

Türkiye'deki Popüler Kültür Çalışmaları Üzerine Kısa Bir Değerlendirme

A Brief Review On The Popular Culture Studies in Turkey

Derya TELLAN - Tolga TELLAN

Arş. Gör. , Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü - Araştırmacı, Yazar

Abstract

Popular culture has taken shape in Turkey, was also the period of the appearance of the studies oriented to the facts, in the last quarter of the twentieth century. This study aims to classify the researches in the field of popular culture that especially developed during 1980-90's and related to the national scaled interpretations of the issue. The insufficiencies in the definitions related to the fact of popular culture and the deficiencies in developing method and/or practice constitutes the main issues, which faced in most of the studies.

Özet

Türkiye'de popüler kültür yirminci yüzyılın son çeyreğinde biçimlenmiş ve olgulara yönelik çalışmalar da bu dönemde ortaya çıkmıştır. Bu inceleme, özellikle 1980-90'larda gelişen ve sorunu ulusal ölçekte ele alan popüler kültür çalışmalarını sınıflandırmayı amaçlamaktadır. Birçok çalışmada popüler kültür olgusuna yönelik çalışmaların yetersiz olduğu bulgulanmıştır. Konu aynı zamanda yöntem geliştirme ve bu yöntemi uygulamaya koyma sorunlarını da taşımaktadır.

Popüler Kültür, Medya, Tüketim / Popular Culture, Media, Consumption

1. Giriş

Popüler kültür olgusunu konu edinen güncel tartışmaların temeline inildiğinde gözlemlenen durum, kuramsal yaklaşımlardaki farklılıkların ve yöntemlerle ilgili sorunların, çalışmalar üzerinde doğrudan etkili olduğudur. Popüler kültür çalışmalarının sosyal bilimler alanında kısa sürede kabul görerek, günümüzdeki konumuna ulaşmasının ardında yirminci yüzyılın son çeyreğinde geçirdiği etkileyici dönüşüm yatmaktadır. 1970'lerden itibaren, dünya genelinde, gerek edebiyat, antropoloji, sanat tarihi ve halkbilim gibi klasik disiplinlerle içiçe yürütülen çalışmalar, gerekse cinsiyet, ırk, medya ve tüketim gibi konuların ele alınarak disiplinleştirildiği çalışmalar ile popüler kültür olgusu bir yandan popülerleşirken (yaygın kabul görmesine karşın ciddi bir biçimde irdelenmeden anlamlandırılırken) diğer yandan da sıklıkla vulgerleşen (bilimsel açıdan belirsizleştirilen ve bayağılaştırılan) bir görünüme kavuşmuştur. Ekonomik çıkar ve iktidar ilişkilerinin küresel özellikler sergilemeye başladığı süreçte 'global çoğulculuğun geri dönülemeyecek biçimde topluları özgürleştirdiğini' savunan yaklaşım tarzlarının egemenliği altındaki bireyler, kültürel ürünler ve etkinlikler karşısındaki konumlarını yeniden değerlendirme çabasına girmektedirler. Bu çabalar ise, popüler kültür çalışmalarının kuramsal yelpazesinin, toplu katılımın özgürleştiriciliğinden emekçi sınıflar üzerindeki hegemonyaya değin geniş bir alanda değişim göstermesine neden olmaktadır.

Popüler kültür olgusunun anlamlandırılması süreci, olguya yönelik yaklaşımların bilinmesini ve olgunun niteliklerinin nasıl incelendiğinin ortaya konulmasını gerektirmektedir. Bu kısa incelemede, Türkiye'de özellikle 1980-90'lar boyunca gelişim gösteren ve popüler kültürün ulusal ölçekte anlamlandırılmasına ilişkin katkılar sağlayan çalışmaların tanımlanması-betimlenmesi amaçlanmaktadır. Türkiye'deki popüler kültür çalışmalarının (konuyla ilgili ulusal literatürün) analiz edilmesi, kuramsal yaklaşımların netleştirilmesine ve yönetsel sorunların giderilmesine hizmet ettiği için ayrı bir öneme sahiptir. Süreç içerisinde yapılacak çalışmalara yardımcı olması açısından, bu ve benzer incelemelerin gerekliliği ortaya çık-

maktadır.

2. Türkiye’de Popüler Kültür

Bireyin gereksinimlerinden doğan ve ait olduğu örgütlü yapısal ilişkilerdeki konumuna bağlı olarak sonuçlandırılan tüm ürün ve düşünler ile iletişim faaliyetleri kültürün konusunu oluşturmaktadır. Sosyal yaşamdaki güç ilişkileri, egemenlik ve mücadele, üretim biçiminin belli bir an ve yerdeki sonucunun ve durumunun ifadesidir (Erdoğan, 1997). Kültürü gerçek kılan bireyin, içinde bulunduğu sosyal üretim biçiminin egemen karakteri, kültürel dinamiklere doğrudan yansımaktadır. Kültür, ne toplumsal ve ekonomik mülkiyet ilişkilerinden farklı, ne toplumsal ve ekonomik mülkiyet ilişkilerinin dışında, ne de toplumsal ve ekonomik mülkiyet ilişkilerinin üzerinde bir içeriğe sahiptir. Kültürel pratiklere, bir bütün olarak mülkiyet ilişkileri ile bu ilişkilerin sürdürülmesi ve korunması için gerçekleştirilen politikalar egemendir. Farklılık, karşıtlık, çeşitlilik olarak anlaşılandırılan kültürler, gerçekte geride bırakılmış egemenlikten ya da geleceğe dönük mücadeleden doğan farklı, karşıt, çeşitli mülkiyet ilişkileri ile farklı, karşıt, çeşitli sosyal politika ve düzenlemelerdir. "Kültür alanı insan yaşamının tümünü kapsayan egemenlik ve mücadele alanıdır" (Erdoğan, 1999:21).

Kültür alanının kapsayıcılığı, karşılaşılan olguların farklı boyutlardan farklı yaklaşımlarla değerlendirilmesine yol açmaktadır. Son dönemde kültür konulu tartışmaların en yaygın boyutunu oluşturan 'popüler kültür' çalışmalarında; gündemde olanın, çoğunluğun çıkarlarına uygun görünenin, halka aitliğin, azınlığa düşen ve geri plana itilenin, başlangıçta dışlanıp sonradan içselleştirilenin, egemen çıkarlara aykırı gelenin, kötülenip değersizleştirilenin farklı yaklaşımlar altında incelendiği gözlemlenmektedir. Popüler kültürün toplu katılım yoluyla özgürleştiriciliğinden, egemene alternatifliğinden, özerklik ve yerellik aracılığıyla ideolojik ötekiliğinden bahseden geniş bir kuramsal çerçeve bulunmasına karşın; "Popüler kültür kullanım ve tüketim kültürüdür: kullanım ve tüketim popülerin üretiminin ilk safhasından son kullanım safhasına kadar her safhada vardır" (Erdoğan, 1999: 22). Popüler kültür, günümüz tüketim politikalarının egemenliğine ve sahipliğine işaret etmekte; izleyiciler/dinleyiciler/tüketiciler ise kültürel ürünlere erişmenin verdiği anlık doyumlar pahasına, gerçek ihtiyaçları yerine ürünün nitelikleri üzerine kurulan bir dünyanın defalarca sunumuna kurban edilmektedirler. "İnsanlar kendi gereksinimlerini karşılamak yerine, kapitalist ürünler çöplüğünü tüketerek sermayenin

ihtiyaçlarının karşılanmasına itilmektedir" (Erdoğan, 1997:298).

