

# KÜLTÜRÜN KORUYUCU GÜCÜ: KÜLTÜREL SEMBOLLER

**Ayşen TEMEL EĞİNLİ & Azra Kardelen NAZLI \***

## ÖZ

Kültür hem üretilen, hem de paylaşılan yapısı ile toplulukların ortak değer yaratmasının, aynı zamanda ortak anlamları paylaşmasının aracıdır. Bütünlük, aidiyet, uzlaşma ve içselleştirmeye hizmet eden kültürün mikro düzeyini ve arkaik çekirdeğini de kültür sembolleri oluşturmaktadır. Belirli bir kültürün sembolleri başka bir kültür ile harmanlandığında benzeşir, yeniden biçimlenir ya da bazı kültürel semboller diğerlerini asimile eder. Bunların da ötesinde bazı semboller vardır ki evrenseldir. Kültürel semboller, kültüre ait değerlerin gelecek nesillere değişmeden aktarılmasında çok önemli bir yere sahiptir bu anlamda koruyucu güç olarak da değerlendirilir. Bu çalışmada bir topluma ait inançlar, ritüeller, seremoniler, hikayeler vb. çok sayıda kültür öğesinin taşınmasında ve anlamlandırılmasında etkili olan kültürel semboller ele alınmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Kültürel semboller, ulusal semboller, popüler kültür sembolleri.

## CULTURAL SYMBOLS AS THE PROTECTIVE POWER OF CULTURE

### ABSTRACT

Culture is both a tool for creating shared values and sharing common meanings at the same time, with its structure. Cultural symbols constitute the micro level of the archaic core which serves for integrity, belonging, agreement and internalization. When certain cultural symbols are blended with another culture, they are resembled, reshaped, or some cultural symbols assimilate others. Beyond these are some symbols that are universal. Cultural symbols have a very important role in conveying cultural values unchanged to future generations, which is also regarded as a protective force in this sense. In this study, cultural symbols is discussed that is effective for transporting and understanding of a large number of the cultural elements such as beliefs, rituals, ceremonies, stories etc.

**Keywords:** Cultural symbols, national symbols, popular cultural symbols.

## GİRİŞ

Kültür üretimi ve paylaşımı insan topluluklarını diğer canlılardan ayıran en önemli insana özgü özelliklerden bir tanesidir. Kültürün güçlü bir biçimde aktarılmasında ve yayılmasında etkili olan faktörlerden en önemlisi, kültürün bir semboller topluluğu olmasıdır. Kültür, semboller aracılığı ile kalıcı bağlantılar yaratabilmektedir.

Toplumların çağlar boyunca edindiği sosyoekonomik değişim ve ilerlemeler ile de bazı kültürel semboller anlamsal olarak değişmiş, zenginleşmiş, yayılmış ya da yok olmuştur. Ancak bazı kültürel semboller kültürün var olmasında ve süregelmesinde temel bir yapı taşı niteliğini taşıyabilir. Bu sembollere efsanelerde, mitlerde yer verilmekte, hatta bazı inançların aktarılmasında güçlü bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Bu çalışmada kültür ve sembol kavramları arasındaki ilişki ele alınarak, kültürel sembollerin anlam yaratma ve aktarmadaki rolü ve toplumsal aidiyet duygusunun iletilmesindeki kullanımı incelenmektedir. Bununla birlikte popüler kültür sembollerinin kültürel öğelerin oluşması ve aktarılmasındaki yeri değerlendirilmektedir.

## SEMBOLLERİN KÜLTÜREL YOLCULUĞU

Kültür, tanımlanması en güç kavramlardan birisidir. 952 yılında Amerikalı antropologlar Kroeber ve Kluckhohn kültür ile ilgili kavram ve tanımları incelediklerinde 164 farklı kültür tanımının olduğunu ortaya koymuşlardır (Spencer-Oatey, 2012). Kültür, insanın hayatta kalmasını sağlayan en önemli güçtür (Özbudun ve Uysal, 2015: 75-76). Bu anlamda kültür, toplumsal yaşantıda değer edinmiş olan nesnelerin statik bir topluluğu değil, bundan ziyade bir gereçtir ve o bireylerin davranış ve imgelemlerinde canlandığı sürece gerçek olmaktadır (Baynes, K: 2016: 15). Malinowski (1944/1992) de insanın ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla bir araya gelmesi ile toplumu oluşturduğunu ve kültürün bu ihtiyaçları giderme şekli olduğunu vurgulamaktadır (akt: Oğuz, 2011: 130).

Edward Sapir, kültürü “varlığımızın yapısını (ilişkilerini) belirleyen, sosyal bir süreçle öğrenilen uygulama ve inançların, maddi ve manevi öğelerin birliği” (akt Güvenç, 2003:100) olarak tanımlamıştır. Bir başka tanıma göre kültür, sembolik araçlar toplamıdır. Bu araçlar inançları, ritüel pratikleri, sanat formlarını ve seremonileri içerdiği gibi dil, söylenceler, hikayeler, gündelik hayat ritüelleri gibi enformasyonel kültürel pratikleri de içine almaktadır (Swidner, 1986: 273).

Debord (2010: 145), Gösteri Toplumu isimli eserinde kültürü, “eski dünyanın yaşam tarzını yok etmiş olan tarihin sonucudur, ama ayrı bir alan olarak, halen, kısmen tarihsel bir toplumda kısmi kalan algılanabilir zeka ve iletişimden başka bir şey değildir. Kültür, pek anlamlı olmayan bir dünyanın anlamıdır” biçiminde tanımlamaktadır. Bu anlamda Debord, kültürün bir toplumu ya da bireyi anlamada geçmişten ve bugünden izler taşıdığını ve toplumun anlamlandırmalarını yansıttığını vurgulamaktadır.

