

Ahmet Faruk KOŞAR* 

Özgür KIRAN** 

POPÜLER KÜLTÜR VE EĞLENCE KÜLTÜRÜNÜN DÖNÜŞÜMÜ

ÖZET

Bu makale, popüler kültür ve eğlence kültürünün tarihsel süreçte geçirdiği dönüşümleri disiplinlerarası bir yaklaşımla ele almaktadır. Kültür kavramının çok boyutlu yapısından hareketle, yüksek kültür–popüler kültür ayrımı, kitle kültürü tartışmaları ve kültür endüstrisinin işleyişi kuramsal düzeyde incelenmiştir. Frankfurt Okulu düşünürleri popüler kültürü kapitalist sistemin bireyleri pasifleştiren ve standartlaştıran bir aracı olarak görürken; Birmingham Ekolü, halkın gündelik pratikleri aracılığıyla kültürü dönüştürebildiğini ve popüler kültürün bir direniş alanı sunduğunu savunmaktadır. Bu karşıt yaklaşımlar, popüler kültürün hem manipülatif hem de özgürleştirici potansiyellerini ortaya koymaktadır. Günümüzde dijitalleşme ve küreselleşme, popüler kültürün üretim ve tüketim süreçlerini kökten dönüştürmüştür. Sosyal medya, streaming platformları ve kullanıcı üretimi içerikler, bireyleri yalnızca tüketici değil aynı zamanda üretici (üretüketici) konumuna taşımıştır. Ancak algoritmaların ve veri ekonomisinin etkisi, kültürün daha fazla metalaşmasına da yol açmaktadır. Türkiye özelinde arabesk müzik örneği, modernleşme, göç ve kentleşme süreçlerinde popüler kültürün geleneksel ile modern değerler arasındaki gerilimi nasıl yansıttığını göstermektedir. Sonuç olarak, popüler kültür ve eğlence kültürü küresel ve yerel dinamiklerin etkisiyle sürekli değişen, çok katmanlı bir olgudur. Bu nedenle hem kuramsal hem de pratik düzeyde popüler kültürün toplumsal etkilerini anlamak, kültür çalışmalarında önemli bir araştırma alanı olmaya devam etmektedir.

Anahtar kelimeler: Kültür, Popüler Kültür, Eğlence Kültürü, Kültürel Süreçler.

THE TRANSFORMATION OF POPULAR CULTURE AND ENTERTAINMENT CULTURE

ABSTRACT

This article examines the historical transformations of popular culture and entertainment culture through an interdisciplinary approach. Building on the multidimensional nature of the concept of culture, it analyzes the theoretical debates on the distinctions between high culture and popular culture, mass culture, and the functioning of the culture industry. While the Frankfurt School thinkers regard popular culture as a tool of the capitalist system that standardizes and pacifies individuals, the Birmingham School emphasizes how people, through their everyday practices, can transform culture and turn popular culture into a site of resistance. Social media, streaming platforms, and user-generated content have positioned individuals not only as consumers but also as producers (prosumers). However, the influence of algorithms and the data economy has also accelerated the commodification of culture. In the Turkish context, the example of Arabesque music illustrates how popular culture reflects the tensions between traditional and modern values during modernization, migration, and urbanization processes. In conclusion, popular culture and entertainment culture are multifaceted phenomena that constantly evolve under the influence of both global and local dynamics. Therefore, understanding the societal impacts of popular culture remains a significant area of inquiry in cultural studies, both theoretically and practically.

Keywords: Culture, Popular Culture, Entertainment Culture, and Cultural Processes.

* Doktora Öğrencisi, Samsun Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Sosyoloji Anabilim Dalı, Samsun/Türkiye. E-posta: ahmettkossar@gmail.com / PhD Student, Samsun University, Institute of Graduate Studies, Department of Sociology, Samsun/Türkiye. E-mail: ahmettkossar@gmail.com

** Sorumlu yazar, Doç. Dr., Samsun Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, Samsun/Türkiye. E-posta: ozgur.kiran@samsun.edu.tr / Corresponding author, Assoc. Prof., Samsun University, Faculty of Humanities and Social Sciences, Department of Sociology, Samsun/Türkiye. E-mail: ozgur.kiran@samsun.edu.tr

Giriş

Kültür, bir toplumu ayakta tutan ve ona kimliğini kazandıran en önemli unsurlardan biridir. Geçmişten günümüze uzanan değerler, gelenekler, inançlar, sanat ve yaşam tarzı, kültürün bir parçasıdır. Toplumlar, kültürleri sayesinde ortak bir aidiyet duygusu geliştirir ve bireyler bu değerler etrafında birleşir. Kültür, nesilden nesile aktararak toplumun sürekliliğini sağlar; ahlaki normları, davranış kalıplarını ve toplumsal düzeni korur. Aynı zamanda kültür, bireyin kişisel gelişiminde de kritik bir rol oynar. İnsanlar, içinde yetiştikleri kültürün etkisiyle dünyaya bakış açılarını geliştirir böylece sanat ve estetiği algılayış biçimleri de şekillenir. Kültürel birikim, yaratıcılığı besler ve insanlara kendilerini ifade etme imkânı sunar.

Geleneksel toplum yapısından modern döneme geçişle birlikte kapitalizmin gelişimi, kentleşme, göç hareketleri ve kitlesel üretim-tüketim süreçleri, kültür alanında köklü dönüşümlere yol açarak kültür endüstrisi, kitle kültürü, popüler kültür, yüksek kültür ve alt kültür gibi yeni kavramların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu dönüşüm sürecinde popüler kültür özelinde iki temel kuramsal yaklaşım öne çıkmaktadır. Bunlardan Frankfurt Okulu düşünürleri, kitle kültürünü kapitalist sistemin kültürü metalaştırarak bireyleri pasif tüketicilere dönüştürdüğü ve eleştirel düşüncüyü bastırdığı bir mekanizma olarak eleştirel bir perspektifle değerlendirirken, Birmingham Okulu ve John Fiske, Michel de Certeau gibi isimler ise popüler kültürü halkın kendi anlamlarını üretirek direniş gösterdiği ve özgürleşme potansiyeli taşıyan dinamik bir alan olarak olumlu bir çerçevede yorumlamaktadır. Bu karşıt yaklaşımlar, bir yandan kültürün kapitalist sistem tarafından nasıl araçsallaştırıldığını ortaya koyarken diğer yandan kitlelerin bu süreçte aktif bir rol üstlenerek kültürel pratikleri dönüştürme kapasitesine vurgu yapmaktadır. Günümüzde dijitalleşmeyle birlikte bu tartışma daha da karmaşık bir hal almış, sosyal medya ve kullanıcı üretimi içerikler gibi yeni olgular, kültürel katılımın sınırlarını genişleterek popüler kültürün hem tahakküm hem de özgürleşme potansiyellerini yeniden şekillendirmiştir. Bu bağlamda, popüler kültürün çok katmanlı doğası, modern toplumlarda kültürün hem piyasa dinamikleriyle şekillenen hem de toplumsal mücadelelerin bir ifade alanı olarak işlev gören diyalektik karakterini ortaya koymaktadır.

Çalışmada ayrıca literatür taraması kapsamında küreselleşme, yeni medya teknolojilerinin gelişimi ile popüler kültürün dönüşümü üzerinde durulmaktadır. Yaşadığımız süreç birçok konuda hızlı değişimlerin olduğu dönemdir. Özellikle, küreselleşme, teknolojik gelişmelerin hızlı bir biçimde yaşanması, dijital medya kanallarının çeşitlenmesi, kültürel değişmeyi hızlandıran etkenlerden olmuştur.

Literatür Değerlendirmesi

Türkiye’de kitle iletişim alanında popüler kültürün bir olgu olarak tartışılmasının öncüleri olarak Ünsal Oskay’ın “Popüler Kültürün Toplumsal Ortamı ve İdeolojik İşlevleri Üzerine” (1979) ve “Kitle İletişimi Açısından Toplumsal Egemenlik ve Kültürel Donanımları” (1980), Veysel Batmaz’ın “Popüler Kültür Üzerine Değişik Kuramsal Yaklaşımlar” (1981) başlıklı çalışmalar olmuştur. Ünsal Oskay popüler kültür olgusunu tarihsel temelde değerlendirmekle birlikte popülerlerin kitle ile birlikteliğinde incelemeler yapılması gerektiğini vurgulamıştır. Ülkemiz ’de popüler kültür konusunun müzik alanında incelendiği ilk akademik metin Meral Özbek’in “Popüler Kültür, Modernleşme ve Orhan Gencebay Arabeski” (Ankara Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi 1989) olmuştur. Bu tez, toplumsal modernleşme projesinin eleştirisi olarak arabesk müziğin çıkışını mikro bir örnekten, makro sorunlara da bağlayarak kapsamlı ele almaktadır.