Osmanlı İmparatorluğu'nun yıkılmasının ardından kurulan yeni Türkiye Cumhuriyeti, geçmiş ile olan bağlarını salt siyasal ve hukuki düzlemlerde koparmamış; aynı zamanda kültürel pratiklerde de topyekün bir geride bırakma sürecine girmiştir. Bireylerin günlük yaşam pratiklerini gerçekleştirirken 'çağdaşlaşma prensibi çerçevesinde eylem gören vatandaşlar' olarak tanımlanması Türkiye'de kültürel yaşamın kökten bir dönüşüm geçirmesine neden olmuştur. Özellikle II. Dünya Savaşı'nın hemen öncesinde ve 1940'lı yıllarda hakim olan ve çağdaşlaşmanın aksine taklitçiliğe ve aşırılıklara varan Batılılaşma politikaları, kültürel aktarmacılığa ve yaşam biçiminde özgünlüğün ve bize aitliğin güncel gerçeklerle bütünleştirilmesi yerine, gündemde olanın takip edilerek sorgulamaksızın benimsenmesine yol açmıştır. Kültür, Batı toplumlarının elindeki mutlak değer olarak görülmüş ve diğer milletlerin de ona erişmek için aynı üretim, tüketim ve teknolojik süreçlerden geçmelerinin gerektiğini savunan çizgisel-doğrusal modernleşmeci uygarlık tarihi modelleri oluşturulmuştur (Tellan, 1999). 1945 sonrası döneme ilişkin çözümlerinde Niyazi Berkes, (1975:290) "Kapitalist ekonominin gelişmesini sağlayacak yollardan biri, kitlelerin tüketim iştahını kabartmak, tüketim maddelerini boyuna üretmek, boyuna tükettirmektir... Geri kalmış toplumların Batılılaşmışları, onların etkisi altında iki yakasını bir araya getiremeyen tüketimci nüfusun kişileri, bu tüketim ekonomisinin en kolay avladığı kitleler olmuştur" tespitleriyle Batılılaşmacılık uygulamasının sorunlarına dikkat çekmektedir. 1940'lı yıllarda CHP'nin tek parti yönetiminde özellikle Nurullah Ataç'ın "Kendi kendine yeter bir edebiyat değildir bizim divan şiirimiz. Bunun için kapatmalıyız onu, Fuzulî'yi de, Baki'yi de Neşatî ile Nazimî'yi de unutmamız gerekir. Onları çocuklarımıza belletmemiz gerekli değildir. Çocuklarımıza gerçekten edebiyat sevgisini, güzellik kaygusunu aşılama istiyorsak onlara, Yunanlılarla Latinlerden başlayarak Batı aleminin şiirlerini, eserlerini öğretilim, benliklerini onlarla yoğuralım" (aktaran Koçak, 2001:400) değerlendirmeleriyle biçimlendirilen Batılılaşma ile 1946 sonrası çok partili siyasal yaşamda farklı hükümetlerce farklı açılardan revize edilip dönüştürülse de temeldeki yapısını koruyan modernleşme politikaları, ulusal çıkarlardan uzak ve uluslararası yapıyla bütünlüklü üretim ve tüketim kalıplarının oluşmasını sağlamıştır. Sorun 1960-70'li yıllar boyunca pek çok kez gündeme gelmesine karşın, çalışmalarda günlük yaşam pratiklerinin kültür çerçevesinde anlamlandırılması yoluna gidilmemiştir. Süreç içerisinde Doğan Avcıoğlu'nun "Türkiye'nin Düzeni" (1968), Stefanos Yerasimos'un "Azgelişmişlik Sürecinde Türkiye" (1974), Hilmi Yavuz'un "Felsefe ve

Ulusal Kültür" (1975), Şerif Mardin'in "İdeoloji" (1976), Bozkurt Güvenç'in "İnsan ve Kültür" (1977) ile Attila İlhan'ın "Ulusal Kültür Savaşı" (1986) başlıklı çalışmaları Türk toplum yapısının kültürel temellerini konu edinen ve kuramsal düzeyde tartışılan, ancak günlük yaşam pratiklerini -nedenleri ve sonuçlarıyla- açıklama amacı gütmeyen ilk incelemeler olarak sıralanabilir.

'Kültür'ün kuramsal düzeyde uzun uzadıya tartışılmasına rağmen, 'popüler kültür'ün konunun merkezine yerleştirildiği ilk çalışmalar 1980'li yıllarda karşımıza çıkmaktadır. Ünsal Oskay'ın "XIX. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişiminin Kültürel Temelleri" (Ankara Üniversitesi SBF Doçentlik Tezi, 1979) başlıklı çalışmasıyla akademik dünyada yoğunlaşan popüler kültür tartışmaları, 24 Ocak 1980 sonrasında uygulanan ekonomik politikalarla birlikte ivme kazanmıştır. Özellikle ithal ikameci sanayileşme politikasının terk edilerek ihracata dayalı sektörel kalkınma yaklaşımının uygulamaya konulması, Türkiye'de dış ticaret patlamasına yol açmış, çok sayıda ve çeşitli fonksiyonlarda nihai tüketim malzemesinin ulusal pazarda alıcılarla buluşturulması sağlanmıştır. Değişen tüketim kalıpları ile kitle iletişim araçlarındaki yaygınlaşmasının tüketimi motive edici yöndeki etkisi bireylerin günlük yaşamlarını, üretimlerinin ve gelirlerinin ötesinde tüketimle sürdürmelerine yol açmıştır. 1970-1979 döneminde 34.877 milyon ABD Doları olan toplam ithalata ve 14.663 milyon ABD Doları olan toplam ihracata karşılık; 1980-1989 döneminde toplam ithalat 112.411 milyon ABD Doları toplam ihracat ise 75.112 milyon ABD Doları'na ulaşmıştır. 1950'lerden itibaren sağlanamayan ithalat-ihracat dengesi 24 Ocak Kararları sonrası dönemde iyice bozulmuş ve 1970-1979 döneminde Petrol Şokları ve ABD ambargosuna rağmen % 4,3'de kalan Dış Ticaret Açıkları'nın Gayri Safi Milli Hasıla'ya oranı, 1980-1989 döneminde % 5,2'ye ulaşmıştır (Sönmez, 2003:58-61). İhracattaki artışa rağmen özellikle tüketim malları ithalatındaki dizginlenemez artış, ulusal pazardaki tüketici beğenilerinin pazarlama-satış teknikleri, reklam ve marka çalışmaları ile çokuluslu şirket ürünlerine yönlendirilmeleri kaynaklıdır. Çokuluslu şirketlerin elektrik-elektronik-bilgiişlem, otomotiv, kozmetik, spor malzemeleri, yiyecek, giyecek, oyuncak ve popüler sanat ürünleri alanlarında tüketicilere sundukları ürünlerin nitel ve nicel çeşitliliği, popüler kültüre konu edinilen materyal ve mental biçimlenmenin ardındaki ekonomik yapıyı gözler önüne sermektedir. 1979 yılında toplam ithalat içerisindeki payı % 2 olan nihai tüketim mallarının 1995 yılındaki oranı % 12'ye ulaşmış (Sönmez, 2003); aynı süreçte toplum genelinde deneyimlenen günlük yaşam pratikleri köklü bir dönüşüme uğramıştır.

Ekonomik gelişmelere paralel Türkiye'de kültürel iklimin değişim gösterdiğini ve geçmişin unutulmuş/unutturularak, tüketicileri fethetme rekabetine dayanan bir pazarın kurulduğunu belirten Nurdan Gürbilek'e (2001:24) göre "böylece 80'lerde, Türkiye'de ilk kez yaygın olarak tüketilebilecek bir 'pop tarih' kuruldu. Bunu mümkün kılan şey, imgeleri tarihsel yükünden kurtaran, geçmişini bir alıntıdan ibaret kılan, tümüyle keyfi ve nedensiz bir dilin çeşitli alanlarda yaşar kılınabilmesiydi. Bu dili, her şeyden önce reklamcılık kışkırttı. Reklamın dili, yalnızca sözü görüntünün, imgenin hizmetine sunmakla kalmadı, aynı zamanda bütün kültürü bir malın pazarlanmasında kullanılabilir bir hammaddeye, sınırsız bir alıntılar toplamına da dönüştürdü". 1980'lerde Türkiye'de yerel kimliklerin ve toplumsal alt grupların ön plana çıkmasını Batı ile bütünleşme yolunda hızla yol kat eden pazar yapısının gereksinimleri ve reklamların pazarı destekleyen özellikleri açığa çıkarmış; 'in, trendy ve star' olmak tüketim pratiklerini desteklediği ölçüde makbul hale gelmiştir.