Geertz (1973), kültürü bir insan topluluğunun yaşam biçimi olarak ifade etmekte, bu yaşam biçimine teknoloji ve insan eli ile yapılan her şeyi dahil etmektedir. Kültür, bir toplumun yaşam biçimini (sosyal olarak davranış kalıplarını) yaşadığı çevre içerisinde var oluşunu devam ettirmek amacı ile taşıyan bir sistemdir (Keesing, 1974). Toplulukların yaşam biçimi, dini inanışlardan günlük yaşam pratiklerine kadar çok geniş bir alanı kapsamaktadır. Bu anlamda kültür, kişilere kültürel bilginin aktarımı ile bilişsel sistemin oluşmasını da sağlamaktadır. “Sosyal aktörler tarafından paylaşılan ve insanların başının içindeki semboller ve anlamlar” olarak ifade edilen kültür, zihnin düşünme yeteneği ile ilgili de sistematik bir aktarım niteliğini taşımaktadır (Geertz, 1973).

Kroeber ve Kluckhohn kültür tanımlarını inceledikleri eserlerinde (1952), kültür tanımlarını altı kategoride sınıflandırmışlardır. Bunlar, numarasal tanımlama (kültürün içeriğinin listesi), tarihsel sınıflandırma, (sosyal miras ve gelenekleri vurgulama), normatif ayrıştırma, idealler ya da idealler + davranışlara odaklanma, psikolojik kategorizasyon (öğrenme, alışkanlıklar, sosyal uyum, problem-çözme araçları), yapısal (kültürün organizasyonel ya da yapısal odağı) ve genetik kategorizasyondur (semboller, fikirler, yapıtlar) (akt. Baldwin vd. 2006: 8). Kroeber ve Kluckhohn’un kategorizasyonuna bakıldığında, kültür tanımları birbirinden kategorik anlamda farklılaşmaktadır. Bu kategorizasyonda sembollerini içeren kültür tanımları genetik başlığı altında toplanmıştır. Kültürün yaradılışı ya da kaynaklarına gönderme yapılarak, kültürel tanımlamaların ve içeriklerin semboller aracılığı ile aktarılabilmesi ve bu anlamda sembollerin kültürün köklerinin bir dışavurumu olduğu açıklanmaktadır.

"Sembol" terimi literatürde matematik, mantık, hesaplama, bilişsel bilim ve birçok sözdizimsel alanda ve bazı referanslara eşlenen bir işarete işaret etmek amacı ile ya da bir kodun bir ögesi ve şifre çözme aracı olarak ele alınmaktadır. Diğer yandan sosyal bilimler alanında "sembol" terimi genellikle, dini törensel performanslara dahil edilen totemler veya nesnelere anlamlar gibi karmaşık, ezoterik ilişkileri açıklamak

amacı ile kullanılmaktadır. Bu noktada sembollerin, kültürel deneyimleri aktarmada anlam ve referans katmanları oluşturduğuna vurgu yapılmakta, semboller olmaksızın kültürün açıklanmasının imkânsız olacağı belirtilmektedir (Deacon, 2011:394). Bu noktada semboller, bir sistem içerisinde yer alan kişilerin birbirinden farklı olmayan şekilde ve güçlü duygusal bağlantıların yaratılması amacı ile özetleme, açıklama, sunma özelliğine sahip anlam aktaran araçlar (Ortner, 1973) olarak tanımlanabilmektedir.

Semboller, gramatik, teknik, mantıksal, mistik bir biçimde bilinen bir gerçeklikten hareketle bir diğer gerçekliği açıklar, sunar, gösterir, işaret eder, belirtir. Bir diğer ifade ile sembol, sunumsal bir öneme sahiptir. Semboller yeniden sunma ve iletişim kurma özelliğine sahiplerdir ve bilinen ile bilinmeyeni bağlama işlevini üstlenmektedir. Sembolün gücü, alıcıyla etkili bir iletişim kurabilmek için anlamı aktarma yeteneğine sahip olmasından kaynaklanmaktadır (Dukor, 2010).

White, kültürü semboller toplamı olarak ele almış ve kültürü “maddi öğelerin, davranışların, düşünce ve duyguların, sembollerden oluşan simge(sembol)'lere dayalı bir örgütlenmesidir” şeklinde tanımlamıştır (akt: Güvenç, 2003:100). Williams (1993:11) ise kültürü pratik ve üretim ile kendini gösteren bir anlamlandırma süreci olarak tanımlamaktadır. Bu anlamlandırma süreci, sadece geleneksel sanatlar ve entelektüel üretim biçimlerini kapsamaz; aynı zamanda “imgesel pratikler”i de içine almakta, bunlar da sanat ve felsefeyi de içeren, dilden gazeteciliğe, moda ve reklamcılığa kadar yayılan ve bütün alanları kapsayan üretim pratiklerini kapsamaktadır. Bu noktada kültürün bir anlamda semboller toplamı olduğu, kültürel sembollerin ise görsel, sözel ya da yazınsal olabileceği ifade edilebilir.

Görsel kültür, insan tarafından üretilmiş ve ortaya konulmuş görülebilen her şey olarak tanımlanmaktadır (Barnard, 2010: 29). John Berger de, görme duyusuna atfettiği değeri görmenin konuşmadan önce gelmesi ile ilişkilendirmiştir. “İmge, Berger'e göre, tekrar yaratılan ya da yeniden üretilen görüngüdür. İmge ilk ortaya çıktığı yer ile zamandan kopan ve saklanan görünüm ya da görünümler düzenidir. Her bir imgede, bir görme biçimi yatmaktadır”(Berger, 2010: 7-10).