Çalışmasında modernleşme sürecine eleştirel yaklaştığını ifade etmekte, Frankfurt okulunun kültür endüstrisinin bütünüyle kitleleri yönettiği iddiasına karşı eleştirel olarak, İngiliz Kültürel Çalışmaları ekolünün popüler kültürün halkın iktidar ile mücadeleciliği tarafını olumlamaktadır. Meral Özbek popüler kültürü tercih etmesini şu şekilde açıklamaktadır:

Eğer bugün kapitalist ülkelerde hâkim olan kültürün kitle kültürü olduğunu varsayarsak, bu kavram üçüncü dünya ülkeleri için aynen kullanıp-kullanılamayacağını tartışma konusu yapmamız gerekir. 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, Üçüncü Dünya ülkelerinde kapitalizm öncesi yapıların özellikleri, yöresel farklılıklar, ekonomik, kültürel özgünlüğünün fark edilmesi gereken ideal modern-geleneksel ikilemini aşan bir karmaşıklığıdır. (Özbek, 1994, s. 88-89)

Meral Özbek modernleşme ile ilgili politikalar ve bu politikalar sonucu ortaya çıkan direnişleri popüler kültür konusunun etkinlik sahası bağlamında değerlendirmektedir. Meral Özbek ile aynı dönemlerde yapılan bir başka çalışma ise Martin Stokes'ın "Türkiye'de Arabesk Olayı" olarak çevrilen (The Arabesk Debate: Music and Musicians in Modern Turkey, Oxford University Press, 1989) çalışma olmuştur. Bu çalışma Sosyal Antropoloji alanında doktora tezi olarak hazırlanmıştır. Martin Stokes çalışmasında 1980'lerle değişen arabesk müzik sözlerini, popüler müzik anlatımını, kentteki yapılanmalarla (gecekondulaşma) ile ilişkilerini, Türk Halk müziği benzeşmeleri, arabesk müzik ile tasavvufi unsurlara uzanan özelliklerine dikkat çekmeye çalışmıştır. Yine benzer dönemde, popüler kültürü arabesk müzik üzerinden değerlendiren bir başka isim Nazife Güngör olmuştur. Onun "Arabesk Müzik ve Toplumsallaşma" adlı yüksek lisans tezi 1989'da hazırlanmıştır. Güngör, arabesk müziği, toplumun içinden çıkan toplumsal ve kültürel bağlamda biçimlendirmeye çalışmış, arabeski ezgi bakımından Arap müziği, çalgı bakımından batı müziği esintiler taşıdığını, taşradan başlayan, kentleşme ile toplumun tüm kesimlerine yaygınlaşan geniş bir kitleye ulaşan toplumumuza özgün bir tür olduğunu ifade etmiştir (Özbek, 1993, s. 23). Müzik düzeyinde tartışılan ve özeldir arabesk düzeyinde diğer çalışmalar Ünsal Oskay, Müzik ve Yabancılaşma (1980), Metin İnceoğlu Arabesk Müzik Sorunu (1981), Feyza Hepçilinger'in Arabeskin Tarihsel ve Toplumsal Kökeni (1982) ve Ali Akay'ın Arabesk'e Sosyolojik Bir Yaklaşım gibi çalışmalarda odak nokta olarak ele alınmıştır. Bunlarla birlikte Türkiye'de popüler kültür çalışmalarında ilk kaynaklardan olan Ahmet Oktay'ın "Türkiye'de Popüler Kültür" (1993) çalışmasında konunun kuramsal yaklaşımları ve popüler kültürün demokrasi, tüketim ve sınıflar bağlamında değerlendirmelerine yer verilmiştir. Oktay'a göre (1997, s. 21) popüler kültür, halk kültürü ile üst kültür arasında yer almaktadır. Konuyu, kadın, erkek, milliyetçilik, edebiyat, magazin dergiciliği, arabesk ve kitle iletişim gibi konu başlıkları altında 1980 sonrası değişen yaşam pratiklerindeki değişimleri incelemektedir.

Popüler kültür konusuna ilişkin tartışmalara katkılar sağlayan bir diğer kaynak ise Korkmaz Alemdar ve İrfan Erdoğan'ın "Popüler Kültür ve İletişim" (1994) adlı çalışması olmuştur. Bu çalışmada popüler kültürün, kitle iletişime benzer şekilde yaşamın her alanını içerdiğine dikkat çekilmektedir. Onlara göre popüler kültür, kültürel içeriklerin kitlesel üretimi ve uzmanlaşmış iş bölümüyle ortaya çıktığı; kapitalist sistem içinde pazarlanan, dağıtılan ve tüketilen bir kültür biçimidir (1994, s. 119). Bu anlamda popüler kültürün ortaya çıkmasında olduğu gibi geniş kitlelere yayılmasında kitle iletişimi her zaman önemli bir yere sahip olmuştur.

Popüler Kültürün Kavramsallaştırılması

Kültür Kavramı

Kültür kavramı üzerine birçok çalışma yapıldığı ve buna ilişkin olarak birçok tanımın ortaya çıkarıldığı görülmektedir. Kültür kavramı üzerine yapılan tanımlar incelendiğinde sosyal bilimler alanında yapılan çalışmalarda çok çeşitlilik olduğu görülmektedir. Kroeber ve Kluckhohn (1952) ortaya koydukları sınıflandırmalar sonucunda 160'a yakın kültür tanımı olduğu ortaya çıkmıştır. Kültür kelimesi Latince cultus, İngilizce cultivation içerisindeki kökeni açısından ülkemizdeki bazı araştırmacılar tarafından ürün yetiştirmek, ikamet etmek, tarla, korumak, mukayyet olmak anlamına gelen colera'dan türemiştir. İnsanın yerleşip, yaşamasına uygun oluncaya kadar doğayı işlemesini ve etkileşim kurmasını ifade etmektedir (Arendt, 1996, s. 251). Almanca'da ise 18. yüzyılın sonlarında yaratıcılığı ifade eden entelektüel, sanatsal ve estetik ürünler için kullanılmıştır (Alemdar, 1994, s. 167). İngilizce'de de folk kelimesi “*halkın kültürü*” bağlamında kullanılmaktadır (Mavi, 2023, s. 252). Fransız dilinde barbarlıktan, incelmeye, yontulma, düzenlilik ve gelişmeye doğru biçimde kalkınma anlamında kullanılan uygarlık terimiyle eş anlamında kullanılmaktadır. Daha çok antropoloji disiplinin gelişmeye başlaması ile kültür kavramı ve tanımları geliştirilmiş ve kullanılmaya başlanmıştır (Alemdar & Erdoğan, 1994, s. 167-168).

Kültür konusunda Türk sosyolojisinde; Ziya Gökalp, kültür kelimesini ekin ve hars kelimeleriyle birlikte kullanmıştır. Ona göre hars, bir milletin dini, gelenekleri, ahlak kuralları, iktisadi biçimlerinin birleşimi olmakla birlikte kendine özgüdür (Gökalp, 1972, s. 6). Nurettin Topçu'da kültür konusunu milli bir mesele olarak ele almış, bir milletin tarihi süreç içerisinde oluşturduğu tüm değerler olarak açıklamıştır (Topçu, 1970, s. 10). Türk Dil Kurumu'nun kültür tanımlarına bakıldığında, iki şekilde ele alınmıştır, ilkinde; “tarihsel süreç içerisinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler” olarak tanımlanırken ikinci anlamında “topluma ait düşünce ve sanat eserlerinin tümü” olarak tanımlanmaktadır. Bununla birlikte sözlük, kültürün nesilden nesile aktarılan değerler olmakla birlikte, şu an yaşanan ve sürekli devinim sürecinde olan bir kavram olarak da ele almaktadır. Kültürün toplumsal değişimle olan ilişkisini ele alan önemli düşünürlerden biri de Mümtaz Turhan'dır. Turhan, Kültür Değişimleri (2015) adlı eserinde kültürün statik değil, sürekli değişen bir yapı olduğunu vurgular. Ona göre toplumsal değişimler, kültürün maddi ve manevi unsurları arasındaki dengenin bozulmasıyla hız kazanmakta, bu durum özellikle Batılılaşma sürecindeki toplumlarda geleneksel değerler ile modern unsurlar arasında bir çatışmaya yol açmaktadır. Turhan'ın bu yaklaşımı, popüler kültürün hem küresel etkilerle biçimlenen hem de yerel dinamiklerle şekillenen ikili doğasını anlamak için önemli bir kuramsal dayanak sunmaktadır.

Williams, kültür kavramını üç açıdan yaklaşarak açıklamıştır. Bunlardan ilki bireyin grup veya toplum içerisinde entelektüel, manevi ve estetik gelişimini ifade etmesi, ikincisi bir dizi sanatsal ve entelektüel uğraşların ürünlerini (kitap, film, resim, tiyatro) ortaya çıkarmak olarak kullanmıştır. Özellikle ürün ortaya çıkarmak açısından kullanıma bakıldığında kültürün “güzel sanatlar” ile eş anlamlı hale geldiğini görebilmek mümkündür. Son olarak üçüncü kullanımda kültürün, bir insanın, grupların veya toplumların gündelik yaşam biçimlerini yani; inançlarını, faaliyetlerini ve geleneklerini yaşatma anlamına gelmektedir (Williams'tan aktaran: Smith ve Riley, 2016, s. 20). Kısacası Williams'a göre kültür, genel bir anlamlandırma sistemine sahiptir, tek başına geleneksel sanatlar ve entelektüel faaliyetlerin ifadesi olmamakta, sanat, felsefe, dil, gazete, kitap, moda ve reklamcılık gibi birçok alanı kapsar hale gelen bir kavramdır.

Kültürün tarihsel gelişim süreci incelendiğinde, ilk ve orta çağ dönemlerinde yerleşik hayata geçilmesiyle birlikte gündelik hayatın şato kavramı etrafında şekillendiği görülmektedir. Özellikle Kıta Avrupa'sında şatoların yaşam alanlarına güçlü bir şekilde hükmettiği anlaşılmaktadır. O dönemin yaşam tarzı ve kültür anlayışı doğrultusunda Eliot (1987, s. 31-33), kültürü egemen sınıfların yaşam biçimi ile ilişkilendirmektedir. Kültürün ortaya çıkışı bir yönüyle de belirli bir cemaatin/cemiyetin yaşam deneyimlerinin niteliği ile ilgili sorgulamalardır. Bu sorgulamalar egemen kesimlerin maddi ilerlemelerinin niteliği ve bayağılığının sorgulamaları olmuştur (Çağan, 2003, s. 26). Bu çerçevede kültür olgusu, şato ya da saray gibi mekânlarda yaşayanlarla ilişkilendirilmiştir. Şatonun dışındaki bireyler ise, hamallık veya çiftçilik gibi işlerle uğraştıkları için kültürden yoksun veya kültürsüz olarak değerlendirilmiştir. Yapılan her tespit ve olay analizinde, merkezde şato sakinleri ve belirli bir toplumsal grup yer almaktadır. Bu bakış açısı, modernite kavramı ile de doğrudan ilişkilendirilmektedir. Terbiye, eğitim, modernleşme ve kentleşme imkânlarına sahip bireyler kültürlü olarak kabul edilirken, kırsal bölgelerde yaşayanlar doğanın yasalarına tabi oldukları gerekçesiyle kültürsüz sayılmıştır. Bu anlayışta, modernleşme ve kentlilik birbirine paralel kavramlar olarak ele alınmıştır.