3. Popüler Kültür Çalışmaları

Toplumdaki az ile yetinen, içe dönük, kendi üretimine dayanan, dayanışmacı sosyo-ekonomik dinamiklerin 1980'li yıllarla birlikte yerini doyumsuz, dışa odaklanmış, tüketme pratiğini gündeminin merkezine almış ve bireyci bir referans çerçevesine bırakması; popüler kültür olgularının ortaya çıkmasına ve yaşananların tartışılmasına yol açmıştır. İlk nüvelerinin görüldüğü dönemden itibaren yapılan popüler kültür tartışmaları Ünsal Oskay'ın "Popüler Kültürün Toplumsal Ortamı ve İdeolojik İşlevleri Üzerine" (1979) ve "Kitle İletişimi Açısından Toplumsal Egemenlik ve Kültürel Donanımları" (1980) ile Veysel Batmaz'ın "Popüler Kültür Üzerine Değişik Kuramsal Yaklaşımlar" (1981) başlıklı çalışmalarında sosyolojik düzeyde eleştirel özellikler sergilemiştir. Ünsal Oskay'ın popüler kültürü tarihsel zemine oturtmaya çalıştığı ve 'popüler olanın kitle ile birlikteliğinde incelenmesi' gerektiğini varsaydığı ilk çalışmaları ulusal akademik çevrelerin konuya ilgi duymasını sağlamış; popüler kültür kavramsal düzeyde "bazı temel özellikleri bakımından, folk kültürü ve seçkinler kültürü gibi, çağdaş dönemden daha önceleri de varolmuş bir kültürdür; Ancak, toplumun bazı 'eksik' açıklamalarda kullanılan terim ile 'kitle toplumuna' dönüşmeye başladığı XIX. Yüzyıl ortalarından itibaren çok önemli yeni işlevler ve özellikler kazandığı da unutulmamalıdır" (2000:72) şeklinde tanımlanmıştır. Müzik, edebiyat, görsel ve plastik sanatlar ile spor disiplinlerinde konuyla ilgili çalışmaların ortaya çıkması, 1980 sonrasında ekonomik yapıda ve siyasal ilişkilerde yaşanan

dönüşümü takip eden süreçteki akademik koşullarla da uyumludur. Ekonomide ideolojikliğin, siyasal faaliyetlerde ise sessizliğin hakim olduğu 80’li yıllar, popüler kültürü -özellikle de arabeski- tartışmayı adeta zorunlu hale getirmiştir.

Türkiye’de popüler kültür alanının müzik boyutunda betimlendiği ilk akademik çalışma olarak sunulan Meral Özbek’in "Popüler Kültür, Modernleşme ve Orhan Gencebay Arabeski" (Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi, 1989) başlıklı incelemesinde sorun örnek olaydan (arabesk müzikten) hareketle bütünlük bir yapının (toplumsal modernleşme projesi ile bu projenin eleştirisinin) parçası olarak ele alınmakta ve alana ilişkin yöntem geliştirme çabası sergilenmektedir. Mikro konuları makro sorunlar içerisinde değerlendiren Özbek için, sorunun doğru bir biçimde anlaşılandırılması, kültür-iktidar ilişkisi içerisinde aranmalıdır: "Arabeskin Türkiye’deki kültürel iktidar sürecinde çizgi içi ve dışı karmaşık serüveni, hegemonya problemi göz önünde tutularak kavranabilir. Sorun, arabeski yüceltmek ya da karalamak değil, arabeski zaman içerisinde değerlendirirken, kimin çizgisinin mantığı içinde ve ideolojik hegemonyası çerçevesinde ve nasıl kalındığının farkında olunmasıdır" (1994:212). Popüler kültüre, muhalif ve modernleşmeye karşı eleştirel; Frankfurt Okulu’nun kitlelerin mutlak olarak güdümlü-yönetildiği iddiasının aksine İngiliz Kültürel Çalışmalar Geleneği’nin müca deleciliğe yer veren ve iktidar ilişkileri içerisinde konumlanmış bir bakış açısı sergileyen olumlu nitelendirmelerle yaklaşan Özbek, popüler kültür kavramını tercih edişini şu şekilde açıklamaktadır: "Eğer bugün kapitalist ülkelerde hakim olan kültürün 'kitle kültürü' olduğunu varsayarsak, bu kavramın Üçüncü Dünya ülkeleri için aynen kullanılıp kullanılmayacağını tartışma konusu yapmak gerekiyor. Türkiye’nin 'geliştikçe' kitle kültürüne sahip bir toplum haline geleceğini söylemek, bu çalışmada itiraz edilen klasik modernleşme kuramının tek-çizgisel evrim modelini kabul etmek demektir. Ancak öte yandan, Rey’in belirttiği gibi, 'kapitalizmin her yerde aynı' olan yanını göz ardı edemeyiz. Yani, teknolojinin her türlü tüketim ideolojisi ile birlikte Üçüncü Dünya ülkeleri üzerindeki etkisi, kitle iletişim araçları aracılığıyla etkin olan Batı programlarının etkisini ve ayrıca Türkiye’nin 'modernleşme süreci' sonucu ortaya çıkan kültür endüstrisi, kentleşme, iş ve boş zaman ayırımının gelişmesi ve kent kültürüne ilişkin diğer etmenler sonucu Batı ile benzer yapılanmaların ortaya çıkmasını getirmektedir. Ancak, Üçüncü Dünya ülkelerinde kapitalizm öncesi yapıların özellikleri, yöresel farklılıklar, ekonomik ve kültürel eklenme tarzının ortaya çıkardığı farklı biçimler, bugün Türkiye’de de görüldüğü üzere özgün yanının farkedilmesini gerektiren ve ideal modern-geleneksel ikilemini

aşan bir karmaşıklıkta kültürel yapılar ortaya çıkarmaktadır. Bu nedenle, daha baştan en azından bu karmaşık özgüllüğü (potansiyeller ve engellemeler açısından) yakalama çabasında kitle kültürü kavramından daha 'dinamik' görünen popüler kültür kavramı tercih edilmiştir" (1994:88-89).

Meral Özbek'in, "Hem resmi devlet politikaları, başıboşluk ve hayat koşullarının değişmesi sonucu kaçınılmaz olarak çok çeşitli faktörlerin bir araya gelmesiyle belirlenen modernleşmeye yürüyüşün kapsandığı, ama hem de popüler geleneğin yeni pratik ve anlamlara eklenerek direndiği bir alandır arabesk" yaklaşımıyla sanatçı odaklı ve 1980'lerle birlikte müzik endüstrisinin gelişimi ile hegemonik ideolojiye eklenme süreçlerinin birlikte işlenmesini esas aldığı çalışması, temelde popüler kültürün bir boyutunda yaşanan bireysel deneyimlerin (sanatçı olarak Orhan Gencebay'ın) sosyal ilişkiler üzerindeki etkisini incelemektedir. Özbek, modernleşme politikaları ve bu politikalara karşı geliştirilen direnişleri popüler kültürün etkinlik sahası olarak değerlendirmekte; ancak popüler kültürün üretiminden tüketimine değin hangi mülkiyet ilişkileri içerisinde gelişim gösterdiğini göz ardı etmektedir. Özbek'in çalışmasında modernleşmeye karşı direnişin pratiği olarak betimlenen popüler müziğin, zaman içerisinde postmodernleşmenin söylemsel düzeydeki temsilcisi haline geldiği de asla unutulmamalıdır! Özbek'in çalışmasına eş zamanlı olarak ortaya konulan bir diğer çalışma ise Martin Stokes'ın *Türkiye'de Arabesk Olayı* ("The Arabesk Debate: Music and Musicians in Modern Turkey", Oxford Üniversitesi Sosyal Antropoloji Doktora Tezi, 1989) başlıklı eseridir. Stokes, popüler kültürü araştırırken inceleme sahası olarak müziği ve yöntem olarak da etnomüzikoloji'yi tercih etmektedir. 1980'lerin sonunda Türkiye'de yaşadığı bireysel deneyimleri, arabesk şarkı sözleri ve müzikal yapı ile bütünleştiren çalışmasında Stokes; popüler müziğin anlatısını, kentsel yapılanma (gecekondulaşma) ile olan ilişkisini ve Türk Halk müziğiyle birlikte sahip olduğu kökleri incelemektedir. Arabesk'in 'tasavvuf'tan 'dolmuş kültürü'ne uzanan farklı boyutlardaki özelliklerine dikkat çeken Stokes'a göre (1998:182) "arabeskin gecekonduyla bağdaştırılması, müziği kimin ürettiği ve kimin dinlediği üstüne isabetli bir sosyolojik açıklama olarak değerlendirilmemelidir, metaforik bir iddia olarak alınmalıdır. Eğer böyle kabul edilirse, kültürüyle ve de alışkanlıklarıyla 'popüler' nosyonuna tıpatıp uyan bir müzik tüketicisi sınıf arama ve tanımlama çabaları, sosyolojik olarak anlamsızlaşmaktadır. Arabesk mitinin ve müziğin aktif olarak kullanılma yollarından bazılarını tanımlamaya çalışmak daha yararlı bir yaklaşım olacaktır". Stokes'ın çalışması disiplinlerarası olması ve konuyu bir yabancıdan gözünden objektif olarak

değerlendirme çabası sergilemesiyle başarılı; ancak bireysel deneyimler ve etnomüzikolojik yöntemlerle konunun sosyolojik boyutuna ilişkin genel geçer değerlendirmelerde bulunması nedeniyle yetersizdir.