Görsel kültür ve sembollerin anlam aktarımındaki etkisi tekstil ürünleri incelendiğinde açıkça görülebilmektedir. Kültürel anlam tekstilde renk, motif, dokuma işlemi (ipliklerin işlenmesi ve sayımı, dokuma tezgahının işlenmesi, kumaşın dokunması, kumaşın tezgahtan kesilmesi) ve kullanım sırasındaki bozulmalar nedeniyle kumaşın zamansallığı ile ifade edilmektedir

(<https://snlapps.depaul.edu/writing/Cultural%20Symbols%20and%20Textile%20Communication.pdf>). Bu noktada renkler, ya da bazı kuşlar ve hayvanların temsil ettiği nitelikler gibi bazı sembollerin açıklanmaya ihtiyacı olunmadığı, çünkü evrensel bağlamda ve içgüdüsel düzlemde insanların sembollere tepki verdiği Clare Gibson tarafından belirtilmiştir. Gibson'a (2013: 7) göre, psikanalist Sigmund Freud ve Carl Gustav Jung'un da belirttiği gibi, insan zihni, semboller ile düşünmek ve iletişim kurmak üzere donatılmıştır ve sembollerin ve özellikle arketiplerin dili zaman ve uzamı aşmaktadır. Zaman içinde kültürün geliştirdiği sembolizm, görsel hikaye anlatımının bir örneğidir. Folklor, kültürel inanç, tarih, siyaset, statü, akrabalık ve diğer mesajları ileten bir araç olan tekstil, kültürel olarak anlaşılmiş bir görsel dili aktarmaktadır. Bu tür sembolik iletişim, resim ve şiir gibi soyutlama yoluyla yaratıcı sembolizmin daha geniş bir parçasının parçası olduğu gibi, tekstile özgü kültürel sembolik iletişimin de bir parçasıdır

(<https://snlapps.depaul.edu/writing/Cultural%20Symbols%20and%20Textile%20Communication.pdf>).



**Resim 1:** Ruhsal saflığın simgesi bir Hint motifi: Hansa. **Kaynak:** <https://mediaindia.eu/art-culture/motifs-on-indian-textiles/> **Erişim Tarihi:** 05.01.2018

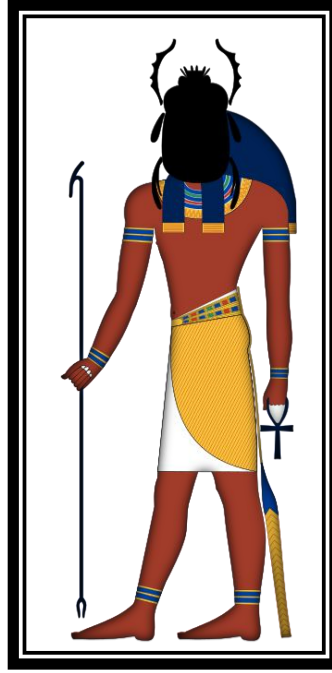
Görme duyusunda olduğu gibi, kültürel sembollerin aktarımı tat alma duyusu ile ilgili olabilmektedir. Kişisel kültürel aktiviteler ve ait olunan kültürün algısı bireylerin bir yiyeceğe ya da içeceğe karşı belirli sembolik anlamlar yüklemesine aracı olmaktadır. Değer ve sembol eşleşmesi olduğunda, birey olumlu bir tat ve aroma hisseder, değer ve sembol zıtlaşmasında ise zayıf bir tat ve aroma hissiyatını deneyimler. Örneğin, eğer bir kültürel grubun üyeleri enerji içeceği Gatorade'i "başarı duygusu" ile sembolize ediyor ise ve başarı duygusuna karşı olumlu bir yaklaşıma sahip olmakta, bu nedenle de Gatorade'in tadının güzel olduğunu düşünmektedir. Diğer taraftan, başarı

duygusunu reddeden bir yaklaşıma sahipler içeceğin tadına karşı tam tersi bir etki ortaya çıkabilmektedir (Allen vd., 2008: 294-295).



**Resim 2:** Enerji İçeceği Gatorade. **Kaynak:** <https://www.amazon.com/Gatorade-Original-Quencher-Variety-Bottles/dp/B00HC767P6> **Erişim Tarihi:** 12. 02.18

Kültürel semboller, duyuların dışında anlatılarda da kendini göstermektedir. Mitolojik metinlerde, kutsal kitaplarda, efsanelerde, masalarda, halk hikayelerinde “yılan” figürü yer almaktadır. “Yılan, ölümsüzlüğü, kötülüğü, şekil değiştirmeyi, tekrar tekrar yaşamayı sembolize etmektedir. Örneğin, Mısır mitolojisinde Güneş Tanrısı Ra, her gün on iki saatlik yer altı yolculuğuna çıkmaktadır. On iki saat süresince Tanrı Ra ölüdür. Her bir saat başında yer altında olağandışı diyarlara yolculuk etmekte ve olağanüstü maceralar yaşamaktadır. Hikayeye göre yedinci saatte Ra'nin kayığı karanlıklar ve soğuklar diyarına gelir. Burada yenileyici Khepri bulunmaktadır. Yılan geniş kıvrımlarıyla yatmakta ve kıvrımların ortasında ise Khepri bulunmaktadır. On ikinci saatte Khepri kendisini Ra'ya bağlar Ra, Khepri'ye dönüşerek yeniden yaşamaya başlar. Yılan bu mit aracılığı ile bireyin kendi kendisini yaratmasını sembolize etmektedir” (Seyidoğlu, 1992: 50-57).