Yüzyıllardır süregelen örgütlü insan topluluklarında aristokrat bir sınıf varlık göstermiş, bu sınıf düşünsel üretim (örneğin müzik, resim vb.) gerçekleştiren kesim olarak konumlandırılmıştır. Bu grup, kültürel birikime sahip olmakla birlikte kültürü "hak eden" sınıf olarak görülmüştür. Diğer yandan kırsalda, beden emeğine dayalı yaşam süren bireyler, kültürsüz olarak nitelendirilmiştir. Kültür bu bağlamda sınıfsal bir ayrımın göstergesine dönüşmüştür. Bugün dahi modernitenin şekillendirdiği bu perspektifin ve ayrımın çeşitli biçimlerde varlığını sürdürdüğü gözlemlenmektedir. Toplumsal değerler ve donanım, günümüzde dahi kültürlü insan tanımını topluma ve bireylere bu şekilde aşmıştır. Yıldırım'a (2020, s. 91) göre kültürün kuşaklararası aktarım sürecinde maddi ve manevi unsurların tümü belirleyici bir rol oynamaktadır. Kültürel aktarım, temel olarak aile kurumuyla başlamakta, eğitim kurumları ve sosyal çevre aracılığıyla yaşam boyu devam eden dinamik bir süreç olarak karşımıza çıkmaktadır. Bireyin sosyalleşme sürecinde maddi kültür öğelerinin yanı sıra gelenek, görenek ve inanç sistemleri gibi manevi unsurlardan elde ettiği kazanımlar, kültürün içselleştirilmesinde ve sonraki nesillere aktarılmasında kritik bir işlev görmektedir. Bu durum, söz konusu unsurların gündelik yaşam pratikleri üzerindeki yapılandırıcı etkisini ortaya koymaktadır.

Tarih boyunca her dönemde kültürlü ya da yüksek kültür sahibi bireyler, çoğunlukla egemen sınıflardan yana tavır almışlardır. Bu durum, kültür ile güç arasında doğrudan bir ilişki kurulmasına yol açmıştır. Böylece kültür ile iktidar yapıları arasında da bir bağ kurulmuş; sistemi yönetenler kültürlü insanlar olarak tanımlanmıştır. Bu köklü anlayış, Karl Marx'ın kültürü "insanların üretim tarzı" olarak tanımlamasına kadar devam etmiştir (Macit, 2011, s. 27). Marx, bu yaklaşımıyla var olan tüm kültür anlayışlarını sorgulamış ve kültür alanında önemli bir kırılmanın önünü açmıştır. Ona göre, hayatına bir anlam katmak ve üretmek isteyen herkes kültür üretmektedir. Marx'ın bu kültür tarifinde asıl amacı, işçi sınıfına vurgu yapmaktır (Macit, 2011, s. 27-28). Önceki kültür tanımlarında güç sahipleri ön plana çıkarılırken, Marx üretim faaliyetini gerçekleştiren sınıfı merkeze almış ve gerçek gücün emek gücüne sahip olanlarda olduğunu belirtmiştir. Dolayısıyla, kültürü de esasen bu kesimin inşa ettiğini savunmuştur. 1930'lu yıllarda ise Hoggart, kültürü İngiliz işçi sınıfı ile ilişkilendirerek Marx'ın yaklaşımını sürdürmüştür (Kaban, 2022). Ancak Marx ve Hoggart'ın işçi sınıfı ekseninde geliştirdikleri kültür tanımları, özellikle işçi sınıfının yoğun olduğu ve kültürel çalışmaların sürdürüldüğü İngiltere'de büyük bir

değişim yaratmamıştır. Bunun temel nedeni, İngiltere’de asalet geleneğinin gündelik yaşamda hâlâ güçlü şekilde varlığını sürdürmesidir. Toplum içinde lordlar, avamlar ve kenar mahalle halkı gibi sınıfsal ayrımlar mevcuttur. Bu nedenle kültür, İngilizler tarafından hâlâ sanat ve edebiyatla özdeşleştirilmiş; sanat eserleri ise soylu ve estetik değerler taşıyan üretimler olarak görülmeye devam etmiştir. Bu anlayış, 20. yüzyılın başlarına kadar etkisini korumuştur. İngiliz eleştirmenler de sıradan halkı küçümseyerek, toplumda yaşanan olumsuzlukların sorumlusu olarak sıradan insanları göstermişlerdir. Bütün bu tartışmaların ardından kültüre yönelik alışılmışın dışındaki bir yaklaşımı benimsemek ve daha derinlemesine kültürel analizler yapmak amacıyla, Birmingham’da "Çağdaş Kültür Çalışmaları Merkezi" kurulmuştur. Ancak merkezin çalışmaları, dönemin yönetici elitleri tarafından rahatsızlıkla karşılanmış ve John Major ile Margaret Thatcher gibi siyasetçiler, bu kurumu denetim altına almaya çalışmışlardır. Zamanla merkezin ilgi alanı sosyoloji, metin analizi, antropoloji ve iletişim bilimleri gibi farklı disiplinlere kaymış ve benzeri kültürel çalışma merkezlerinin sayısı artmıştır.

Günümüzde kültürel çalışmalarda kullanılan ayırım, kavram ve tanımlar ise modernizmin etkisiyle şekillenmiştir. Serbest piyasa ekonomisinin Ekonomide serbest piyasanın yaygınlaşmasıyla beraber tüketim ve pazar kavramları giderek benimsenmiş, bu durum da kültürün iki temel boyutta ele alınmasına neden olmuştur: Birincisi, mevcut gerçekliği aşarak yeni bir dünya tahayyül edebilen sanatçının ürünü olan "yüksek kültür"; ikincisi ise, kitlelerin yönlendirilmesi ve güdülmesi amacıyla üretilip dolaşıma sokulan "kitle kültürü" anlayışıdır.

Kültürel antropolojinin odak noktası olan kültürü tanımlamak bu kavrama ilişkin olarak atfedilmiş olan türlü anlamlarından dolayı zor bir iştir ve bu da doğal bir şekilde karşılanmalıdır (Güvenç, 1999, s. 94).

Kültür kavramının dört temel anlam içerisinde kullanıldığı belirlenmiştir. Bunlar;

- Bir toplum ya da tüm toplumların birikimli uygarlığı kültür olarak tanımlanmaktadır.
- Belli bir toplumun kendisi olarak kültür görülmektedir.
- Bir dizi sosyal süreçlerin bileşkesi olarak kültür görülmektedir.
- İnsan ve toplum kuramı olarak kültür karşımıza çıkmaktadır (Güvenç, 1999, s. 95).

Eaglaton’a göre kültür kavramının tanımlama güçlüğüne olmasının sebebi kültürün geniş kapsamlı ve çok anlamlı olmasıdır. Kültür görünüşe göre her şeyin içerisine süpürüldüğü bir kelime olarak görülmektedir (Eaglaton, 2011, s. 43). Lüddemann kültür kelimesinin anlam açısından esnekliğinden bahsetmektedir. Kültür kavramı yüksek kültür, yığın kültürü gibi bir takım kültürel süreçleri kapsadığı gibi siyaset kültürü, şarap üretim kültürü, yaşama kültürü, dinleme kültürü, sofrası ve yemek kültürü gibi süreçleri de içermektedir (Lüddemann, 2010, s. 7).

Kula, kültür ile doğa arasındaki ilişkiyi farklı bir bakış açısıyla ele alır. Ona göre kültür, insanın doğadan ayrılarak ona hükmetme ve kendini geliştirme yönünde bilinçli, amaçlı, seçici ve değerlendirici çabalarının bütünüdür (Kula, 1992, s. 15). Nermi Uygur ise kültürü, insanın yarattığı ve içinde yer aldığı tüm gerçeklik olarak tanımlar (1996). Bu tanımlar, kültürün yalnızca bireysel değil, aynı zamanda insan-doğa ilişkisi bağlamında şekillenen çok katmanlı bir yapı olduğunu ortaya koyar. Ancak kültür, anlam bakımından oldukça geniştir; farklı bağlamlarda farklı şekillerde yorumlanabilir. Bu nedenle, kültürü tek bir tanıma indirgemek oldukça zordur.

Kültür konusunda her disiplinin kendi açısından farklı yaklaşımlar getirmesi ve bu kavramın tek bir tanımla açıklanamayacak kadar geniş boyutlara sahip olması nedeniyle herkesin üzerinde birleştiği bir kültür tanımı ortaya koyabilmek Çeçen'e (1984, s. 12) göre de olanaksızdır. Kültür tarihçisi Peter Burke'de kültür kavramının çok anlamlı yapısından ötürü can sıkacak kadar çeşitli tanımları olan bir kavram olarak bahsetmiştir (1994, s. 115). Sonuç olarak kültür kavramının net ve evrensel bir tanımının yapılamamasının temel nedenleri aslında oldukça açıktır. Öncelikle kültür, insanlık tarihi kadar eski bir olgu olmakla birlikte, zamanın etkisiyle anlamını yitirmemiş, aksine her dönemde yeniden yorumlanmıştır. Bu durum, kültürün hem tarihsel bir derinliğe sahip olması hem de çağdaş toplumsal yaşamla sürekli etkileşim içinde bulunmasından kaynaklanmaktadır. Antropoloji, sosyoloji, tarih ve etnoloji gibi klasik sosyal bilimlerin yanı sıra, medya çalışmaları ve kültürel çalışmalar gibi daha güncel disiplinler de kültürü kendi yöntemsel çerçeveleri içinde ele almıştır. Dolayısıyla kültür, hangi bilimsel perspektiften bakıldığına bağlı olarak çok yönlü ve değişken bir anlam kazanmakta, bu da onun tekil ve sabit bir tanımla sınırlandırılmamasına neden olmaktadır.

Yüksek Kültür ve Popüler Kültür

Sürekli gelişen dünyamızda kültür, kim olduğumuzu ve neye değer verdiğimizi tanımlamada merkezi bir rol oynamaktadır. Kültür söz konusu olduğunda, sıklıkla gündeme gelen iki terim "yüksek kültür" ve "popüler kültür"dür. Bu terimler kültürel manzaramızın farklı yönlerini temsil eder ve aralarındaki temel farkları anlamak toplumumuzun değerleri, normları ve tercihleri hakkında değerli bilgiler sağlayabilmektedir (Güvenç, 2002).