Özbek ve Stokes ile aynı dönemde, popüler kültürü müzikten geçerek anlamlandırma çabaları çerçevesinde gerçekleştirilen bir diğer çalışma ise Nazife Güngör’ün "Arabesk Müzik ve Toplumsallaşma" (Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, 1989) başlıklı incelemesidir. Güngör arabeski, "içinden çıktığı toplumsal ve kültürel çevreye göre biçimlenmiş, tutarlı bir kuramsal dayanaktan yoksun, ezgi yönünden Arap müziğinden, çalgı yönünden de Batı müziğinden esintiler taşıyan, önceleri taşradan başlamakla birlikte zamanla toplumun tüm kesimlerinden gelen yaygın bir dinleyici kitleye sahip toplumumuza özgü bir tür" (1993:23) şeklinde tanımlamakta ve çalışmasında müzik ile toplumsal yaşam arasında sosyo-kültürel bağlar kurmayı amaçlamaktadır. Arabesk müziğin başlangıçtan farklı bir görünüme kavuşmasının ardında 1980’lerin bireysel tüketimi kutsayan yaklaşımının bulunduğunu savunan Güngör’e göre (1993:137), "toplumumuzdaki birey, bireyliğini, üretime katkıda bulunarak kanıtlamak yoluna gitmek yerine tüketim alanında olabildiğince etkili olmak biçiminde gerçekleştirmeye çalışıyor. Dolayısıyla da birey olmanın temel özelliği olan 'özgürleşme'nin sağlanması olanaksızlaşmakta, bunun yerine 80’li yılların Türkiye’sinde sınır tanımaz tüketim yarışı insanları tutsak bireyler durumuna getirmiş bulunmakta". Arabesk müziği, R. L. Root tarafından geliştirilen 'popüler müziğin dinamiği' modeline uyarlama çabasına girişen Nazife Güngör, müzikal anlamda beste, sunum ve tepki gibi temel öğelerle bunların alt öğelerinden oluşan ilişkiler düzeninin amaç ve biçim üzerinde bir bütün olarak yansımalarıyla elde edilen ürünün yorumlamasını yapmaktadır. Çalışmada, arabesk müziği diğer türlerden ayıranın içerik değil, biçim ve teknik olduğu vurgulandıktan sonra bulgular şu şekilde yorumlanmaktadır: "Neyin söylendiği değil önemli olan, nasıl söylendiğidir. İşte arabeski de arabesk yapan budur. Eğer bu müzik üzerinde çalışmak gerekirse, eğer toplumumuzda giderek büyüyen bir sorun haline gelen bu müziğe bir çözüm getirilecekse bu yöndeki asıl hareket noktası onun, biçimsel olarak ele alınıp tartışılmasıdır. Yok eğer içeriği sorgulanacaksa her şeyden önce bu toplumun neden bu içeriğe, neden acı yüklü iletilere ilgi duyduğunu sorgulamak gerekir. Yani Türkiye’deki müzikal gidişle toplumsal gidiş birlikte ele alınmalı ve değerlendirilmelidir. Aksi takdirde bir çıkış yoluna ulaşılamaz" (Güngör, 1993:213). Güngör’ün çalışması Türkiye’de müziğin popüler kültür bağlamında ele alınmasını vurgulaması ve yöntem geliştirme çabaları bakımından

çok önemli bir yer tutmakta; sorunu toplumsal yapının sosyo-kültürel boyutunda, halkın içerisinde çıkan bir yaşam biçimi olarak ele alması nedeniyle önemle tartışılması gereken varsayımlar içermektedir.

Başlangıçta müzik ve müzik sosyolojisinden hareketle popüler kültürün anlamlandırılmaya çalışıldığı Türkçe literatür, 1990'lı yılların ortalarına gelindiğinde hızlı bir yabancı kaynak çevirisi ile gelişim göstermiştir. Walter Benjamin'in XIX. yüzyıl burjuva edebiyat ve sanatının çağdaş kültür tarihi içerisindeki uzantılarını ele aldığı *Pasajlar* (1993); Mircea Eliade'nin popüler kültürün simgesel köklerine göndermeler yapan *İmgeler Simgeler* (1992) başlıklı eseri ile ilksel topluluklardan modern çağ uygarlıklarına değin uzanan hayal, efsane ve uyduruları incelediği *Mitlerin Özellikleri* (1993); Lana Rakow, Janice Radway vd. kadın yazarların makalelerinden Süleyman İrvan ve Mutlu Binark tarafından derlenerek çevirilen *Kadın ve Popüler Kültür* (1995); Walter J. Ong tarafından kaleme alınan ve popüler kültürün tarihsel arka planının meşrulaştırılma çabasına girildiği *Sözlü ve Yazılı Kültür* (1995); Max Horkheimer ve Theodor Adorno tarafından 1930'ların ikinci yarısında Birleşik Devletler'de pozitivist ampirik yöntemle gerçekleştirilen çalışmaların ardından kültür endüstrisi kavramıyla sosyal çözümlemelere geri dönülen -ilk yayımı 1947 tarihli- *Aydınlanmanın Diyalektiği* (1996); David Rowe'un kendisi tarafından "popüler kültür hakkındaki genel tartışmalara eğilmenin yanısıra iki hayati popüler kültür biçiminin -rock müzik ve spor- daha ayrıntılı analizlerinin sunulduğu" (1996:23) çalışma şeklinde iddialı bir biçimde nitelenen *Popüler Kültürler: Rock ve Sporda Haz Politikası* (1996); Tania Modleski tarafından medya ve eğlence arasındaki ilişkiye vurgu yapan makalelerin derlendiği *Eğlence İncelemeleri* (1998); Angela Mc Robbie'nin gündemde olanı anlamlandırmak için kültür araştırmaları kuramcılarının yeniden okunması gerekliliğine göndermeler yaptığı *Postmodernizm ve Popüler Kültür* (1999) ile popüler kültürü kuramsal açıklamalardan disiplinlerarası tartışmalara değin farklı yaklaşımlarla ele alan Stuart Hall, Peter Burke, Robert Hodge, James Curran vd. araştırmacıların makalelerinin Nazife Güngör tarafından derlendiği *Popüler Kültür ve İktidar* (1999) yirminci yüzyılın son on yılında Türkiye'deki popüler kültür tartışmalarına yön veren yabancı kaynaklar olarak ön plana çıkmıştır.

Türkiye'deki popüler kültür çalışmaları arasında tartışmaları yönlendirici rol oynayan iki kaynaktan ilki, Ahmet Oktay'ın *Türkiye'de Popüler Kültür* (1993) başlıklı kitabıdır. Oktay, çalışmasının henüz başlangıcında popüler kültürü kuramsal açıdan tanımlama çabasına girişmiş ve konuyu demokrasi, tüketim ve sınıflar

bağlamında; Leo Löwenthal, Ünsal Oskay ve Veysel Batmaz'ın değerlendirmelerinden hareketle çözümlenmeyi hedeflemiştir. Oktay 'a göre (1997:21) folk kültürü ile üst kültür arasında yer alan popüler kültür, "biçim olarak orta karmaşıklıkta; aktarımı ya da iletimi, ortam ve teknoloji olarak dolaylı; bilinen bir kaynağı ya da üreticisi olan; kültürel değerleri ve gelenekleri yeni formüller biçiminde yansıtan; tüketiciye dönük ürünlerin oldukça ucuz fakat parayla satıldığı" bir yapıya sahiptir. Popüler kültürü kadın, erkek, milliyetçilik, edebiyat, araştırmacı gazetecilik, magazin dergiciliği, arabesk ve kitle iletişim araçları gibi farklı varyantlar altında özellikle 1950 ve 1980 sonrası yaşam pratiklerindeki değişimler ışığında inceleyen Ahmet Oktay'a göre "popüler kültür, egemen ideoloji tarafından özümlelenebilir öğeler taşıyor, hatta ona uyumlanıyor olduğu durumlarda bile sömürülen ve bağımlı konumdaki kesimlerin bireylerinin somut ve gerçek olgularından da izler taşıyor" (1997:20). Çalışmasında kendi tanımıyla 'ihtiyatlı' bir tutumu benimseyen Oktay, popüler kültürün, kitleler tarafından özümsemiş; kapitalist ideolojinin biçimlendirdiği reel yaşamı benimsetme çabasındaki gündelik yaşam kültürü olduğunu öne sürmekte ve "dolayısıyla gerçekliğin olumsuz yanlarından kurtulmaya yarayan ve yapay mutluluklar üreten bir kültür" (1997:23) olarak ideolojikliğine dikkat çekmektedir. İçerisinde geniş toplum kesimlerinin deneyimlerini de taşıdığı için popüler kültürü kesin bir reddediş yoluna gitmeyen Ahmet Oktay, popüler kültürün tüm eleştirilere rağmen umutlandırıcı yönünü şu şekilde dile getirmektedir: "En azından, geri kalmış ve sömürülen insanlara iletilen mesajlar, alımlayıcıların bilinçaltında gelecekte ortaya çıkabilecek protestocu imgeler olarak depolanabilirler. Bu imgeler, belli toplumsal/siyasal koşullarda bilince doğru yükselirken kavranabilir ve kanalize edilebilirse, gerçekten dönüştürücü bir içerik kazanabilirler" (1997:26). Özet olarak Oktay, popüler kültürün mevcut yapısına karşı, geleceğine ise umutla yaklaşmakta ve yaşananları Türkiye'nin sosyo-tarihsel gelişim sürecinde deneyimlenmesi gereken bir aşama olarak görmektedir.