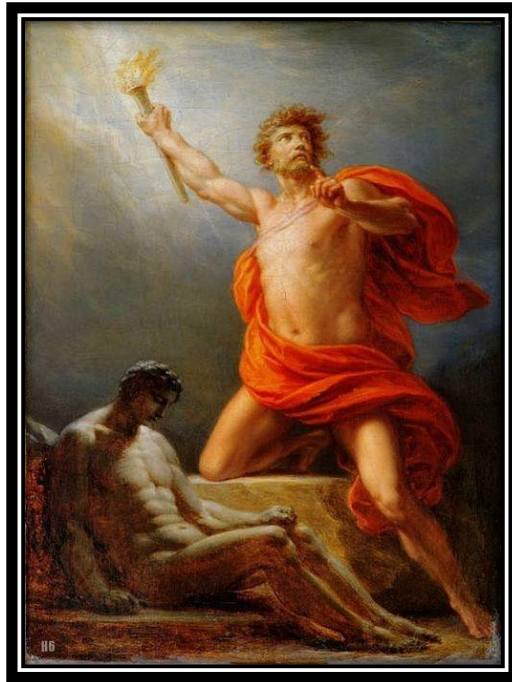
**Resim 3:** Khepri. **Kaynak:** <https://en.wikipedia.org/wiki/Khepri#/media/File:Khepri.svg>  
**Erişim Tarihi:** 1.1.2017

Yunan mitolojisinde ise insanları korkutan Gorgonlar bulunmaktadır. Bu yaratıklar, saçları yılanlardan oluşan, alınlarında yaban domuzu dişleri fişkıran, tunç elleri ve uçmak için altın kanatları bulunan canavarlardır. Gorgonlar üç tane olarak anılmaktadır. Gorgonlardan en bilinen ve duyulani ise Medusa ismiyle anılmaktadır. Medusa'nın torunu Ekhidna'nın da bedeninin yarısı genç ve güzel bir kız iken, bedeninin yarısı ise büyük bir yılan olarak tasvir edilmiştir. Bu yaratığın yerin altında sonsuza kadar yaşadığına inanılmaktadır (Erhat, 1972: 125).



**Resim 4:** Medusa. Caravaggio'nun aynı isimli eseri. **Kaynak:** <http://www.wiki-zero.com/index.php?q=aHR0cHM6Ly90ci53aWtpcGVkaWEub3JnL3dpa2kvRG9zeWE6TWVkdXNhX2J5X0NhcmF2YWdnaW8uanBn> **Erişim Tarihi.** 12.03.18

Bir diğer kültürel sembol olan “ateş” insanlık tarihi açısından oldukça önem taşımaktadır. Mitolojide, insana ait olan şeylerin aaha önceden insana ait olmadığı yönündeki anlatılarına benzer olarak, ateşin kökeni ile ilgili mitler de, çalma üzerine kurulmuştur. Örneğin, Avusturalya Aborjinlerinin mitolojisinde, eğer ateşe hayvanlar değil de insanlar sahipse o zaman daha önce, mite göre, bunun tersi söz konusudur. Bir hayvan ateşin tek sahibiydi, bunu da insanın ondan alması gerekiyordu, bunu ifade etmek amacı ile ortaya çıkan çalma motifi buradan doğmuştur. Bu tip mitlerde ana karakter ateşi çalıp insanlara verendir. Dünyanın pek çok halkında iyi bilinen bu mitik şahıs "kültür kahramanı" olarak adlandırılmıştır. Mitlerde ateş, çalınan ve insanlara verilen temiz bir madde olarak da tasvir edilmektedir (Tukarev, 2005: 257-259 ).



**Resim 5:** Prometheus Brings Fire to Mankind (Heinrich von Füger, 1817) **Kaynak:** <https://en.wikipedia.org/wiki/Prometheus>. Erişim tarihi: 12.01.17.

## KÜLTÜREL SEMBOLLER VE TOPLUMSAL AİDİYET

Kültürel sembollerin toplumsal aidiyet duygusunun yaratılmasındaki işlevi, bir topluluğun kendini ulus olarak tanımlaması ve ortak değerleri ve anlamları paylaşarak aktarması ile ilişkilidir. Smith'e göre (1991) ulus, tarihsel geçmişi olan toprakları, söylence ve efsaneleri, tarihsel hatıraları, kültürü, ekonomiyi, yasal hak ve



sorumlulukları paylaşan insan topluluğudur (akt. Geisler, 2005). Aynı toprakları paylaşmak, aynı söylencelere ve efsanelere aşina olmak belli sembollere karşı toplumsal aidiyet göstermeyi geçerli kılmaktadır.

Deutsch (1966) ise, bir ülkenin vatandaşı olanların benzer ve daha fazla paylaşımında bulunması nedeni ile daha iyi iletişim kurabileceği varsayımından hareketle, bütünlük ve homojenlik içeren bir grubun kendini bir bütün olarak algıladığına dikkat çekmektedir (akt. Triandafyllidou, 1998). Bu noktada kişiler açısından diğerlerinin ortaya çıkması, “kendi ulusundan olanlar” ve “yabancılar” olarak bir algının oluşması söz konusu olmaktadır. Bu da ulusal kimlik ve aidiyet hissini yaratmaktadır (Connor, 1978).

Ulusal kimlik, insanın doğuştan gelen bir niteliği değildir. Diğer kimlik özellikleri gibi, öğrenilmesi gerekir. Bu noktada, Anderson (1983/2003: 5-6) “En küçük ulusun üyeleri bile, üyelerinin çoğunu asla bilmeyecek, karşılayamayacak ve hatta duyamayacaktır, ancak her birinin aklında kendi cemaatlerinin imajı mevcut olacaktır” ifadesi ile aidiyet duygusunun aktarılabildiğine işaret etmektedir.



**Resim 6:** Maconde Maskesi. **Kaynak:** Saeterstal, T. (1999) Symbols of Cultural Identity: A Case Study from Tanzania, African Archeological Review, Vol 16 No 2.