Yüksek kültür ve popüler kültür, her ikisi de kendi başlarına etkili olsalar da kültürel spektrumun zıt uçlarında yer alırlar. Yüksek kültürcülere göre popüler kültürcüler kötülenir, popüler kültürcüler için de yüksek kültürcüler, elitist olarak "öteki" olarak değerlendirilir (Çağan, 2003, s. 48). Aralarındaki farkı anlamak için tanımlarını ve özelliklerini incelemek çok önemlidir.

Bazen elit kültür veya yüksek kültür olarak da adlandırılan yüksek kültür, rafine, sofistike ve kültürel elite ilişkilendirilen sanat, edebiyat, müzik ve entelektüel uğraşları kapsar. Genellikle klasik müzik, bale, opera, klasik edebiyat, güzel sanatlar ve tam olarak takdir edilmesi için özel bilgi ve eğitim gerektiren diğer sanatsal ifade biçimlerini içerir. Yüksek kültür genellikle seçkinlikle ilişkilendirilir, onunla etkileşim kurmak ve onu anlamak için belirli bir eğitim ve sofistike düzey gerektirmektedir (Kula, 1992). Öte yandan, düşük kültür veya pop kültür olarak da bilinen popüler kültür, kültürün genel halk tarafından yaygın olarak erişilebilen ve tüketilen yönlerini temsil eder. Kolayca sindirilebilen ve geniş bir kitlede yankı uyandıran eğlence, moda, müzik, film ve medya biçimlerini içerir. Popüler kültür, kitlesel çekiciliği ile karakterize edilir ve genellikle çoğunluğun zevk ve tercihlerini bünyesinde barındırır (William, 1993). Sürekli olarak gelişmekte ve mevcut sosyal ve teknolojik manzaraya uyum sağlamaktadır.

Yüksek kültür ile popüler kültür arasındaki en önemli farklardan biri erişilebilirliktir. Yüksek kültür, elitist doğası nedeniyle genel halk için tipik olarak daha az erişilebilirdir. Tam anlamıyla takdir edilmesi için genellikle örgün eğitim veya uzmanlık bilgisi gerektirir. Buna karşın, popüler kültür çeşitli geçmişlerden ve çeşitli eğitim seviyelerinden gelen insanlar tarafından kolayca ulaşılabilir ve tüketilebilir. Çeşitli kitlelere ulaşma gücüne sahiptir.

Kitle Kültürü

Kültür ve kitle kavramlarının kökeni incelendiğinde özellikle Williams'ın açıklamış olduğu İngilizce mass kelimesinden geldiği görülmektedir, fakat bu yapının çok karmaşık olduğu belirlenmiştir. Kitle kavramı genel anlamıyla yığın halde bulunma, “sayısı belirsiz insan topluluğu” (Alemdar & Erdoğan, 2005, s. 40) olarak kullanılmaktadır. 1830 yılında kitle (mass) kelimesinin yaygın olarak kullanıldığı tespit edilmiştir. Masses (kitleler) sözcüğünün anlamı cahil, alt ve dengesizdir. Masses kelimesinin diğer bir anlamı ise aynı olan insanları ifade etmektedir. Burada masses kelimesinin ifade şekli üzerinde özellikle olumsuz niteliğinin ağır bastığı görülmektedir. Gans'a göre kitle; eğitimsiz ve yoksul sınıflarını tanımlayabilmek için Avrupa'da yoğunlukla kullanılan eski siyaset bilimi ve sosyoloji terimi olarak karşımıza çıkmaktadır. Kitle terimi; yoğunlukla aşağılayıcı bir anlam olarak açıklanmaktadır (Gans, 2005, s. 21-22).

Kitle toplumu ve kuramının kökeni incelendiğinde; Tarihsel süreçte on dokuzuncu yüzyılın ikinci yarısından itibaren kullanılmaya başladığı görülmektedir. Bu süreçte sanayi kapitalizmine geçişle beraber üretim ve tüketim biçimlerinin yapısı değişmiştir. Sanayi üretimi ile her şeyin süreç içerisinde kitlesel niteliğe bürünmesi, sanayi toplumunun kültürü olarak da adlandırılır. Bu toplumlarda çeşitli kültürel nitelikler ortadan kalkmakta, standartlaşma ve tek tip bir kültüre gönderme yapılmaktadır. Kitle toplumunda kültür sıklıkla kitle iletişim araçları üzerinden üretildiğinden bireylerin konumları da değişmektedir (Arıkan, 2020, s. 151).

Sanayileşme öncesinde, insanlar, köylerde veya şehirlerde halk kültürü veya yüksek kültürün üreticileri konumunda etken rol oynamaktaydılar. Kitle toplumunda bu durum değişmiş, bireyler daha çok edilgen bir konuma geçmiş, çoğunlukla tüketici olma durumuna indirgenmiştir. Özkök'e göre bu bağlamda kitle kültürü sınai teknikle üretilen ürünlere karşı koyamayan (pasif) ve büyük kitlelerin kabullendiği temsili olgular bütünüdür (1985, s. 107). Kitle kültürü, sanayi tekniklerinde seri tek tip ürünler, folk (halk) ve yüksek kültürlerdeki anlamlarını kaybetmektedirler. Bu kültür sisteminde ürün, metalaşır ve biricik olma niteliğini kaybeder. Alemdar ve Erdoğan'ın bu noktadaki eleştirileri, kültürün ticari biçime geçmesi ve kitle iletişim araçlarıyla ürünün niteliği düşürülmesi yönündedir (1994, s. 125). Kitle kültürü kapitalist pazar ekonomisinde üretilen her şeyin seri üretim ve tüketimini amaç edinen sanayi toplumlarının kültürü olarak adlandırılır. Bu bakımdan kitle kültürü tekeli kapitalizmin yön verdiği, uluslararası pazarın değişen talepleri ve ihtiyaçları doğrultusunda şekillenen; planlanmış, ambalajlanmış ve tüketime sunulmuş bir kültür biçimidir (Erdoğan, 1999, s. 22). Bu kültür biçiminde ürünler metalaşmakta, biricikliğini kaybetmektedir. Üretilen çeşitli ürünler, üreticilerin emeklerini yansıtmadığından ürünlerle duygusal bağ kurulamamakta sonuç olarak ürünler çabuk biçimde değiştirilebilir, alınıp-atılabilir bir meta olarak görülmeye başlamaktadır. Bununla birlikte kitle kültürü, yüksek kültürün karşısında yer almaktadır. Çoğunluğun elde ettiği, bununla birlikte niteliği düşük bir kültür biçimidir ve kitle iletişim araçlarıyla gerçekleştirilmektedir (Alemdar & Erdoğan, 1994, s. 118).

Ünsal Oskay'a göre kitle kültürüne ait ürünler ortaya çıkartılırken, tüketici beğenileri, ilgileri, korkuları, talepleri araştırılmakta ve kimlikleri analiz edilmektedir. Böylece oluşturulan kitle kültürünün daha kolay kabullenmesi sağlanabilmektedir (Oskay, 1999, s. 152). Ayrıca, Erdoğan ve Alemdar, kitle kültürünün, kapitalist pazarın psikolojik yönden etkilerinden birinin, tüketicilerde oluşturulan çocuklaştırmadan bahsetmekte, kitle kültürü ürünlerinin niteliksiz ve çocuksu özelliklerden ileri geldiğini belirtmektedir (Erdoğan & Alemdar, 1994, s. 126).

Kitle kültürü ile sıklıkla birlikte ele alınan kitle iletişim araçları, kitle kültürünün yayılmasında en temel araçlardan olduğu belirtilmiştir. Kitlelerin düşünceleri reklam endüstrileri tarafından yönlendirilmektedir. Bu bakımdan reklamın, toplumların kapitalist sisteme uyum sağlamasında önemli işlevi vardır. Reklamlar temel özelliğiyle kitlelerin satın alma davranışları tetiklenmektedir, böylece oluşturulan tüketim istekleriyle, tüketim toplumunun da oluşturulmasını sağlamaktadır. Nitekim Adorno ve Horkheimer (2014, s. 215) kültür endüstrisinin “yaşam iksiri” olarak reklam sistemini betimlemektedir. Oskay’a göre kitleler tüketim yaparlarken, sosyal yaşamda maruz kaldıkları zorlukları, yabancılaşma gerçekliklerinden uzaklaşabilmektedir (Oskay, 1999, s. 155).

Tüm bu açıklamalarla birlikte kitle toplumunun özellikleri ise şu şekilde belirlenmiştir;

- Kitle toplumu içerisinde büyük fabrikaların örgütlenebildiği,
- Kitle toplumu içinde geniş metaların üretildiği, geniş halk yığınlarının kent içerisinde yaşadığı,
- Kitle toplumu içerisinde gettolar meydana geldiği,
- Kitle toplumu içerisinde karmaşık sistemin olduğu ve gelişim gösterdiği, siyasal hareketlenmelerin gözlemlendiği toplumlara göstermektedir.

Hall kitle kültürü kavramını etkili bir şekilde tanımlayan isimlerden biridir. Bununla ilgili olarak yapmış olduğu en etkin çalışma “Yerel ve Küresel: Küreselleşme ve Etniklik” adlı makalesidir. Hall’ın bu makalesinde kitle kültürü kavramının kuram olarak incelendiği tespit edilmiştir (Hall, 1998, s. 48). Hall’ın yapmış olduğu çalışma incelendiğinde özellikle kitle kültürünün farklı karakteristikleri bulunduğu belirlenmiştir.

Hall bunların özellikle ikisi üzerinde durmaktadır. Bunlar;

- Batı merkezlik: Burada küresel kitle kültürünün batı merkezli olduğu, İngilizce konuştuğu belirtilmektedir.
- Homojenleştirme şekli: Bu durum homojenleştirici bir kültür temsil şekli olarak karşımıza çıkmaktadır. Burada homojenleştirmenin asla tamamlanmadığı görülmektedir (Hall, 1998, s. 49-50).