Türkiye'deki popüler kültür çalışmalarının akademik boyutunu oluşturan ve alana ilişkin tartışmalarda çok önemli katkılar sağlayan diğer çalışma ise Korkmaz Alemdar ve İrfan Erdoğan'ın *Popüler Kültür ve İletişim* (1994) başlıklı kitabıdır. Popüler kültürün -tıpkı kitle iletişimi gibi- yaşamın her alanını kapsadığını vurgulayan Alemdar ve Erdoğan, kapitalizmin toplumlar arasındaki popüler kültür farklılıklarını ortadan kaldırmasına ve evrenselleştirmesine dikkat çekmekte ve çalışmalarında okuyucunun bu konuda düşünmesini sağlayacak soruları belli bir kuramsal içerikle sıralamaktadırlar. Popüler kültürün görünümünü televizyon, eğlence programları,

çizgi film, çizgi roman, dergiler, müzik, giysi, yiyecek, alkol, sigara ve uyuşturucu maddeler, oyuncaklar ile spor ve bedensel gelişim gibi çok farklı boyutlarıyla, toplumsal yapı ve ekonomik güç ilişkileri içerisinde hareket ederek çözümleme çabasına girişen Alemdar ve Erdoğan'a göre "bugünü ifade eden, geçmişe bakarak değil, bugünü yaşayanlara, bugünün ilişki ve üretim biçimlerine bakarak anlaşıl-maya çalışılmalıdır" (1994:112). Kültürel seçkinciliği savunan tutucuların popüler kültürü, bayağı, seviyesiz, aşağı tabakanın eğlencesi olarak tanımlamalarına, "seçkinlerin yaşam biçimi ve bu biçimin kültürel ifadeleri kitle kültürü tarafından nadiren etkilenmiştir. Sadece kitle kültürü tüketim ve üretim niceliği bakımından egemen kültür olmuştur" (1994:119) yaklaşımıyla cevap veren Alemdar ve Erdoğan'a göre "popüler kültür, kültürel 'şeylerin' mekanik üretimi ve geniş işbölümü etrafında kurulan kapitalist mal üretimi, pazarlaması, dağıtımı ve tüketimi biçimlerine dayanan bir kültürdür. Bu biçim olmayınca, örneğin TV veya basın olmayınca, bu araçlara dayanan böyle bir kültür biçimi de olmaz. Kitle kültürü yaklaşımlarının yaptığı gibi sadece tüketim yanına bakıp inceleme yapmak ve sonuçlar çıkarmaya çalışmak hem yeterli değil, hem yanlış sonuçlara götürür, hem de diğer kültür kavramlarıyla olan bağda kavramsal şaşkınlığa neden olur. Popüler kültür, sadece parayı verip veya zamanını harcıyıp düdüğü çalma düzeyinde, yani bitmiş ve paketlenmiş bir malı tüketme düzeyindedir; tüketici kitlelerin malıdır. Bu gerçeğin sadece bir yüzüdür. Bunun yanında, popüler kültür burjuva kültürünün bir parçasını oluşturur ve kişinin toplumsal bütünü ilişkisinde 'araya girme/arabuluculuk' görevi yapan bir mal biçimidir" (1994:121-122). Çalışmalarında popüler kültür kavramını, sorunun kuramsal konumlandırılmasını, kültür ve biçimleri (yüksek, düşük, kitle, halk vd.) ile popüler kültürün ilişkilerini, kültürün toplumsal bağlamda ideolojikliğini ve sınıfsal bağlamda güç ilişkileri içerisindeliğini inceleyen Alemdar ve Erdoğan (272-277)'a göre (i) popüler kültürün ideolojik olması, onun sahteliğini ispata çalışmaktan çok hangi koşullarda egemenlik ilişkilerine hizmet ettiğine eğilmesini gerektirmekte; (ii) üretim biçimlerinin salt sınıflararası çelişki değil, aynı zamanda sınıf içi farklılıklar, eşitsizlikler ve sömürü biçimleri de ortaya çıkarması nedeniyle popüler kültür incelemelerine özellikle bu alanda gereksinim duyulmakta; (iii) simgesel biçimlerin çevresel koşullar ve amaçlar, yapı, ilgi ve gelenek yönleri içinde incelenmesi gerekliliği gün geçtikçe önem kazanmakta ve (iv) egemenlik ilişkilerinin farklı biçimlerde kurulma ve sürdürülmesine popüler kültür çalışmaları aracılığıyla cevap aranması zorunlu hale gelmektedir. Çalışma çerçevesinde konuyu unsurlarına, biçimlerine, işlevlerine ayıran ve iletişim ile ilişkilendiren Alemdar ve Erdoğan'ın popüler kültürü "kaçınamayacağımız geniş bir

alanı içine alır: Evde, sofrada, televizyonda, sokakta, işte, eğlence yerlerinde gördüklerimiz ve duyduklarımızda, yediğimizde, içtiğimizde, giydiğimizde..." (1994:112) tespitiyle çerçevelemeleri, ulusal literatürdeki en önemli kuramsal katkının da ortaya çıkmasını sağlamaktadır.

Popüler kültürün toplumun geniş kesimleri tarafından üretilmesi sürecinde karşımıza çıkan önemli olgular arasında mizah ve çizgi romanlar yer almaktadır. Cumhuriyet öncesi yazılı basınında da önemle yer bulan hiciv, taşlama, yergi ve gülmece geleneği; son seksen yıl boyunca da kitlelerin hükümetlere, bürokrasiye, açgözlü ve tamahkar zenginlik ile günlük yaşamda karşılaşılan sorunlara iğneleyici ve eğlendirici bir üslupla karşı duruşunu dile getirmiştir. Her dönem egemenliğe ve güçlülere karşı muhalif karakterini sergileyen Türk mizahı, Keloğlan hikayelerinden (sözlü kültür ürünlerinden) haftalık karikatür dergilerine (yazılı kültür ürünlerine) doğru uzanan bir evrim geçirmiş ve 1980'lerden itibaren de Türkiye'de yaşanan ekonomik sorunlara ve politik çözümsüzlüklere özellikle karikatür ve mizah dergilerinde dolaylı anlatıma yönelmiş muhalif bir çizgi ile cevap verilmesini kaçınılmaz kılmıştır. Yazılı basında eleştirel açıdan işlevselliğe sahip en yaygın tür mizah dergileri olmuş; karikatür ve çizgi karakterlerin dizi öykülerini yayımlayan dergiler yüksek tirajlara ulaşmışlardır. 1980 sonrasında başta *Gırgır* olmak üzere *Firt*, **Limon**, *Leman*, *Deli*, *Pişmiş Kelle*, *Hıbrır*, *H.B.R.*, *Avni* gibi birçok mizah ve çizgi roman dergisine geniş toplum kesimlerinin eleştirilerinin dile getirilmesi toplam tirajdaki artışın en önemli nedenini oluşturmaktadır. Sektörün ihtiyaç duyduğu yeni çizgi roman çizerlerinin yetiştiği ve mizah dergilerinde alternatif üretimlere yönelindiği dönemde, popüler kültürün toplum tarafından üretilen materyal ve mental biçimleri muhaliflikten alaycılığa doğru bir evrim geçirmiştir. Alaycılık, başta mizahçının kendisiyle olmak üzere, sosyal çevresiyle, toplumun geniş kesimleriyle ve kişinin kendisini 'kendi' yapan değerleriyle adeta psikolojik bir savaşa girmesi biçiminde ortaya çıkmaktadır. Birey, kimliğini, kişiliğini ve kültürünü dışlayabileceğini hayal etmekte ve bu hayallere popüler (tüketirken bir şeyler üretiliyormuş görünümü kazanan) mizah aracılığıyla ulaşabileceğini sanmaktadır.