**Erişim Tarihi:** 21.02.2018

Ulusal kimlik ve birlikte yaşanılan topluluğa duyulan aidiyet üzerine kültürel semboller incelendiğinde “inisiyasyon ayinleri” dikkat çekmektedir. Örneğin, Zimbabwe’nin Maconde halkı arasındaki kültürel kimliğin sembolleri, inisiyasyon ayinlerinde işlevsel olarak bir ifade aracı olmaktadır. Genç erkeklerin ve kızların inisiyasyon törenleri sırasında geçirdikleri dönüşüm, bir dizi sembol ve kültürel üretimle

kendini gösterir. Bazı nesnelere, inisiyasyon bağlamında kültürel olarak anlam yüklenirken; diğer nesnelere bu bağlam için özel olarak üretilir ve başka bağlamlarda görünmez. Örneğin baş maskeleri, Maconde kültürünün anahtar sembolü olarak inisiyasyon ritimleri sırasında kullanılmaktadır (Saetersdal, 1999:129).



**Resim 7:** 11 Eylül Saldırılarından Bir Kare **Kaynak:** <https://www.google.com.tr/search?q=11+eylul> **Erişim Tarihi: 15.02.18**

Smith (1991) ulusal sembollerin bayrak, milli marş, savaş anıları, geleneksel kıyafetler olduğu kadar, bunun yanı sıra o ulusun üyeleri tarafından paylaşılan eğitim uygulamaları, hukuksal düzenlemeler, ülke vatandaşlarının davranış şekilleri gibi ayırt edici özelliklerin de ulusal kültürel sembol olarak ele alınmasının gerekliliğine vurgu yapmaktadır. Bu bağlamda ulusal kültürel semboller toplumsal olaylar, o ülkenin kültürel ürünü olan müzik, güzel sanatlar, sinema, teknolojik gelişmeler vb. oldukça geniş bir kapsamda ele alınabilmektedir. Örneğin, 11 Eylül'de, resmi anlamda olmasa da, Amerika'yı temsil eden Dünya Ticaret Merkezi'ne yapılan saldırının etkisi ulusal kültürel sembollerin aslında ne kadar geniş bir perspektifte ele alınabileceğinin göstergesidir (akt. Geisler, 2005).



**Resim 8:** Eyfel Kulesi. **Kaynak:** <https://www.tou Eiffel.paris/en/the-monument/lights> **Erişim Tarihi:** 10.02.2018

Kültürel sembollerin toplumsallığı yansıtan alanlarından bir tanesi o ulusun mimarisi ve o ulusa ait mimari eserlerdir. Mimari eserler tarih boyunca var olduğu coğrafyada kültürel bir sembol olarak değer kazanmıştır. Örneğin Eyfel Kulesi Fransa'nın ve Paris şehrinin kültürel bir sembolüdür. Eyfel Kulesi 1887 ile 1889 yılları arasında Gustave Eiffel'in firması tarafından, Fransız devriminin 100. yıl kutlamaları amacıyla düzenlenen Paris fuarının giriş kapısı olarak inşa edilmiştir. Bugün Paris'in simgesi olan Eiffel Kulesi, inşa edildiği zaman, yerli halk ve içlerinde Opera Garnier'nin mimarı Charles Garnier, besteci Charles Gounod ve yazar Alexandre Dumas'nın da bulunduğu bazı aydınlar tarafından şehrin yüz karası olduğu ileri sürülmüş ve benimsenmesi zaman almıştır (Frost – Laing 2013:141 akt. Alıcı, 2017: 2983)



**Resim 9:** Vincent Van Gogh Ayçiçekleri (Sunflowers) tablosu. **Kaynak:** <https://www.vangoghmuseum.nl/en/collection/s0031V1962> **Erişim Tarihi:** 10.02.18

Sanat eserleri de, kültürel semboller bağlamında değerlendirilmektedir. Örneğin Vincent Van Gogh'un resimleri Hollanda kültürü için bir kültürel sembol niteliği taşımaktadır. Ulusal kültürel sembollerden bir diğeri ise, o ulusa ait tatlar/yemeklerdir. Örneğin Türk mutfağının uluslararası alanda tanınan tatlısı lokum, Türkiye için bir kültürel semboldür. Ulusal kültürel semboller ulusların gündelik yaşantılarını, tarihsel olaylarını, inançlarını, geleneklerini, sanat anlayışlarını yansıtmaktadır. Ulusal semboller bireylerin yaşadıkları topluma aidiyet hissetmesine aracılık etmekte ve kolektif duygunun yaratılmasına katkı sağlamaktadır.

Kültürel sembollerin bir toplumun değerlerinin ve ortak anlamlarının aktarılmasında belirleyici ve kavramsallaştırıcı bir özelliği bulunmaktadır. Bu özellik, kültürel sembollere güç vermektedir. Kültürel semboller kavramsal bilginin parçalarının birleştirilmesinde insan hafızasında yer edinmesinde çok etkilidir. Kültürel sembollerin yokluğu durumunda bir kavramın yanlış anlaşılması ya da farklı şekillerde anlamlandırılması söz konusu olabilmekte, bu da kültürün sürekliliği ve gelecek nesillere aktarılması açısından bir tehdit oluşturmaktadır (Lizardo, 2016).

Kültürel semboller, bir anlamda kültürün gücü olarak kabul edilmektedir. Kültür, bir toplumun ortak zihinsel hafızanın oluşmasında belirleyici bir role sahip olup, bunu da kültürel sembolleri aracılığı ile gerçekleştirebilmektedir. Bu nedenle de kültürel

semboller, kültürün gücüdür. Kültürel semboller, anlamın aktarılmasını sağladığı kadar aynı zamanda toplumdaki bireylerin düşünce yapısının oluşmasında da belirleyici olmakta, deneyimlerin aktarılmasında adeta yönlendirici bir nitelik taşımaktadır (Geertz, 1973).