Hall, bu bağlamda kitle kültürü kavramının açıklanmasında önemli bir konuma sahiptir. 1980’li yıllara gelindiğinde ise küreselleşme ile gelişmiş olan yeni kültürel sürecin küresel kitle kültürü olarak tanımlandığı belirlenmiştir. Kültürün birçok formu içerisindeki temel unsurlar ise görsel nesneler, görsellik, öyküler, görsele dayalı anlatılar, görsele dayalı içerikler olarak kabul edilmektedir. Kültür, teknoloji ile birlikte sözcüklerden çok görsel dünyalara ilgi göstermeye başlamıştır. Görsel kültür ve görsel dünya öncelikle matbaa sonrasında fotoğraf makinası, sinema, televizyon, internet ve kişisel mobil cihazların icat edilmesi sonucunda günlük yaşamı büyük ve sonsuz hızda etkilemeye başlamıştır (Çakır, 2014, s. 298).

Tüm bu açıklamalar ışığında, gelişen teknolojik kapasite, sanayi toplumlarının artışı ile kültürün toplumsal işlevleri de değişimlere uğramıştır. Kültür, sanayi öncesinde toplumsal yaşamda, yaşamın gerçekliğini yansıtan ve saf bir nitelik taşıırken, kitle toplumu da olan günümüzde bu niteliğinden uzaklaşarak metalaşmış bir özellik kazanmıştır. Sonuç olarak kitle kültürü, sanayileşme ve kapitalizm ile kültürü kitlesel niteliğe dönüştürmüş, halk kültürü ve yüksek kültürü de kendi kültürü içerisinde eritmiştir.

Popüler Kültür ve Katmanlaşması

Popüler kültür konusunun tarihi eski toplumlara kadar dayandırılmaktadır. Oskay'a (1999) göre popüler kültür Sümer, Asur, Mısır ve Roma toplumlarına kadar dayanır. Bu topluluklarda, kamuya ait birtakım işlerde çalıştırılmak amacıyla, farklı coğrafyalardan insanlar getirilirdi. Farklı etnik ve kültürel yapılardan insanlardan oluşan bu toplulukların, ürettikleri kültürler merkezi otoriteden bağımsızdı. Böylece farklı alt toplulukların kendi kültürlerini oluşturmaları bakımından popüler kültür ele alınabilmektedir (Oskay, 1999, s. 246). Dil bilimcilerine göre popüler kültür geç Ortaçağ'da halka ait anlamında kullanılmış ve süreç içerisinde çoğunluğun benimsediklerine doğru bir anlama bürünmüştür (Alemdar & Erdoğan, 1994, s. 99).

Popüler kültürün özellikle, sanayileşme ve kentleşmenin bir sonucu olarak ortaya çıktığını bazı araştırmacılar vurgulamaktadır (Storey, 2001, s. 6-13). Bu sebeple sanayi toplumlarında ortaya çıkışı, onun kitle kültürüyle bir tutulmasına da yol açmıştır. Kavramın etimolojisine bakıldığında popüler kültür, populace, public, publication, people gibi kelimelerle kökensel akrabalıkları vardır. Bu kelimeler Türkçe'de halk, yaygınlık, kamu, demokrasi gibi kelimelerle ilişkilendirilir. Bu bakımdan popüler kültür, halk, demokrasi, ortak pratikler ve beğeniler olarak kabul edilmektedir (Batmaz, 2006, s. 147). Ayrıca araştırmacılar popüler kültür konusunda da tek bir tanım üzerinde uzlaşmamaktadır. Alemdar ve Erdoğan da bu noktada kavramın tek bir tanıma sığdırılmasının önemli farklılıkları dikkate alınmamasına yol açacağını belirterek bu durumu olumlu olarak değerlendirmektedir (Alemdar & Erdoğan, 1994, s. 112). Popüler kültür kavramının ortak bir tanımı bulunmasa da kabul gören ortak özelliklerden bahsedilebilmektedir. Örneğin; yaygın olarak tanınması (Örmeci, 2008, s. 7), çoğunluğa ait olması (Erdoğan, 1999, s. 7) ve gündelik yaşamla ilişkili olması (Çağan, 2003, s. 34) araştırmacıların bahsettiği ortak özelliklerdir. Alemdar ve Erdoğan'a göre popüler kültür geniş bir içeriğe ve alana sahiptir. Ev, sokak, eğlence alanları, televizyon gibi temas içerisinde bulunduğumuz her şeyle ilgili olmaktadır. Bu bakımdan da kavramda sabitliğin olmadığını, değişimin devamlı gerçekleştiğini vurgulamaktadırlar (1994, s. 112). Moda veya haftalık değişen müzik listeleri buna örnek olarak verilebilir (Erdoğan, 2004, s. 4). Özellikle sosyal bilimler alanına bakıldığında, iletişim, edebiyat, felsefe, din, sosyoloji, siyaset gibi farklı disiplinler tarafından da çalışmalar yapılması durumu, popüler kültür konusuna yönelik birçok görüşün ortaya çıkmasını da sağlamaktadır. Genel olarak popüler kültür görüşlerine bakıldığında olumlu ve olumsuz yaklaşanlar şeklinde iki farklı bakış vardır. Popüler kelimesini "halk" ile ele alanlar "çoğunluğun beğenisini ve seçimini alan" olarak popüler kültürü açıklamaktadırlar. Bu bakış açısı aynı zamanda halkın içinden gelen kültür, halkın etkin güç olarak beklentilerini göstermesi olarak popüler kültürü olumlu biçimde şekillendirmektedir. Güngör'e (1999) göre popüler kültürde her ne kadar tanım ve içeriğinde "halka" vurgu yapılsa da halktan anlatılmak istenilenin genel olarak işçi sınıfıdır. İşçi sınıflarına da iki farklı açıdan yaklaşır. İlkinde işçi sınıfı, toplumun emekçi kesimi, üretim ilişkilerinde aktif üreticiler olarak toplumsal yaşamda önemli konumları olan insanlardır. Bu yaklaşımda, işçi sınıfı kültürü olarak popüler kültür olumlanmaktadır. İkinci yaklaşımda ise olumsuz açıdan yaklaşılır. İşçi sınıfının, toplumun bilgisiz, alt kesimin kültürü olarak popüler kültürün bayağı ve düzeysiz kabul edilmesidir (Güngör, 1999, s. 10-11). Özellikle olumsuz yaklaşanların en temel argümanları popüler kültürün, kapitalist sanayi toplumlarında üretimleri ve tüketimleri teşvik eden ve ekonomik işleyişin devamlılığını sağlamak amacıyla olan kitle kültürü eleştirisidir. Bu açıdan popüler kültürü, metalaşmış ve ticarileşen kültür olarak kötülemektedirler. İngiliz kültür çalışmalarından farkı olarak popüler kültürü, özgürlükler alanı değil, pasif tüketicilerin oluşmasına ortam sağlayan bir kültür olarak

görmektedirler. Popüler kültüre bu açıdan olumsuz yaklaşanların en başında da Frankfurt Okulu gelmektedir.

Mukerji ve Schudson popüler kültürü tanımlamanın zor olduğunu; temellerinin, yerel geleneklerden alınan inançların, pratiklerin olduğunu bununla beraber politik ve ticari merkezlerce üretilen kitlesel inançları, pratikleri ve nesneleri kapsadığını belirtirler. Bu yönleriyle popüler kültürü, geniş bir toplumsal kesim tarafından paylaşılan ve değişime açık bir kavram olarak ele alırlar (1991, s. 3-4). Popüler kültür konusunu tanımlama noktasında temel yaklaşımlar, popüler kültürün yüksek kültür ile karşılıklı ilişkisi üzerinden hareket etmektedir. Gans, *Popüler Kültür ve Yüksek Kültür* (1974) isimli meşhur çalışmada, bu süreci “en uzun kültürel savaşım”lardan biri olarak tasvir eder. Ray B. Browne ise, popüler kültürü kapsayıcı bir kültür olarak değerlendirir; seçkinci olmaması ve kitle iletişim araçları vasıtasıyla yayılması yönünden ifade eder. Yüksek kültürden temel fark olarak popüler kültürün yaşamın tüm alanlarına dair toplumun ve kültürlerin tüm katmanlarını kucaklaması olarak açıklar (Browne, 2017, s. 180). John Fiske de önemli çalışması *Popüler Kültürü Anlamak* (1989) ta yüksek kültür ve popüler kültür ayırımına odaklanır, popüler kültürün ekonomik çıkar ilişkilerine, kâr amaçlı bir endüstri tarafından üretimin ve dağıtımın olduğunu aynı zamanda endüstrinin çıkarları ile denk düşmeyen, halkın çıkarlarına da hizmet etmek durumunda kaldığını ifade eder (Fiske, 2012, s. 109-110). Fiske (2012) popüler kültür konusunda iki temel eğilim olduğunu ifade eder. İlki uzlaşmacı modeldir ki bu modelde popüler kültür toplumsal farklılıklardan bir uyum üreterek toplumu idare etmektedir. İkincisi ise kültür endüstrisidir. Bu bakış açısında da popüler kültür, kültür endüstrisi yoluyla edilgenleştirilen, kitle kültürü oluşturmaktadır (Fiske, 2012, s. 32-33). Bu bağlamda Frankfurt Okulu temsilcilerinin popüler kültür eleştirilerinde kültür endüstrisi vurgusu olmuştur. Bilinen temsilcilerinden Adorno ve Horkheimer *Aydınlanmanın Diyalektiği*’nde (1995) bir kitle toplumu eleştirisi olarak, üretim ve tüketim ilişkilerinin kültür üzerine olumsuz etkilerine dikkat çekmişlerdir. Onlar popüler kültürün egemenler tarafından halkı istenilen şekilde kontrol altında tutmaları bakımıyla oluşturulan bir kültür olarak görmüşlerdir. Alemdar ve Kaya’ya (1983) göre popüler kültürün temelinde ideolojik bir işlev olması düşüncesi de vardır. Popüler kültür, gerçek hayatta aynıyla fantazyalar tekrarlanarak, gündelik yaşamın sürekliliğini sağlamaktadır. Böylece gündelik yaşamlarımızdaki kırılganlıklar, zorluklar azaltılmaktadır. Bu azaltımı, popüler kültürün bu işlevini yerine getiren kitle iletişim araçlarında yayınlanan; eğlence programları, reality showlar, magazinler, diziler, filmler, müzikler ile yapmaktadır. Ayrıca popüler kültür insanları daha çok tüketime yönlendirmektedir, gerçek ihtiyaçlarından uzaklaştırmaktadır (Alemdar & Kaya, 1983, s. 190). Bu bağlamda Adorno, kapitalist sistemin, insanları kültür endüstrileri yoluyla beslediğini, gerçek sanata ve estetiğe duyarsız hale getirdiğini belirtir. Marx’ın aksine kapitalizmin kısa sürede çökmeyeceğini, gün geçtikçe güçleneceğini belirtmiştir. Bu güçlenmenin sebebini ise kapitalist sistemin ortaya çıkardığı popüler kültür endüstrisi ile açıklamaktadır. Adorno’ya göre ayrıca kapitalist sistem, kültürel hegemonya oluşturarak, insanı gerçek kültürel ihtiyaçlarından uzaklaştırmakta ve popüler kültürün ürettikleriyle avutmaktadır (Örmeci, 2008, s. 19). Popüler kültür, seçkinci bakış açısına sahip, yüksek kültürçüler tarafından sıklıkla eleştirilmektedir. “Seçkinci kültürel eleştirmenler, popüler kültürü bayağı, seviyesiz, aşağı tabakanın eğlencesi olarak niteleyip reddederler” (Alemdar & Erdoğan, 1994, s. 115).