Oğuz Aral'ın yönetimindeki *Gırgır* Dergisi 1970'lerin ikinci yarısından itibaren tiraj ve satış patlaması yaşayıp dünya genelinde üçüncü sıraya değin yükselmişse de, neo-liberal süreçte sermayenin yazılı basını tahakkümü altına almaya çalışması ve kişisel uzlaşmazlıklar mizah dergiciliğinin bölünerek küçülmesine yol açmıştır. 1990'larda ofset teknolojisindeki gelişmelere paralel olarak, mizah dergilerinde

hem renk kullanımı hem de çizim tekniklerinde estetik olgunlaşma dönemi yaşanmışsa da, mizahın çarpıcılığının ve politik eleştireliliğinin yerini sözcük oyunları ve ikilemelere dayanan espriler, argo, cinselliğin sürekli vurgulanması yoluyla seksüel arzuların satışı almıştır (Güngör ve Tellan, 2000:186). Neo-liberal ideolojinin bilinç yönetme politikalarıyla uyum gösteren bilimkurgu konulu çizgi romanlar, cinselliğe odaklanmış karikatürler ve tek kişilik tiyatro oyunu biçiminde düzenlenen ancak geneline bakıldığında izleyicisine mesaj vermekten çok icra edenine para kazandırmayı hedefleyen ayak üstü sohbetler (stand-up) Türkiye'de son dönemde gelişen popüler mizahın en çarpıcı örneklerini oluşturmaktadır. Dönem içerisinde mizah ve çizgi romanları konu edinen çalışmalar da ortaya çıkmış ve popüler kültür ile mizah-çizgi roman ilişkisi tartışılmaya başlanmıştır. Levent Cantek *Türkiye'de Çizgi Roman* başlıklı çalışmasında, "popüler kültür ürünlerinin tüketicisi olan halk, ne folk kültürünü oluşturan köylü, ne de kentte yaşayan, incelikli bir üst kültürle özdeşleşen kentlidir. Popüler kültürün 'halk'ı, esasen, endüstri devrimiyle köyden kente göç eden yeni insanlardır. Bu insanlar için popüler kültür gündelik yaşamın kültürüdür" (Cantek, 1996:16) yaklaşımını benimsemekte ve politik baskı dönemlerinin mizaha; insanların varolan düzen içerisindeki statülerini değiştiremediği dönemlerin ise ikon yaratımı aracılığıyla çizgi romanlara malzeme sağladığını varsaymaktadır. Son yıllarda çizgi romanlardaki bölünmüşlüğü ve erotizme odaklanışlığın farklı eğlence arayışlarını gündeme getirdiğini belirten Cantek'e göre (1996:307-309) "Çizgi filmler, bilgisayar oyunları ve televizyonun 'görsel tahakkümü' ile çocuklar eskisine nazaran neredeyse hiç çizgi roman okumuyor. Böylelikle yeni okuyucu profilini kaba bir genellemeyle 15 yaş üstü yetişkinler yani ilk grup oluşturuyor. Yetişkin denildiğinde öncelikle erotik yayınların hitap ettiği okuyucular düşünülmesine karşın bu profil kendi içinde çeşitli alt gruplara da ayrılıyor. Örneğin bu grup içinde İngilizce öğretisinin yaygınlık kazanmasıyla yabancı yayınları takip edenler olduğu kadar koleksiyonculuk anlamında eski çizgi romanları toplayan bir başka kesim daha var. Ancak bu yeni okuyucu profili de çeşitli sebeplerle (çizgi romanın marjinalleşmesi, dergilerin birer birer kapanması, eskiden radikal bir biçimde karşı oldukları Batı icadı çizgi romanı sahiplenerek kendi mesajlarını popülerleştirme amacıyla kullanan İslamcı kesimin kontrolünün artması, mizah dergilerinde yeterince yer bulamaması vs..) yıpranarak azalıyor". Süreç içerisinde Nazife Güngör'ün "Bir Popüler Kültür Ürünü Olarak Çizgi Roman: Abdülcanbaz" (Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi, 1996) Levent Cantek'in örnek olay aracılığıyla çok partili siyasal yaşama geçiş sürecinde Türkiye'de mizahı incelediği *Markopaşa: Bir Mizah ve Muhalefet Efsanesi* (2001); yine Cantek'in

derlediği 37 yazarın 39 makale ve 28 açıklayıcı notundan oluşan ve çizgi roman kahramanları, dergileri ve türleriyle ilişkili yorumlarını içeren *Çizgili Hayat Kılavuzu* (2002) konuyla ilgili diğer çalışmalar olarak karşımıza çıkmaktadır.

1980’li yıllarda Türkiye genelindeki tartışmaların merkezinde yer alan bir diğer konu ise spor olmuştur. Ülke çapında spor tesislerine ve sportif organizasyonlara yoğun bir biçimde ekonomik yatırım yapılmasının arka planında, dünya genelinde egemen olan neo-liberal ekonomik yaklaşımın çokuluslu spor şirketlerini ulusal pazarlara girme ve genişleme yönünde teşvik etmesi aranmalıdır. Süreç içerisinde Türkiye’deki spor kulüpleri kamu kaynakları aracılığıyla finansal açıdan desteklenmiş, yasal düzenlemelerle sportif alanlarda yeni gelir kaynakları elde etmiş ve altyapı tesisleri devlet eliyle tamamlanıp kulüplere sunulmuştur. Medyada yaşanan kuralsızlaştırma ve özelleşmeye paralel olarak spor -ki bu olgu Türkiye’de sıklıkla futbol ile özdeş görülmektedir- kulüpleri kitle iletişim araçlarındaki reklamcılık faaliyetlerinin birincil materyali haline gelmişlerdir. Çokuluslu spor malzemesi üreticisi firmalar (*Adidas, Nike, Puma, Umbro, Slazenger, Reebok* vd.) ülke genelinde pazarlama ve satış tekniklerini sevilen, beğenilen, ilgi duyulan sporcular -özellikle futbolcular- aracılığıyla gerçekleştirirken; sporun popüler kültür olgusu olarak deneyimlenmesini ise medya sağlamıştır.

Popüler kültür olgusu olarak sporun, spor dalları arasında da futbolun önem kazandığı 1980-90’lı yıllar, kulüpler ve milli takımlararası karşılaşmalarda pek çok başarının elde edildiği bir dönem olmuştur. Özellikle büyük sermaye gruplarının futbol kulüplerinin yönetiminde görev almaya başladığı ve yüksek transfer ücretleriyle kaliteli yabancı oyuncu ve teknik adamları Türkiye’ye getirttiği süreçte; altyapı yatırımlarının ilk sonuçları alınmaya başlamış ve yetenekli gençlerin futbola yönlendirilmesiyle sporun popülerleştirilmesi tamamlanmıştır. Son dönemde kitle iletişim araçlarında karşılaşılan sporun magazinelleşmesi olgusunun arka planında Galatasaray Spor Kulübü’nün 1989’da Avrupa Şampiyon Kulüpler Kupası’nda yarı finalist olması, Türk A Milli Futbol Takımı’nın 1996 ve 2000 Avrupa Futbol Şampiyonası’na katılması, 2000 yılında Dünya Kupası’nda üçüncü olması, yine 2000 yılında Galatasaray Spor Kulübü’nün UEFA Kupası ve Avrupa Süper Kupası’ni kazanması ile 1990-2000’li yıllar boyunca pek çok Türk kulübünün uluslararası organizasyonlarda başarılı sonuçlar elde etmesi aranmalıdır. Futbol branşındaki başarılar, şirketlerin ve medyanın geniş toplum kesimlerini yatırım yaptıkları bu alana yönlendirmelerine, bireylerin ilgi ve dikkatlerini biçimlendirmelerine ve genç nüfusa

sahip bir ülke olan Türkiye'de futbolu bireysel kurtuluş ve zenginlik aracı olarak sunmalarına yol açmaktadır. Futbol aracılığıyla tanımlanan başarılar, özünde şirketlerin ürün satışını, medyanın ise reklam gelirlerini arttırıcı bir özelliğe sahiptir.