## **POPÜLER KÜLTÜRÜN AKTARILMASINDA SEMBOLLER**

Popüler kültür temel anlamı ile, çoğunluk tarafından sevilen kültür olarak açıklanabilmektedir. Başka bir anlamda, popüler kültür, kültürün ne olduğunun dışında kalan her şey olarak da açıklanmaktadır. Bu anlamda popüler kültür, artık bir kategoridir ve kültür tanımlamasına uygunluk gösterecek nitelikte olmayan her türlü üretimi kapsamaktadır (Storey, 2017: 1-2). Popüler kültürün üretimi, üretim safhasından son tüketim safhasına kadar kitlesel olarak ele alınmakta, popülerlerin popülerliği kişilerin kültürel sembollerini taşıması ve tüketmesi ile mümkün kılınmaktadır (Erdoğan, 2004: 5).

Rovve (1996: 22) popüler kültürü, kişisel ve dışavurumsal politikayla, estetik hitapla ve kültürel iktisatla bağlantıya geçen çağdaş haz, aylıklık, üslup ve kimlik biçimleri olarak çeşitli yollarla ortaya çıkan ve değişen toplumsal ve kültürel ilişkiler, anlamlar ve metinler dizisi olarak açıklamıştır. Bu anlamda popüler kültür eklektik bir yapıya sahiptir. Özellikle popüler kültür, 19. yüzyıldan itibaren hızla her “yeni” olan ve benimsenen, kitlelerin baskınlığı ve medyayı yönlendirme güçlerine göre farklı düzeylerde görünürlüğe sahip olmuş, kültürel alana sızmıştır.

Günümüzde spordan moda, ekonomiden siyasete, beşeri her alanda kültür, tarihsel süreç içerisindeki en hızlı enformasyon akışının yaşandığı bir alan olarak ortaya çıkmaktadır. Bir diğer ifade ile hızlı değişimlerin adapte edildiği kitle kültürü formuna dönüşmüştür. Bu noktada Debord (2010: 50), duyumsal dünyanın üzerinde var olmasına rağmen, kendisini en mükemmel duyumsal olarak kabul ettiren bir imajlar seçkisinin (bu) duyumsal dünyanın yerine geçtiği gösterinin varlığına işaret etmekte ve “hem duyumsal şeyler hem de duyumüstü şeyler” tarafından toplumun tahakküm altına alınmasından bahsetmektedir.

Kültür perspektifinin üretimi, kültürün sembolik öğelerinin nasıl oluşturulduğu, dağıtıldığı, değerlendirildiği, öğretildiği ve korunduğu sistemler tarafından nasıl şekillendiğine odaklanır. İlk olarak, bu bakış açısının uygulayıcıları, sanat eserleri, bilimsel araştırma raporları, popüler kültür, dini uygulamalar, hukuk ve yargı,

gazetecilik (Peterson, 1976) alanına odaklanmış iken, şu anda kültür endüstrileri ya da yaratıcı endüstriler adıyla anılan kültürün ifade edici-sembol unsurlarının üretilmesine yönelmiş oldukları görülmektedir. (akt: Peterson ve Anand, 2004: 31). Bu noktada kültürün ekopolitik sistemin elinde araçsallaşmasına eleştirel yaklaşan Adorno ve Horkheimer (2010), Aydınlanmanın Diyalektiği isimli eserlerinde kültürün bir endüstri haline geldiğini vurgulamaktadır. Adorno ve Horkheimer (2010: 168-169)’a göre, “film efektlerinden, müziğe, resime kadar kültürel olanın içindeki idealar boşaltılmış ve teknik ayrıntılarla sistemin devamlılığı ve tüketimin arttırılması için kültür ve sembolleri bir araç halini almıştır. Kültür endüstrisi aracılığı ile kültür doneleri bir formülün boyundurluğu altına girmiş ve kültürel ürünler tektipleştirilmiştir. Böylelikle bütün dünya kültür endüstrisinin süzgecinden geçirilerek bireylerin gerçeklik algısı kırılmış olmakta, örneğin biraz önce izlemeyi bitirdiği filmin beyaz perdeden akışından farksız bir dünyaya geri dönmektedir”.

Ulusların kültürel sembollerini hem kendi kültürü içerisinde aktarabilmesinde hem de diğer kültürlerle yayabilmesinde ya da en azından aşinalık/tanıdıklık duygusu yaratabilmesinde medya en temel araç olarak dikkati çekmektedir. Medya göstergeler sisteminden yararlanarak ortak olma / ait olma duygusunun aktarılmasında etkin bir role sahiptir. Medya iletilerinin belirleyici rolünü yeniden kavramlaştıran Hall’a göre dil, bir göstergeler sistemidir. Göstergeler gösterenler ve gösterilenlerden oluşmaktadır. Örneğin, gazete kelimesi telaffuz edildiğinde belli bir sese (gösteren) sahiptir ve aslında her gün satın alınan kağıttan yapılan fotoğraflardan ve siyah beyaz baskıdan oluşan bir şeye (gösterilen) gönderme yapmaktadır. (akt: Stevenson, 2008:75-76). Morley, anlam ve üretim sürecinin televizyon iletilisinin içsel yapısına (göstergebilim) ve izleyicinin kültürel arka planına (sosyoloji) bağlı olduğunu öne sürmekte ve bu bağlamda kodlanmış metin düzeyinde hem açık içerik hem de “görünmez” kabullenilmiş anlamların yaratılarak aktarıldığına dikkat çekmektedir (akt: Stevenson, 2008: 135). Örneğin kot pantolon işçi sınıfının giydiği bir giysi olmasına rağmen günümüz toplumunda özgürlük ve rahatlık simgesi olmuş, bir moda nesnesi halini almıştır. Bu bağlamda kot pantolon sadece bir giysi olmanın dışına çıkarak bir popüler kültür sembolü de olmuştur. Fiske (1989: 4), popüler kültürün, kot pantolonu bir kültürel sembole dönüştürdüğünü ifade etmekte, tek tip elbiseler giyerek standardize edilen sosyal bir sınıfın ya da etnik kökenin bir göstergesi olan kot pantolonun (jean’nin) hem Amerikan değerlerini em de onların reddini aynı anda sembolize ettiğini açıklamaktadır.