Popüler kültür konusunda vurgulanan nokta, yüksek kültürden farkı bakımından genellikle toplumun tüm kesimleri tarafından erişilebilir içerikler barındırmasıdır. Popüler kültür en geniş anlamıyla, gündelik yaşam kültürüdür. Önemli olması da buradan gelmektedir. İktidar, ekonomi,

tüm kurumlar (yasalar, hapishaneler, partiler, okullar, vergiler, maaşlar, gelir dağılımındaki adaletsizlikler vb.) gibi gündelik yaşamda maruz kaldığımız işler ile tüm ideolojik biçimlenmeleri (siyasal, kültürel, dinsel, cinsel) kapsamaktadır. Gündelik hayattaki yönetenleri ve yönetilenleri kapsayan etkileşimlerdir (Çağan, 2003, s. 34). Popüler kültür konusunda çıkan tartışmalardan biri de popüler kültürün üretim ve tüketimine ilişkindir. Üretim ve tüketim arasındaki farklılık, kültür endüstrisinin ürünleri ve onun halk tarafından kabul edilmesini gündeme getirmektedir. Örneğin Lull (2001, s. 103) tüm insanların popüler kültür üreticisi olduğunu ifade eder. Böylelikle popüler kültür söz konusu olduğunda bireylerin sadece pasif alıcı olmadıkları, aktif üreticiler olduğunu söyleyebiliriz. Bununla birlikte popüler kültürün daha çok eğlence kültürü olduğu, sinema, televizyon, spor ve müzikle tüm dünyaya yayılmakta olduğunu araştırmacılar vurgulamaktadırlar.

Kavramın ilk ortaya çıkışından itibaren popüler kültür medya ekosistemi ile beraber gelişmiştir. Özellikle ağırlıklı olarak popüler kültürün gündeme gelmesi, 1980’li yıllarda kitle iletişim araçları ile değerlendirmeler yapıldığı gözlemlenmektedir. Bugünkü teknolojik kapasite, geleneksel medya sistemlerini aşmış, coğrafi olarak dağılan biçimde televizyon, internet teknolojileri popüler kültürün üretimi ve dağıtımına sokulmasında büyük rol oynamaktadır (Altınbaş Sarıgül, 2019, s. 39).

Ayrıca bugün geleneksel kitle iletişim araçları olarak tanımlanan televizyon ve radyo sistemi, temelde tek yönlü iletişim modeline sahiptir, popüler kültürün oluşmasında tek yönlü bir süreç olarak ilerlemiştir. Akademik bağlamda bu durumun ilk analizlerini yapan Hall Encoding/Decoding isimli çalışmasıyla, kitle iletişim araçlarının sisteminin “kaynak-mesaj-alıcı” şeklinde tek yönlü olmasını eleştirel olarak ele almıştır (1980, s. 51-54).

İnternet ve dijital teknoloji imkanlarının artmaya başladığı 2000’li yıllarda kaynak-mesaj-alıcı sistemi dönüşmüş, küresel boyutta kullanılan web 2.0 teknolojisi, bugün kullandığımız tüm dijital sistemlerin temelleri kurulmuştur. Bu gelişmenin popüler kültür noktasında etkisi, bireylerin tek yönlü iletişim sisteminin ötesine geçmesi, mesajların eş zamanda hem alıcı hem de kaynağın kendisi olabilmesini sağlamıştır (Karayemiş, 2019, s. 49-51). Burada vurgulanan nokta kitlenin katılımcı bir biçimde üreticiliğinin olmasıdır. Bununla ilişkili olan kavram üretüketici olarak çevrilen “prosumer” kavramıdır. Üretüketici; içeriklerin hem üreticisi hem tüketicisi olarak konum alan kitlelere göndermede bulunur. Alvin Toffler tarafından bahsedilen kavram, günümüzün internet teknolojilerinin geldiği değişimi anlamlandırmak açısından kullanılmaktadır. X (Twitter), Facebook, Instagram, Tik Tok ve Youtube gibi platformları kullanan kitle, sadece tüketici değil aynı zamanda platformların içerik üreticileri konumuna geçmeleri olarak dönüşüm gerçekleştirmiştir (Çetin, 2019, s. 355-356).

We Are Social Dijital 2024 küresel bakış raporu; Dünya’da 5 milyardan fazla sosyal medya kullanıcısı olduğunu, günde ortalama 7 saate yakın vakit geçirildiğini, televizyon izleme oranlarının düştüğünü göstermektedir. En çok kullanılan sosyal medya uygulamaları ise, Facebook, Youtube, WhatsApp, Instagram, X (Twitter), Tik Tok şeklinde ilerlemektedir (We Are Social Dijital 2024). Türkiye’nin eğlence haritası isimli çalışmada da katılımcıların “en büyük eğlencem” olarak kabul ettiği aktivitelerin başında film ve dizi gelmekte, bunlar daha çok streaming olarak da isimlendirilen dijital platformlar üzerinden gerçekleşmektedir. En eğlenceli streaming platformlarının başında da Netflix ve Youtube gelmektedir (www.marketingturkiye.com.tr). Dijital platformların hızlı gelişimi, içeriklerin, dağıtımı ve tüketimi aşamalarında kültürel açıdan da dönüşümlere yol açmaktadır. Günümüzde kültürel pratikler ve popüler kültür konusunda herhangi bir analizin dijital platformlardan bağımsız

yorumlanamayacağını, toplumların ekonomik hareketliliğinden toplumsal pratiklerine kadar artan biçimde etkisi gözlemlenmektedir.

Frankfurt Okulu ve Kültür Endüstrisi

I. Dünya Savaşı sonrasında Marksizm’le ve toplumsal sorunlarla ilgili yeni bakış açıları, çözümler ortaya koyabilmek amacıyla 1923 yılında Frankfurt Okulu himayesinde Toplumsal Araştırmalar Enstitüsü kurulmuştur (Yaylagül, 2006, s. 84). Bu okul, disiplinler arası çalışmaları merkeze koymuştur. Okulun önemli üyelerinden Adorno ve Horkheimer kültür kavramını incelemişler ve kültür endüstrisi kuramını geliştirmişlerdir. İlk olarak 1947 yılında Aydınlanmanın Diyalektiği isimli eserlerinde bu kavramı ortaya atmışlar, kitlelerin, kültür endüstrisi tarafından oluşturulan kültürde katkıları olmadığını dikkat çekmek için kullanmışlardır (Yaylagül, 2006, s. 88-89). Adorno, “kültür endüstrisi” kavramındaki, endüstri kavramını güncel anlamıyla değil, çeşitli kültür ürünlerinin tek tipleştirilmesine dikkat çekmek için kullanılan sisteme benzemesi olarak açıklar (Adorno, 2005, s. 242). Mutlu’ya göre kültür endüstrisine karşı olumsuz bakış açıları geliştirmelerinin temel nedeni, yaşadıkları dönemin toplumsal sorunları olmuştur. Totaliter rejimlerin yükselmesi, Amerika’da gelişen tekelci piyasa sisteminin kitle iletişim araçları, reklamlar yoluyla kitlelerin manipüle edilmeleri, popüler kültüre olumsuz yaklaşımlarına neden olmuştur. Özellikle totaliter rejimlerin, kitleleri kendi doğrultularında yönlendirmeleri, etkilemeleri, onların kitlelerin aldanmaya açık olduğu inancını geliştirmiş ve kitle kavramına olumsuz anlam yüklemelerine yol açmıştır. Bu sebeple, kültür endüstrisini olgu olarak, kitlelerin aldatılabileceği ve yönlendirilebileceğine dikkat çekmek için kullanmışlardır (Mutlu, 2001, s. 22-23). Adorno, kültür endüstrisinin, yüzyıllardır süregelen halk kültürüyle yüksek kültürü kaynaştırmaya çabaladığını ifade etmiştir. Ona göre kültür endüstrisi, yüksek kültürün ağırlığını ortadan kaldırırken, halk kültürünün içeriğinde var olan isyankârlığı bastırarak yok etmektedir (2011, s. 110). Kısacası, kültürün tek tipleştirilmesi, seçkinci ve halk kültürünü, popüler kültür üzerinden baskılaması, popüler kültüre olumsuz yaklaşımlarına yol açmıştır. Okulun düşünürlerine göre kapitalist sistemde halklar pasifleştirilmektedir. Böylelikle kitleler, kültür endüstrisi yoluyla kontrol altında tutularak yönlendirilmektedir. Okulun bir diğer önemli düşünürlerinden Marcuse, popüler kültürün sadece zararlı olmadığını aynı zamanda kitlelerin mevcut siyasal ve toplumsal koşulları kabullenmesinde bir uyuşturucu rolü olduğunu ifade ederek, tehlikeli görmektedir (akt. Gans, 2018, s. 2). Özetle Frankfurt Okulu, kültür endüstrisi ve endüstriyel üretim sisteminin gelişmesinin, gündelik hayatın her alanını etkilediğini, böylece kültürün standartlaşmasını, kültürel ürünlerin metalaşmasını, toplumları baskıladığı yönünde eleştirilerde bulunmuşlardır.

