsallaşarak genel kabul gören Fordist birikim rejimi, Henry Ford’un ortaya atmış olduğu “sekiz saat işgünü ve beş dolar ücret ilkesi” ile kitle kültürünün oluşumunda önemli yere sahiptir.

Çalışma sürelerinin kısalmasına karşılık ücretlerin artması, ilk bakışta olumlu bir gelişme gibi görülmesine rağmen; etraflıca düşünüldüğünde, bunun çalışanların refahını ve mutluluğunu sağlamaktan çok, doğrudan hâkim düzenin devamını sağlamaya yönelik bir amaca hizmet ettiği ortaya çıkmaktadır. 1929’daki krizden sonra uygulamaya konan Keynezyen ekonomi politikaları ve Fordist birikim rejiminin asıl amacı, Fordist üretim yöntemleriyle kitlesel olarak ve seri bir biçimde yüksek miktarlarda üretilen kitle ürünlerinin, pazarda da kitlesel bir biçimde tüketilmesini sağlamaktır. Çünkü 1929 Bunalımı’nın belirgin görüntüsü, bir arz-talep dengesizliğidir. Üretimin, yani pazar arzının hızla artmasına karşın, talep aynı hızda artmayarak yetersiz kalmış ve bunun sonucunda giderek büyüyen arz-talep dengesizliği; birikim rejiminin tıkanmasına, genel kar oranlarını azalmasına ve sonunda büyük bir bunalıma yol açmıştır. 1929 krizinin genel görünümü, durgunluk ve hızla büyüyen işsizliktir. Keynezyen ekonomi politikaları ve refah devleti uygulamalarıyla bütünleşen Fordist birikim rejimi ve sembolik “sekiz saat işgününe karşılık beş dolar ücret ilkesi”, temelde bu tür bir bunalımın tekrarlanmasını önlemeye yöneliktir. Bu açıdan bakıldığında, ücretlerin yükseltilmesi toplam talebi arttırıcı yönde bir etki yapacak ve Fordist üretim yöntemleriyle büyük miktarlarda üretilen ürünlerin potansiyel alıcılarını peşinen hazırlayacaktır.

Beş dolar ücret ilkesi ile birlikte tüketimin kitlelere açılması, o güne kadarki kapitalist sistemde hâkim olan tüketim normlarında kuşkusuz radikal bir dönüşümdür. Bununla birlikte, tüketimin kitleselleşmesi ve giderek kendine has bir tüketim kültürünün oluşması ise, kitle kültürü ve kitle kültürü ürünlerinin tüketimi için olumlu bir ortam yaratmıştır. Kitle kültürü ürünlerinin tüketimi ucuza mal olsa bile, netice itibarıyla yiyecek, giyecek, ısınma ve barınma gibi temel ihtiyaçlar kadar hayati önemde değildir. Bu nedenle kitle kültürü ürünlerinin tüketicisi olmak için, kişinin bu hayati ihtiyaçlarını karşılayacak asgari bir gelirden daha fazlasına sahip olması gerekir. İşte ücret artışı, işsizlik sigortası, sosyal transfer harcamaları, vb. refah devleti uygulamalarıyla amaçlanan, bir bakıma da budur.

Bunun yanı sıra, kitle kültürünün asıl üretilme nedeni, çalışanların Fordist düzende kavuştukları artan serbest zaman olanaklarının, sermayenin ihtiyaçları doğrultusunda düzenlenmesini sağlamaktır. Egemen sınıflar bu noktada artık tüketimi çalışan kesimlere açmaktan korkmamaktadırlar. Tüketimin geniş halk yığınlarına açılması ve kitlesel bir hale gelmesi aksine, gelinen noktada kurulu düzenin devamı için bir zorunluluktur. Tedirginlik yaratan asıl şey, önceden nasıl dönüşeceği kestirilemeyen serbest zamanın,

* **a priori**: “önsel olarak”.

egemen sınıfın sınıf çıkarlarının tersi bir yöne (örneğin işçi sınıfında bir sınıf bilinci oluşturmaya hizmet edecek şekilde) yönelebileceği ihtimalidir.

Kitle kültürü işte tam olarak bu noktada, egemen kesimlerin ve kapitalist piyasa ekonomisinin gereksinimleri doğrultusunda ortaya çıkmıştır. Artan serbest zaman olanaklarını kontrol altına almaya ve hâkim sistemi ortadan kaldırmaya yönelebilecek bir düşünsel faaliyet ve kültür üretilmesi olasılığını daha en baştan yok etmeye yöneliktir. Ayrıca Fordist birikim rejimi ile birlikte yükselen ücretlerin sağladığı artan tüketim olanakları, bireyler üzerinde bir taraftan sahte mutluluklar yaratırken, diğer yandan 1929 Ekonomik Krizi'ne benzer olası bir talep yetersizliği durumunu peşinen önlemekte ve dolayısıyla kapitalist düzenin bekasını sağlamaktadır. Böylece Fordist birikim rejimi, kitle kültürü aracılığıyla çalışanların serbest zaman olanaklarını ellerinden alarak, işlik-dışı zamanı doğrudan iş zamanı haline getirir. Bir taraftan tüketim aracılığıyla çalışan kesimleri sistemle uyumlulaştırırken, diğer taraftan yaydığı yanlış bilinç aracılığıyla daha insanca bir yaşamın olabileceğine dair umutları törpüler, böyle bir değişimin gereksizliğini ve imkânsızlığını vurgulayarak insanların boyun eğmesini sağlar. Böylelikle, kapitalist yaşam tarzının ideolojik açıdan yeniden-üretilmesi, statükonun onaylanması ve düzenin meşrulaştırılması yolunda araçsal bir işlev görür.