Böylece kot pantolon, hem bir topluluk üyesi hem de birey olmayı, hem maskülenlik hem feminenlik temsili haline gelerek, anlam kaynağı olabilmektedir.

Gösterilen ve gösteren olarak ürün anlamlandırmalarının toplum zihninde sembollerle ilişkilendirilmesi sonucunda en başta hiçbir anlamı olmayan bir ürüne anlam olarak bir değer yüklenebilmektedir. Bu bağlamda öncelikle bir anlam taşıyan kişi ya da nesne tarafından değer verildiğinde bir ürün ile ilgili herhangi bir şey gösterilen haline gelmekte, bağıntıyı kuran şey/kişi ise gösteren olmaktadır. Bir sonraki aşamada ise ürün kendi başına bir anlam ifade eder hale gelmekte ve ürünün kendisi gösteren halini almaktadır (Williamson, 2001: 31-35).

## SONUÇ

Kültür, ait olduğu toplumu birçok katmanda yansıtan bir ayna olarak ele alınabilir. Bir toplumun yaşayış biçimini, tüketim ve üretim tarzlarını, konuşulan dili, dinsel inanışları, toplumsal cinsiyet rollerini, örgütlenme biçimlerini ancak kültür yoluyla anlamlandırmak mümkündür. Kültür bilgisi olmaksızın bir toplumu anlamak söz konusu olamamaktadır. Kültüre ait her bir öge aynı zamanda kültürü yeniden şekillendirmekte ve tekrar toplumsal yapıya adapte olunmasını sağlamaktadır. Bu noktada kültür, hem maddi hem de manevi bir yaratım süreci içerisinde özne ve nesne işlevlerini aynı anda üstlenmektedir.

Geertz'in belirttiği gibi kültür, “toplumsal olayların, davranışların, kurumların ya da süreçlerin nedensel olarak atfedilebileceği bir güç değildir; bir bağlamdır, bağlamla anlaşılır” Buna göre, kültürün "etkisi" sorusuna yanıt vermek zordur çünkü kültür, sosyal yapıdan, ekonomiden, siyasetten ve insan faaliyetinin diğer özelliklerinden ayrılmaz değildir(akt. Schudson, 1989:153).

Semboller, kültürün en temel ögesidir. Sembol, bir kelime ya da bir obje olabilir, bu kelime ya da objenin anlamı kültürün var olduğu toplum içerisindeki ilişkiler ile belirlenmektedir. Bir çiçeğin ya da yüz ifadesinin anlamı kültürel bağlam içinde anlam kazanmakta, bu anlamlandırma bilgisi de kişilerde aidiyet duygusunun oluşmasında etkili olmaktadır. Sözlü, yazılı ve elektronik ortam yaratılarında, sanatta, mimaride, reklamcılık vb. birçok alanda kullanılan; tarihî, mitolojik, geleneksel bilgileri aktaran, değişen koşullara ve zamana göre işlevleri farklılaşan öğeler olarak semboller, kültürün önemli unsurlarıdır. Duygu, düşünce, hayal ve tasarımların söz, yazı ve görselliğe dökülmüş şekli olan semboller, kültürlerin şifreleridir. Bu şifreleri, tarihî, coğrafi, dinî,

sosyolojik unsur ve süreçler anlamlandırmaktadır. Her sembol, kültürel yapı içerisinde söylemsel alt yapısıyla görünenin altında yatan gizli anlamları kuşaktan kuşağa aktarmaktadır (Çetinkaya, 2013: 74). . . . [kültür], sembollerin içinde yer alan tarihsel olarak aktarılan anlamlar örüntüsünü, sembolik biçimlerde ifade edilen kalıtsal kavramlardan oluşan bir sistemi ifade eder; bu yöntemlerle, insanlar, yaşamları hakkındaki bilgilerini ve tutumlarını geliştirir, sürdürür ve geliştirirler(Geertz, 1973b:89, akt: Austin, 1979: 48).

Bir toplumun ortak zihni olarak ifade edilen kültür, kültürel semboller ile sunumunu ve aktarımını gerçekleştirmektedir. Her kültür kendi kültürel sembolleri aracılığı ile farklı deneyimlerin ve algıların aktarılmasını ve yaratılmasını sağlamaktadır. Bu noktada kültürel semboller, bireylere düşünme, hissetme, inanma vb. biçimlerini aktararak anlamlandırmanın temelini oluşturmaktadır. Bir diğer ifade ile kültürel semboller, bir toplumun hem toplum içindeki bireyleri arasında hem de diğer toplumlar ile olan ilişkilerinde iletişim aracı rolünü üstlenmektedir.



## KAYNAKÇA

Adorno, W.T., Horkheimer, M. (2010). Aydınlanmanın Diyalektiği, Çev: Elif Öztarhan, Nihat Ülner , İstanbul: Kabalcı Yayınları.

Alıcı, S. (2017). 19. Yüzyılda Sanatın Başkenti Paris ve İzlenimcilik. İdil 6.38: 2977 - 2998 .