Türkiye'de sporun popülerleşmesi (sportif etkinliklere yönelik kitlesel ilginin ticari metaya dönüştürülmesi) popüler kültür araştırmalarına konu edinilmesi sonucunu da beraberinde getirmiştir. Döneme ilişkin ilk tartışmalar Can Kozanoğlu'nun *Türkiye'de Futbol Bu Maçı Alıcaz!* (1990) kitabıyla çerçeveselendirilmişse de popüler kültür içerisinde sporun -ve de futbolun- tartışılması, yazılı ve görsel basında kuramsal içerikten yoksun ve günlük çözüm önerileri ile sınırlı kalmıştır. Kozanoğlu futbol alanında 1980'lerdeki gelişmeleri tanımlarken "Kuşkusuz ki Türk futbolu son yıllarda belirgin bir gelişme gösterdi. Bunda, çim sahalar etken, bir zamanların 'deplasmanlı gençler ligi' etken, küçümsenen altyapı çalışmaları etken" (1996:278) görüşünü sergilemekle birlikte sporda medyanın, kayıt dışı (kara para) ekonomisinin, siyasal çekişmelerin ve sporcu-hakem-yönetici-tarafar unsurların bireysel tecrübelerinin oynadığı olumsuz role dikkat çekmektedir. Konuyu, sorunlar ve sorunlara ilişkin eleştiriler kapsamında ele alan bir diğer çalışma ise Roman Horak, Wolfgang Reiter ve Tanıl Bora tarafından gerçekleştirilen ve Türkiye'deki futbola ilişkin özgün yazılarla yurtdışında yaşanan futbol deneyimlerine ilişkin makale çevirilerinin biraraya getirildiği *Futbol ve Kültürü* (1993) başlıklı derleme olmuştur. Çalışma kapsamında futbolun mekansal, siyasal, tarihsel ve görsel açıdan değerlendirilmesi yoluna gidilmiş ve spor sosyolojisi ile popüler kültürün konuya yaklaşım tarzları arasında bir denge oluşturma çabası sergilenmiştir. 1990'ların sonunda sportif alanlarda yaşanan başarılar ise başta futbol olmak üzere basketbol, voleybol, halter, güreş, otomobil yarışları, atletizm gibi farklı branşlara medyanın ilgi göstermesine ve gerek branş gerekse bireysel düzeyde elde edilen başarıların ticari metalarla ilişkilendirilerek pazarda alınıp satılabilir hale getirilmesine yol açmıştır. Son dönemde yayımlanan ve futbolda 1980 sonrası gelişmelerin değerlendirildiği çalışmalar olarak Tanıl Bora'nın *Takımdan Ayrı Düz Koşu* (2001), Ümit Kıvanç'ın *Kesin Ofsayt: Televizyon Futbolu ve Futbol Medyası* (2001), Murat Toklucu'nun *Taraftarın Senle* (2001), Turgut Çeviker'in *Türk Edebiyatında Futbol* (2002), Hakan Dilek'in *İşte Böyle Bir Şey* (2002), Yiğiter Uluğ'un *Haticeye Mektuplar* (2003) ile Ahmet Talimciler'in *Türkiye'de Futbol Fanatizmi ve Medya İlişkisi* (2003) başlıklı kitaplar sıralanabilir. Çalışmaların geneline bakıldığında popüler kültür olguları ve ikonografik kahramanların ön plana çıkarıldığı; spor sosyolojisi, psikolojisi ve medya ilişkisi açısından belirli bir yapı oluşturulamadığı görülmektedir.

Türk akademik dünyasının popüler kültüre dönük ilgisi özellikle 1990'ların ikinci yarısında adeta bir patlama göstermiş; üniversitelerde konuyla ilgili pek çok yüksek lisans ve doktora tezi yürütülmüştür. Başlangıçta gazete ve dergilerde yayımlanan makaleler ile kitaplardan oluşan literatür, özel radyo ve televizyonların yayın hayatına başlaması sonrasında işitsel ve görsel bir boyut kazanmış; yaşananlar kişiler arası sohbetlerden dergilerin özel sayılarına değin farklı ortam ve düzeylerde tartışılır hale gelmiştir. Konunun kapsayıcılığı alandaki kuramsal belirsizliği ve yöntemsel eksiklikleri gidermeye dönük tezlerin gerçekleştirilmesine önyak olmuştur. Hilmi Maktav'ın "Türkiye'de Popüler Kültür ve Televizyon" (Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, 1993), Güzide Adlim'in "Türkiye'de Televizyon Yayınlarının Türk Müzik Kültürüne Etkileri" (İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, 1994), Semra Özer'in "İletişim Bilimleri Açısından Aydınlanma'dan Kitle Kültürüne" (Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, 1995), Şaban Kızıldağ'ın "Medya'nın Popüler Kültüre Etkisi ve Yükselen Pop Müzik" (Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, 1997), Hüseyin Köse'nin "1980'lerden Günümüze Türk Yazılı Basınındaki Magazinel Değişimler ve Popüler Kültüre Etkisi" (Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, 1998), S. Dilek Yalçın'ın "XIX. Yüzyıl Türk Edebiyatında Popüler Roman" (Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi, 1998), Fatma Gözlükaya'nın "Televizyon Pembe Dizileri ve Kadınlar Üzerine Bir İzleyici Çalışması: Türk Kadınlarının Yalan Rüzgarı'nı Alımlaması" (ODTÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, 1998), Aslı Yakın'ın "Popüler Kültür ve Cumhuriyet Dönemi Popüler Aşk Edebiyatı: Kerime Nadir Romanları" (Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi, 1999), İsmail Lütfü Erol'un "Türkiye'de Popüler Sanat ve Kitsch" (Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi, 1999), Ayhan Erol'un "Kültürel Kimlik Bağlamında Popüler Müzikte Anlam" (Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi, 2000) başlıklı çalışmaları konuyla ilintili olarak dönem boyunca gerçekleştirilen 52 yüksek lisans ve doktora tezi arasından ilk akla gelenlerdir (YÖK, 2003). Tezlerin geneline bakıldığında halen Türkiye'de deneyimlenen popüler kültür olgularına ilişkin özgün bir kavramsal tanımlama yapılamadığı ve yöntem geliştirilemediği; buna karşın konunun çok farklı boyutlardan ele alınma isabetliliğinin yaşandığı ortaya çıkmaktadır.

4. Çözümleme ve Sonuç

Yirminci yüzyılın son çeyreğinde neo-liberal ekonomi politikalarının uygulanması ve içselleştirilmesi Türk toplumunun sosyolojik yapısını ve kültürel örgütleniş tarzını kökten bir değişime uğratmıştır. Tüketime ve tüketerek büyümeye dayanan, ki bu durum içinde olunan üretimi, üretileni ve üreteni değersizleştirerek günlük yaşam sürecindeki pratiklerin ve ilişkilerin -geniş anlamıyla- tüketim çerçevesinde anlamlandırılmasına imkan tanımaktadır; neo-liberal yaklaşım tarzı, Batı hayranlığını salt ürünlerin değil, yaşam biçimlerinin de ithal edilmesiyle Türkiye'de de kurgulamaya çalışmıştır. Ülke dışından getirilen somut mallar ile uluslararası şirketlerin ortaklıklar aracılığıyla pazara dahil ettikleri hizmetlerin, çocuklardan yaşlılara değin bütün bir toplumun istek, ihtiyaç ve davranış kalıpları üzerinde etkili olduğu 1980 sonrasında, Türkiye'de popüler kültür bütün olgularıyla karşımıza çıkmaya başlamıştır. Olgunun oluşumu ve açığa çıkması, konunun tartışılmasına ve farklı görüşlerin farklı yorumlarına olanak sağlamış; popüler kültür popülerleşmiştir (toplumun bütün kesimlerine aitmişçesine sunulmaktadır). Türkiye'de popüler kültürün konu edinildiği çalışmalara bakıldığında;

(a) Gerek popüler kültür araştırmalarında ele alınan olguların kendi bağlamlarında, gerekse popüler kültür kavramının sistematize edilmiş bir bakış açısıyla tanımlanamadığı ortaya çıkmaktadır. Özellikle bilimsel araştırmanın temel taşıyıcısı olan kavramsal ve işlevsel tanımlama getirme aşamasına popüler kültür çalışmalarında rastlanmamaktadır. Kuramsal çalışmalar ile sorunun egemen Batı düşünce paradigması dışından incelenmesi kaygısı güdülmeyerek, pek çok çalışmada uluslararası literatürdeki görüşlerin aktarıcılığı/taşıyıcılığı yoluna gidilmektedir. Amaçlanan, düşüncelerin gelişme ortamının ve düşünsel birikimin aynen Türkçe'ye aktarılmasından ziyade; Türkiye'de yaşananların ve dayatılanların özgün bir biçimde anlamlandırılması olmalıdır.