Kaynakça

- ADORNO, Theodor W. (2003) "Kültür Endüstrisini Yeniden Düşünürken", Cogito – Adorno: Kitle, Melankoli, Felsefe, Sayı: 36, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, s. 76-83.
- ARNOLD, Horace Lucien – FAUROTE, Fay Leone (2005) Ford Methods and the Ford Shops, Adamant Media Corporation
- AYDOĞAN, Filiz (2000) Medya ve Serbest Zaman, İstanbul: Om Yayınevi
- BELEK, İlker (1999) Postkapitalist Paradigmalar, İstanbul: Sorun Yayınları
- BOCOCK, Robert (2005) Tüketim, 2. Baskı, Ankara: Dost Kitabevi
- DELLALOĞLU, Besim F. (2001) Frankfurt Okulu'nda Sanat ve Toplum, 2. Baskı, İstanbul: Bağlam Yayınları
- ERDOĞAN, İrfan (1999) "Popüler Kültür: Kültür Alanında Egemenlik ve Mücadele", Popüler Kültür ve İktidar, der. Nazife Güngör, Ankara: Vadi Yayınları, s. 18-52.
- ERDOĞAN, İrfan (2001) "Popüler Kültürde Gasp ve Popülerin Gayri Meşruluğu", Doğu Batı Düşünce Dergisi – Popüler Kültür, Sayı: 15, 2001/2, s. 65-104.
- ERDOĞAN, İrfan – ALEMDAR, Korkmaz (2002) Öteki Kuram – Kitle İletişimine Yaklaşımların Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi, Ankara: Erk Yayınları
- FORD, Henry (2003) My Philosophy of Industry, ed. Ray Leone Faurote, Kessinger Publishing
- GRAMSCI, Antonio (1999) Selections from the Prison Notebooks, ed. Quentin Hoare and Geoffrey Nowell Smith, London: ElecBook
- HARVEY, David (2003) Postmodernliğin Durumu, İstanbul: Metis Yayınları
- HIMMELWEIT, Susan (2001) "Artık Değer", Marksist Düşünce Sözlüğü, ed. Tom Bottomore, 2. Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları, s. 43-46.
- HORKHEIMER, Max – ADORNO, Theodor W. (1996) Aydınlanmanın Diyalektiği – Felsefi Fragmanlar II, İstanbul: Kabalcı Yayınevi
- KELLY, John R. (1982) Leisure, New Jersey: Prentice Hall
- KROGH, Thomas (1999) "Frankfurt Okulu'nun Kültür Analizi", Medya İktidar İdeoloji, der. Mehmet Küçük. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları / ARK, s. 245-265.

- LIPIETZ, Alain (1992) Towards a New Economic Order – Postfordism, Ecology and Democracy, Oxford: Oxford University Press
- MARCUSE, Herbert (1997) Tek-Boyutlu İnsan – İleri İşleyim Toplumunun İdeolojisi Üzerine İncelemeler, 3. Baskı, İstanbul: İdea Yayınevi
- MARX, Karl (1993) 1844 Elyazmaları – Ekonomi Politik ve Felsefe, 2. Baskı, Ankara: Sol Yayınları
- MARX, Karl (2007) Kapital – Kapitalist Üretimin Eleştirel Bir Tarihi, Birinci Cilt, 8. Baskı, Ankara: Sol Yayınları
- McQUAIL, Denis (2005) McQuail’s Mass Communication Theory, 5. Baskı, London: Sage Publications
- MILLS, C. Wright (1956) The Power Elite, New York: Oxford University Press
- MOHUN, Simon (2001) “Makineler ve Makine Üretimi”, Marksist Düşünce Sözlüğü, edt. Tom Bottomore, 2. Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları, s. 393-394.
- MUTLU, Erol (2001) “Popüler Kültürü Eleştirmek”, Doğu Batı Düşünce Dergisi – Popüler Kültür, Sayı: 15, 2001/2, s. 9-39.
- NALBANTOĞLU, Hasan Ünal – BAKER, Ulus – ULUĞ, Murat – GÜVENÇ, Kenan (1996) “Gündelik Hayat 1”, Mimarlık, No. 272, Ankara: TMMOB Mimarlar Odası, s. 35-43.
- OKTAY, Ahmet (2002) Türkiye’de Popüler Kültür, İstanbul: Everest Yayınları
- OSKAY, Ünsal (1994) Çağdaş Fantazya - Popüler Kültür Açısından Bilim-Kurgu ve Korku Sineması, İstanbul: Der Yayınları
- OSKAY, Ünsal (2001a) “Kitle Kültürü Popüler Kültürü Kuşatırken...”, “Yıkanmak İstemeyen Çocuklar” Olalım, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, s. 151-158.
- OSKAY, Ünsal (2001b) “Modern Toplumda ‘Serbest Zaman’ın İşe Koşulması”, “Yıkanmak İstemeyen Çocuklar” Olalım, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, s. 186-193.
- RITZER, George (1998) Toplumun McDonaldlaştırılması, İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- RUSSELL, Bertrand (2004) Aylaklığa Övgü, İstanbul: Cem Yayınevi
- SCHOR, Juliet B. (1991) The Overworked American – The Unexpected Decline of Leisure, New York: BasicBooks
- SWADOS, Harvey (1958) “Less Work – Less Leisure”, **Mass Leisure**, edt. Eric Larrabee and Rolf Meyersohn, Illinois: The Free Press

ŞAYLAN, Gencay (2002) Postmodernizm, Ankara: İmge Kitabevi

TAYLOR, Frederick W. (2003) Bilimsel Yönetimin İlkeleri, 2. Baskı, Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları

TOLAN, Barlas (1996) Toplum Bilimlerine Giriş, Ankara: Murat & Adım Yayıncılık