İngiliz Kültür Çalışmaları: Birmingham Ekolü

Bu okul 1964 yılında Birmingham Üniversitesi çatısı altında Çağdaş Kültürel Araştırmalar Merkezi olarak kurulmuş, başlangıcı 1950’nin sonlarında, İngiliz bir grup akademisyenin kültür alanında yaptıkları incelemelerle çıkmıştır (Arık, 2004, s. 91). Birmingham okulu geleneği, başlangıçta edebiyata, daha sonraları disiplinlerarası yaklaşımlara evrilerek, kapitalist toplum, sınıf savaşımı, toplumsal eşitsizlik, ideoloji üretimi olarak kültür gibi konular üzerinde çalışmalar üzerine yoğunlaşmıştır. İlk dönemler seçkin kültür çalışmalarına ağırlık verilirken daha sonrasında popüler kültür, kitle kültürü, gündelik hayatın kültüre etkileri gibi çalışmalara ağırlık verilmiştir (Yaylagül, 2006, s. 112). Kültürel çalışmaları, Frankfurt ekolünden temelde ayıran nokta, “işçi sınıfı” ya da genel “halk” kültürünün egemen kesimin baskın kültürüne karşı geliştirilen “taktikler” üzerinden popüler kültüre yaklaşımlarıdır. Onlar popüler kültürü, halkları pasifleştirici veya

bağımlılaştırıcı bir rolünün olmadığı gibi, halkın kendi önceliklerini de yansıttığı bir kültür olarak kabul ederler (Arık, 2004, s. 93). Okulun önemli temsilcilerinden Williams, popüler kültürü halkın ürettiği kültür, kitle kültürünü ise halk için üretilen bir kültür olarak tanımlar (akt. Arık, 2012, s. 337). Okulun bir başka temsilcisi Michel De Certeau, gündelik yaşam çalışmalarıyla, kültürel çalışmalar geleneğinde bahsedilen isimlerindendir. Gündelik Yaşam Pratikleri (1984) isimli çalışmada halkın direniş pratikleri olarak yaşam taktiklerinden bahsetmiştir. John Fiske’de popüler kültür yaklaşımından, halkın gündelik yaşamda iktidar veya güç karşısında, popüler kültürü bir direnme bağlamında ele almıştır. Ancak Fiske’e göre aralarında ince bir ayrım vardır. Folk kültürünün varlığı doğrudan halkın ürettiği bir süreçken, günümüzde popüler kültürde halk, endüstrinin ürettiği ürünleri kullanarak popüler kültür üretmektedir (2012, s. 208-209). Fiske, metalaşma, metalaşmanın reddedilme biçimi ve metaları halkın kendi kültürü içerisinde yeniden üretimi olarak da popüler kültürden bahsetmektedir. Bu duruma örnek verdiği; Amerikan kültürünün temsili olarak kot pantolonun meta olarak ortaya çıkmasını, insanların onları yırtma eylemi üzerinden, metalaşma reddi, eleştirisi olarak ele alır. Kitleler kot pantolonu yırtarak, kapitalist sistemin ürettiği ürünü doğrudan kabul etmez, kendi kültürünü oluşturma hakkını da göstermiş olurlar (Fiske, 2012, s. 27). Bu bağlamda Fiske’de De Certeau gibi popüler kültürü egemen kültürle mücadele alanı olarak görmekte, kot pantolon örneğinden yola çıkarak, kitle kültürünün tamamen egemen kültürün tahakkümünde olmadığını, popüler kültürde halkın dönüştürücü gücü olduğunu gösterir. Özet olarak Birmingham Okulu, kültür üretiminde halkın gücüne vurgu yapmaktadır. Buna göre tüketici gündelik yaşamında egemen gücün popüler kültür manipülasyonu karşısında çaresiz değildir; çeşitli taktik ve direnişler sergileyebilmektedir

Sonuç

Popüler kültür ve eğlence kültürünün dönüşümü, yalnızca tarihsel ve kuramsal bir mesele değil, aynı zamanda günümüz toplumlarının kimlik, değer ve yaşam pratiklerini biçimlendiren temel bir olgudur. Çalışmada ortaya konulduğu üzere, Frankfurt Okulu’nun eleştirel yaklaşımı popüler kültürü kapitalist sistemin tahakküm aracı olarak tanımlarken; Birmingham Ekolü, kitlelerin kültür üretiminde etkin rol oynayabileceğini, gündelik pratikler aracılığıyla direnç ve özgürleşme imkânı yaratabileceğini vurgulamaktadır. Bu iki yaklaşımın birlikte okunması, popüler kültürün çelişkili yapısını kavramak açısından önemlidir. Zira popüler kültür hem bireyleri pasifleştiren bir araç hem de yeni anlamların üretilebildiği bir alan olarak çift yönlü işlev görmektedir.

Dijitalleşme ve küreselleşme, bu çelişkili yapıyı daha da derinleştirmiştir. Sosyal medya platformları, Netflix gibi dijital içerik sağlayıcıları veya TikTok gibi kısa video uygulamaları, bireyleri yalnızca tüketici konumuna indirgememekte; aynı zamanda onları içerik üreticisi, yani “üretüketici” konumuna taşımaktadır. Bu durum, kültürel katılımı demokratikleştirici bir potansiyel taşısa da algoritmaların ve veri ekonomisinin yarattığı yeni bağımlılıklar, kültürün daha fazla metalaşmasına ve ticarileşmesine yol açmaktadır. Böylece popüler kültür, bir yandan bireylere ifade özgürlüğü ve kimlik inşası için yeni olanaklar sunarken, diğer yandan küresel şirketlerin ekonomik çıkarları doğrultusunda biçimlenen yeni bir denetim alanı haline gelmektedir.

Türkiye özelinde arabesk müzik örneği, popüler kültürün toplumsal dönüşüm süreçlerindeki rolünü gözler önüne sermektedir. Arabesk, modernleşme, göç ve kentleşme ile geleneksel değerler arasındaki gerilimi yansıtarak, popüler kültürün yalnızca tüketim alışkanlıkları değil, aynı zamanda kimlik ve aidiyet meseleleriyle de ilişkili olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda,

popüler kültür yalnızca eğlence ve gündelik tüketim pratikleriyle sınırlı değildir; aynı zamanda toplumsal çatışma, kimlik inşası ve kültürel melezleşme süreçlerinin de merkezi bir bileşenidir.

Sonuç olarak, popüler kültürün geleceği, teknolojik gelişmeler, küresel ekonomik eğilimler, politik iktidar ilişkileri ve toplumsal hareketlerin etkileşimiyle şekillenecektir. Akademik açıdan popüler kültür, disiplinlerarası bir araştırma alanı olmaya devam etmektedir. Sosyoloji, iletişim çalışmaları, medya araştırmaları ve kültürel çalışmaların kesişiminde yürütülecek yeni çalışmalar, bu alanın değişken doğasını anlamak için elzemdir. Popüler kültür, yalnızca bir “tüketim kültürü” olarak değil, aynı zamanda bireylerin direniş, ifade ve kimlik inşa alanı olarak da değerlendirilmelidir.

Extended Abstract

The primary aim of this article is to examine the transformation of popular culture and entertainment culture within the historical process from an interdisciplinary perspective. The study aims to reveal how popular culture has been conceptualized in different periods, under what social conditions it has undergone change, and how it has been reshaped in today's digital age, based on the multi-layered structure of the concept of culture. Furthermore, the distinction between high culture and popular culture, debates on mass culture, the functioning of the culture industry, and the impact of new media technologies are addressed at a theoretical level. One of the specific aims of the research is to compare the Frankfurt School and the Birmingham School's perspectives on popular culture and to evaluate what kinds of explanatory possibilities these two different approaches offer in today's conditions. Furthermore, the example of Arabesque music in Turkey has been used to understand how popular culture functions in the context of modernization, migration, and urbanization.

The study centres on the following question: Is popular culture a capitalist tool that passivates individuals, or is it a space that harbours the potential for resistance and liberation within the practices of everyday life? This question is important for understanding both the historical trajectory of cultural studies and the new dimensions that popular culture has gained with the impact of digitalization today. While discussing the processes of commodification and homogenization of culture, the study also addresses the opportunities culture offers for social struggle and identity construction. This problem highlights the contradictory nature of popular culture. It serves as both an ideological tool of domination for the ruling system and a site of resistance where individuals can create new meanings in their daily lives. The research is designed as a qualitative study, grounded in a comprehensive literature review. The theoretical framework compares the Frankfurt School thinkers (Theodor Adorno, Max Horkheimer, Herbert Marcuse) with representatives of the Birmingham School (Stuart Hall, Raymond Williams, John Fiske, Michel de Certeau). In addition, the works of Ünsal Oskay, Veysel Batmaz, Meral Özbek, Martin Stokes, Nazife Güngör and Ahmet Oktay, who have significantly influenced popular culture discussions in Turkey, are examined.

The study analyzes the historical trajectory of concepts, the relationship between culture and social change, the impact of media technologies, and the local context through the example of Arabesque music. This methodological approach is shaped around conceptual analysis and historical-sociological evaluation. Looking at the main topics highlighted in the research, in terms of Definitions and Plurality of Culture, it was emphasized that the concept of culture cannot be reduced to a single definition; it is approached from different dimensions in different disciplines

such as anthropology, sociology, history, and communication. The definitions of culture by Turkish thinkers, such as Ziya Gökalp, Nurettin Topçu, and Mümtaz Turhan, reveal the relationship between culture, national identity, social values, and processes of change. In particular, Mümtaz Turhan, in his work "Cultural Changes," states that culture is not static but constantly changing, and that the conflicts between traditional and modern values in the process of Westernization provide an important theoretical basis for understanding the transformation of popular culture. In terms of the distinction between High Culture and Popular Culture, high culture encompasses elitist, refined, and limited-access artistic activities, while popular culture is defined as everyday life practices that are accessible and consumed by large audiences. There is a tension between the democratizing aspect of popular culture and its commercial and commodifying aspects. In terms of Mass Culture and the Culture Industry, with industrial capitalism, culture has become subject to mass production and consumption processes, and cultural products have become commodified, losing their originality.