Allen, M. W, Gupta, R. Monnier, A. (Ağustos 2008), The Interactive Effect of Cultural Symbols and Human Values on Taste Evaluation, Journal of Consumer Research, Vol. 35, No. 2 ss. 294-308

Austin D.J. (1979) Symbols And Culture: Some Philosophical Assumptions in the Work of Clifford Geertz, Social Analysis: The International Journal of Social and Cultural Practice, No. 3, 45-59.

Baldwin, J.R. Faulkner, S. L. Hecht, M. L. (2006) A Moving Target: The Illusive Definition Of Culture. J.R. Baldwin, S.L. Faulkner, M. L. Hecht, S. L. Lindsley. (Ed) Redifining Culture Perspectives Across The Disciplines, Lawrence Erlbaum Associates, London.

Barnard, M. (2010) Sanat, Tasarım Ve Görsel Kültür, Çev: Güliz Korkmaz, Ankara: Ütopya Yayınevi.

Baynes, K. (2016) Toplumda Sanat, Çev: Yusuf Atılğan, İstanbul: YKY.

Berger, J. (2010) Görme Biçimleri, Çev: Yurdanur Salman, İstanbul: Metis Yayınevi.

Çetinkaya, G. (2013) Dede Korkut Hikayelerinde Sembol Olarak Meydan, Millî Folklor, Yıl 25, Sayı 98 ,73-86.

Deacon, T. W. (2011) The Symbol Concept. K. R. Gibson ve M. Tallerman (Eds.), The Oxford Handbook Of Language Evolution.

Debord, G. (2010) Gösteri Toplumu, Çev: Ayşen Ekmekçi, Okşan Taşkent, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Dukor, M. (2010). African Philosophy in the Global Village. Saarbrücken:Lambert Academic Publishing.

Erdoğan, İ. (2004) Popüler Kültürün Ne olduğu Üzerine, Bilim ve Aklın Aydınlığında Eğitim Dergisi , Yıl 5, Sayı 57.

Erhat, A.(1972) Mitoloji Sözlüğü, İstanbul: Remzi Kitabevi.

Fiske, J. (1989) *Understanding Popular Culture*, Oxford: Routledge.

Frost, Warwick, Laing J. (2013) *Commemorative Events: Memory, Identities, Conflict*. New York: Routledge.

Geertz, C. 1973. *The Interpretation of Culture*. New York: Basic Books.

Geisler, M. E. (2005). *Introduction: What Are The National Symbols-And What Do They Do To Us? National Symbols, Fractured Identities*. Hanover And London: Middlebury College Press.

Gibson, C. (2013) *Semboller Nasıl Okunur?*. Çev: Cem Alban, İstanbul: Yem Yayınevi.

Güvenç, B. (2003) *İnsan Ve Kültür*, İstanbul: Remzi Kitabevi.

Keessing, R. (1974). *Theories of Culture*, *Annual Review of Anthropology*, Vol.3, 73-97.

Lizardo, O. (2016). *Cultural Symbols and Cultural Power*, *Qual Sociol.* 39,195–198.

Malinowski, B. (1992). *Bilimsel Bir Kültür Teorisi.*, Çev: S. Özkal, İstanbul: Kabalıcı Yayınevi.

Oğuz, E. S. (2011) *Toplum Bilimlerinde Kültür Kavramı*, *Journal of Faculty of Letters Cilt/Volume 28 Sayı/Number 2* .

Ortner, S.B. (1973). *On Key Symbols*, *American Anthropologist*, 75/II.

Özbudun,S. ve Uysal G. (2015) *50 Soruda Antropoloji*, İstanbul: Bilim Ve Gelecek Kitaplığı.

Peterson R. A. ve Anand, N. (2004) *The Production Of Culture Perspective*, *Annu. Rev. Sociol.* 2004. 30:311–34

Schudson, M (1989) *How Culture Works*, *Theory and Society* 18, 153-180.

Saeterstal, T. (1999) *Symbols of Cultural Identity: A Case Study from Tanzania*, *African Archeological Review*, Vol 16 No 2.

Seyidoğlu, B. (1990) *Mitoloji Üzerine Araştırmalar Metinler ve Tahliller*, Erzurum: Atatürk Üniversitesi Yayınevi.

Spencer-Oatey, H. (2012) *What is culture? A compilation of quotations*. GlobalPAD Core Concepts. Available at GlobalPAD Open House. <http://www.warwick.ac.uk/globalpadintercultural>. Erişim Tarihi: 01.05.2017.

Stevenson, N. (2008) Medya Kùltürleri, Sosyal Teori Ve Kitle İletişimi, Çev: G. Orhon-B.E. Aksoy, Ankara: Ütopya Yayınevi.

Storey, J. (2017) The Popular and The Material, A. Malinowska, K. Lebek (Ed.)Materiality and Popular Culture, New York: Routledge

Swidler, A. (1986) Culture in Action: Symbols and Strategies, American Sociological Review, Vol. 51, 273-286.

Triandafyllidou, A. (1998). National Identity And The 'Other'. Ethnic And Racial Studies, 21(4).

Tukarev, S.A. (2005) Kùltür Tarihinde Ateş Sembolü. Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi / Journal Ofturkish World Studies, Cift: V1, Sayı 1.

Williams, R. (1993) Kùltür, Çev: Suavi Aydın, Ankara: İmge Yayınevi.

Williamson, J. (2001) Reklamların Dili, Reklamlarda Anlam Ve İdeoloji, Çev: Ahmet Fethi, Ankara: Ütopya Yayınevi.

Wiltgren, L. K. (2014) Youth Using National Symbols İn Constructing Identities, Journal of Youth Studies, (17), 3.

\_\_\_. Cultural Symbols and Textile Communication: The Documentation of a Woven SymbolicTextile,<https://snlapps.depaul.edu/writing/Cultural%20Symbols%20and%20Textile%20Communication.pdf>. Erişim Tarihi: 05.03.2018.