(b) Ekonomik açıdan yoksullaşmış, politik açıdan etkisizleştirilmiş, sosyopsikolojik açıdan yalnız bırakılmış/dışlanmış/tekbaşınalaştırılmış bireylerin, marka fanatizmi içerisinde başta alışveriş merkezleri olmak üzere hemen her mekanda büyük bir coşkuyla satın alarak kimlik arayışına girdikleri Türkiye'de, popüler kültür olgusunu çalışmak başlı başına bir yöntem sorununu da beraberinde getirmektedir. Niceliksel inceleme geleneğinden uzak sosyal bilimlerde ortamında demografik, ekonometrik ve istatistiksel veri toplama teknikleri kullanılmaksızın, ya da yanlış eşleştirmeler sonucunda incelenen kavram ile incelendiği ölçme tekniği uyumlu olmaksızın gerçekleştirilen çalışmalar umut verici sonuçlar doğurmamaktadır. Niceliksel çalışma eksikliği, niteliksel çalışmalarda yorumlanacak sayısal bulgulara

ulaşılamamasına ve niteliksel incelemelerin de geçerliliğinin sorgulanır hale gelmesine yol açmaktadır. Popüler kültür olgu ve olaylarının çeşitli boyutlardan ele alınarak en geçerli ve anlamlı sonuçların çıkarılması ancak "farklı her bir boyut için uygun tekniğin kullanıldığı ve tekniklerin araştırmacının kuramsal çerçevesine göre uyumlandırılarak bir araya getirildiği" bütünlük yöntemlerinin kullanılmasıyla mümkündür.

(c) Popüler kültür çalışmalarının gündemde olanı merkeze alarak, diğer boyutları dışlaması; mikro analizler boyutunda kalınmasına ve bulguları genellemeye olanak sağlayacak kuramsal yorumlarda bulunulamamasına neden olmaktadır. Kısıtlanmış araştırma soruları ve/veya hipotezler çıkarılmalarının güvenilirliğini ve geçerliliğini belirli sınırlılıklar etrafında anlamlı kılmakta, ancak elde edilen bulgunun tüm alana genelleştirilmesi ise 'mutlak gerçeğe ulaşılmışlık' iddialarının ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Karşılaşılan durum, mikronun makroya (gündemde olanın tarihsel birikim içerisinde ilerleyene) egemen kılınma çabasıdır.

d) Popüler kültürü çalışmak, popüler olmuştur! Sosyal bilimlere egemen olan postmodernizm paradigması, anlamın dilde ve göstergelerde kurulduğu, yaşam pratiklerinin dışlandığı ya da tüketime indirildiği, somut kültürel ürünlerin kimler tarafından, ne gibi koşullarda üretildiği ve hangi dağıtım kanallarından geçerek topluma iletiildiğinin sorgulanmadığı bir içeriğe sahiptir. Araştırmalarda içeriğin bölünmüşlüğü, yöntemsizlikle -ya da yöntemlerin istenilen sonuca ulaştırdığı ölçüde kullanıldığı, istenilen sonuca ulaştırmadığı hallerde terk edildiği bir yapıyla- bütünlük olarak, popüler kültürün kuramsaldan kesitsele uzanan ve Türk toplumunun sosyo-ekonomik tabanıyla bağlarını kuran gerçekçi bir düzeyde incelenmesini olanaksız hale getirmektedir.

Türkiye’de popüler kültür çalışmalarının geneline bakıldığında gözlemlenen, sorunla tanışmanın sorunu anlama ve anlatma üzerindeki etkisine benzerdir. Popüler kültürün somut ve soyut ürünleriyle son çeyrek asırda tanışan Türkiye’deki araştırmacılar, henüz olgu ve olayları anlama aşamasında olup; karşılaştıklarını anlatmanın\aktarmanın zorluk ve sıkıntıları içerisindeyler. Yapılan çalışmalar konuyla ilgili ilk adımların atılmış olması açısından heyecanlandırıcı ve ilerleyen aşamalara yol göstermesi açısından üzerlerinde önemle durulması gereken bir içeriğe sahiptir. Bütün bu gelişmelerin ışığında popüler kültürün ulusal serüvenin, akademik ilgi ve bilimsel bilginin bütünlüştürüldüğü bir ortamda gün geçtikçe zenginleşeceği kolaylıkla tahmin edilebilir.

Notlar:

1. Kavramsal düzeyde "bir toplumda yaygın biçimde paylaşılan inançlar, pratikler ve nesnelere; daha politik tanımıyla kitlelerin ya da bağımlı sınıfların kültürü" (Mutlu, 1998:279) mealinde tanımlanan popüler kültürün anlamlandırılmasındaki muğlaklık ve yetersizlik şaşırtıcıdır! Bunun da ötesinde, son yıllarda Türkiye’de popüler kültür şiddetli bir biçimde tecrübe edilmesine rağmen konuya ilişkin geniş kapsamlı ve yeterince sayıda tanımlayıcı-betimleyici araştırmanın (descriptive research) yapılmaması hayret vericidir!?

2. Gerçekten de Türkiye’deki popüler kültür çalışmalarına bakıldığında sorunun sıklıkla müzik düzeyinde tartışıldığı ve diğer alanlardaki çalışmalara kıyasla Türkiye’ye özgünlüğün müzik -özelde de arabesk- kapsamında sağlandığı görülmektedir. Popüler kültür çalışmalarının başlangıcından itibaren örneklemlendirilen müzik, Ünsal Oskay’ın *Müzik ve Yabancılaşma* (1980), Metin İnceoğlu’nun *Arabesk Müzik Sorunu* (1981), Feyza Hepçilingirler’in *Arabeskin Tarihsel ve Toplumsal Kökeni* (1982) ve Ali Akay’ın *Arabeske Sosyolojik Bir Yaklaşım*" (1985) başlıklı incelemelerinde tartışmaların odak noktasını oluşturmaktadır.

3. Can Kozanoğlu’nun Türkiye’deki popüler kültür çalışmaları üzerinde ayrı bir etki vardır. 1990 yılında yayımlanan *Türkiye’de Futbol Bu Maçı Alıcaz!* çalışmasının dışında, *Cilalı İmaj Devri* (1992), "Pop Çağı Ateşi" (1995), *İnternet, Dolunay, Cemaat* (1997) ve *Yeni Şehir Notları* (2001) başlıklı kitaplarıyla spor, müzik, sinema, milliyetçilik, din, mizah, kentsel mekanlar gibi olgu ve olaylara medyada yer verilmiş tarzının ve bu durumun toplumsal yansımalarının sosyolojik analizini yapma çabasıdır. Kozanoğlu’nun çalışmaları popüler kültürün ulusal ölçekte -kuramsal olmayan boyutuyla- tartışılmasına adeta bir giriş niteliğinde olup; önemli katkılar sağlamaktadır.

Kaynakça

Alemdar, Korkmaz ve Erdoğan, İrfan (1994). *Popüler Kültür ve İletişim*. Ankara: Ümit Yayıncılık.

Berkes, Niyazi (1975). *Türk Düşününde Batı Sorunu*. Ankara: Bilgi Yayınevi.

Cantek, Levent (1996). *Türkiye'de Çizgi Roman*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Erdoğan, İrfan (1997). *İletişim Egemenlik Mücadeleye Giriş*. Ankara: İmge Yayınevi.

Erdoğan, İrfan (1999). "Popüler Kültür: Kültürel Alanda Egemenlik ve Mücadele". ss. 18-52. *Popüler Kültür ve İktidar N. Güngör* (der.). Ankara: Vadi Yayınları.

Güngör, Nazife (1993). *Arabesk*. Ankara: Bilgi Yayınevi.

Güngör, Nazife ve Tellan, Tolga (2000). "Neo-Liberalizmin İzlerini Dergilerde Sürmek". ss. 161-192. *Medya ve Kültür*. Ankara: Gazi Üniversitesi Yayınları:

Gürbilek, Nurdan (2001). *Vitrinde Yaşamak*. İstanbul: Metis.

Koçak, Orhan (2001). "1920'lerden 1970'lere Kültür Politikaları", ss. 370-418. *Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce Cilt 2: Kemalizm*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Kozanoğlu, Can (1996). *Türkiye'de Futbol Bu Maçı Alıcaz!*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Mutlu, Erol (1998). *İletişim Sözlüğü*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Oktaç, Ahmet (1997). *Türkiye'de Popüler Kültür*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Oskay, Ünsal (2000). *XIX. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri*. İstanbul: DER Yayıncılık.

Özbek, Meral (1994). *Popüler Kültür ve Orhan Gencebay Arabeski*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Rowe, David (1996). *Popüler Kültürler: Rock ve Sporda Haz Politikası*. Çev. M. Küçük. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Stokes, Martin (1998). *Türkiye'de Arabesk Olayı*. Çev. H. Eryılmaz. İstanbul: İletişim Yayınları.

Sönmez, Mustafa (2003). *İşte Eseriniz! 100 Göstergede Kuruluştan Çöküşe Türkiye Ekonomisi*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Tellan, Tolga (1999). "Kalkınma ve İletişim". *Ekonomik Yaklaşım* 10 (35): 79-94.

YÖK (2003). "Popüler Kültür Konulu Tez Tarama Sonuçları".
<http://www.yok.gov.tr:8080/YokTezSrv.13/04/2003> Ankara.