The Frankfurt School interprets this situation as the capitalist system passivising and manipulating individuals. The advertising industry plays a crucial role in shaping the consumer society. In terms of the Birmingham School and the Power of the People; according to the Birmingham School, popular culture is not merely a passivising mechanism. It is also an area of resistance where the people can produce their own meanings and develop everyday tactics against the authorities. John Fiske's "jeans" example demonstrates that people can reinterpret commodified products by adapting them to their own cultural context. In terms of digitalization and new media, the 2000s saw the emergence of the internet and Web 2.0 technologies, which transformed individuals into both consumers and producers of content. Social media platforms, streaming services, and user-generated content have expanded the participatory dimension of popular culture. However, algorithms and the data economy are leading to greater commercialization of culture. The concept of the "prosumer" has emerged as a significant phenomenon, defining the new character of popular culture today. Regarding the Role of Arabesque Music in Turkey: Arabesque music can be considered one of the most striking examples of popular culture in Turkey. During the processes of modernization, migration, and urbanization, arabesque reflected the emotional world of the people, their fractures, and their search for identity. In this context, arabesque demonstrates that popular culture is not only about entertainment but is also related to processes of social transformation and identity construction. The Birmingham School, on the other hand, views popular culture as an arena where the public develops resistance through everyday practices and which holds the potential for liberation. Digitalization has further deepened this contradiction. While social media and digital platforms offer the possibility of democratizing cultural participation, algorithms and the data economy lead to the further commodification of culture. In the specific case of Turkey, the example of arabesque music shows that popular culture affects not only consumption habits but also identity, belonging, and processes of social transformation. Popular culture is neither a phenomenon that can be explained solely by passive consumption practices, nor can it be seen as a completely liberating space. Its nature is dialectical, simultaneously embodying both domination and resistance. Therefore, understanding the social effects of popular culture remains one of the most important research areas in sociology, communication, and cultural studies today.

Kaynakça

- Adorno, T. (2005). Kültür endüstrisini yeniden düşünmek. In E. Mutlu (Der.), *Kitle iletişim kuramları* (ss. 240-249). Ütopya Yayınevi.
- Alemdar, K. & Erdoğan, İ. (1994). *Popüler kültür ve iletişim*. Ümit Yayınları.
- Alemdar, K. & Kaya, R. (1983). *Kitle iletişiminde temel yaklaşımlar*. Savaş Yayınları.
- Altınbaş Sarıgül, F. (2019). *Popüler kültür nedir? Ne değildir?* Altınbaş Üniversitesi Yayınları.
- Arık, M. B. (2004). Medya ve kültür çalışmaları kapsamında kültürel çalışmalar ekolüne bir bakış. In M. Işık (Edt.), *Medyada yeni yaklaşımlar* (ss. 89–110). Eğitim Kitabevi.
- Arıkan, H. (2020). Mass culture and commodified art. *İnönü Üniversitesi Kültür ve Sanat Dergisi*, 6(2), 149-157.
- Arrendt, H. (1996). *Geçmişle gelecek arasında*. (B.S. Şener, Çev.). İletişim Yayınları.
- Batmaz, V. (2006). *Medya popüler kültürü gizler*. Kara Kutu Yayınları.
- Browne, R. B. (2017). Popüler kültür: bir tanım girişimi üzerine notlar. (M. S. Engen, Çev.). *Hikmet Yurdu Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, 10 (19), 173-180.
- Castells, M. (2000). Materials for an exploratory theory of the network society. *The British Journal of Sociology*, 51 (1), 5-24.
- Çağan, K. (2003). *Popüler kültür ve sanat*. Altinküre Yayınları.
- Çakır, M. (2014). *Görsel kültür ve küresel kitle kültürü*. Ütopya Yayın Evi.
- Çeçen, A. (1984). *Kültür ve politika*. Hil.
- Çelikkaya, M. F. (2010). *Seküler bir kutsal oluşturma aracı olarak medya ve din ilişkisi*, (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Selçuk Üniversitesi.
- Çetin, B. N. (2019). Üretüketim olgusu bağlamında örtülü emek olarak dijital üretüketici emeği. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, 77, 349-382. <https://doi.org/10.26650/jspc.2019.77.0099>
- Eagleton, T. (2011). *Kültür yorumları*. (Ö. Çelik, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Eliot, T. S. (1987). *Kültür üzerine düşünceler*. (S. Kantarcıoğlu, Çev.). Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları:478. Mas Matbaacılık.
- Erdoğan, İ. (1999). Popüler kültür: Kültür alanında egemenlik ve mücadele. N. Güngör (Der.), In *Popüler kültür ve iktidar* (ss. 18–52). Vadi Yayınları.
- Erdoğan, İ. (2004). Popüler kültürün ne olduğu üzerine. *Bilim ve Aklın Aydınlığında Eğitim Dergisi*, 57, 1-18.
- Fiske, J. (2012). *Popüler kültürü anlamak*. (S. İrvan, Çev.). Pharmakon Yayınevi.
- Gans, H. J. (2005). *Popüler kültür ve yüksek kültür*. Yapı Kredi Yayınları.
- Gökalp, Z. (1972). *Hars ve medeniyet*. İş matbaacılık yayınları.
- Güngör, N. (1999). *Popüler kültür ve iktidar*. Vadi Yayınları.
- Güvenç, B. (1999). *İnsan ve kültür*. Remzi Kitabevi.

- Güvenç, B. (2002). *Kültürün ABC'si*. Yapı Kredi Yayınları.
- Hall, S. (1998). *Yerel ve küresel: küreselleşme etniklik, kültür, küreselleşme ve dünya sistemi*. Bilim Sanat Yayınları.
- Hall, S. (1980). Encoding/decoding. Hall, S, Hobson, D., Lowe, A. and Wills, P. (Eds.). In *Culture, Media, Language* (ss. 51-61). Hutchinson.
- Hall, S. (1981). *Notes on the deconstruction the popular*. Jones, G.S., eds.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: where old and new media collide*. New York University Press.
- Kaban, E. Ç. (2023). Yetim bir entelektüelin gözünden işçi sınıfı: Hoggart'ın "okuryazarlığın kullanımları, işçi sınıfı yaşamının veçheleri". 4. *BOYUT Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi* (21), 119-123. <https://doi.org/10.26650/4boyut.2022.1221404>
- Karayemiş, O. (2019). Dijitalleşme ve öznelliğin üretimi: aşırı iletişim çağının bir ön panoraması. Ö. Taburoğlu (Edt.), In *Dijital çağ* (ss. 39-61). Doğu Batı Yayınları.
- Kroeber A. L. & Kluckhohn C. (1952). *Culture a critical review of concepts and definitions*. The Harvard University Printing.
- Kula, O. B. (1992). *Demokratikleşme süreci & eleştirel kültür bilinci*. Gündoğan Yayınları.
- Lull, J. (2001). *Medya iletişim kültürü*. (N. Güngör, Çev.). Vadi Yayınları.
- Lüddemann, S. (2010). *Kultur. Eine Einführung*. Verlag für Sozial wissenschaften.
- Macit, M. H. (2011). İnsan ve Karl Marks'ın insan anlayışı üzerine, *Eskiye*, 20, 24-30.
- Mavi, İ. (2023). Türkiye'de popüler kültürün boş zaman değerlendirme etkinlikleri üzerindeki etkisi, *Sosyolojik Düşün*, 8 (2), 247-274.
- Mukerji, C. & Schudson, M. (1991). *Rethinking popular culture: contemporary perspectives in cultural studies*. University of California Press.
- Mutlu, E. (2001). Popüler kültürü eleştirmek. *Doğu Batı Düşünce Dergisi*, (15).
- Oktay, A. (1997) *Türkiye'de popüler kültür*. Yapı Kredi Yayınları.
- Oskay, Ü. (1999). *Yıkanmak istemeyen çocuklar olalım*. Yapı Kredi Yayınları.
- Örmeci, O. (2008). *Popüler kültür*. Elips Kitap.
- Özbek, M. (1994). *Popüler kültür ve Orhan Gencebay arabeski*. İletişim Yayınları.
- Özkök, E. (1985). *İletişim kuramları açısından kitlelerin çözülüşü*. Tan Yayınları.
- Özyiğit, V. (2023) *Sosyal medya ve dindarlık ilişkisi üzerine bir araştırma: Ereğli/Beyköy Örneği*, (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi.
- Peter B. (1994). *Tarih ve toplumsal kuram*. (M. Tunçay, Çev.). Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Smith, P. & Riley, A. (2016). *Kültürel kurama giriş*. (S. Güzelsarı & İ. Gündoğdu, Çev.). Dipnot Yayınları.
- Stokes, M. (1998). *Türkiye'de arabesk olayı*. (H. Eryılmaz, Çev.). İletişim Yayınları.
- Storey, J. (2001). *Cultural theory and popular culture: an introduction*. Pearson/Prentice Hall.

- Şimşek, İ. (2019). *Sosyo-ekonomik bir medya gerçekliği olarak televizyon vaizliği* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), İstanbul Ticaret Üniversitesi.
- Topçu, N. (1970). *Kültür ve medeniyet*. Hareket Yayınları.
- Turhan, M. (2015). *Kültür değişimleri – Sosyal psikoloji bakımından bir tetkik*. İstanbul Üniversitesi Yayınları.
- Uygur, N. (1996). *Kültür kuramı*. Yapı Kredi Yayınları.
- Ülker, S. (2011). *Türkiye’de halk dindarlığının dönüşümünde görsel medyanın rolü*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi.
- Varsak, O. (2023). *Sosyal medya kullanımının dini inanç ve davranışla ilişkisi (Bursa lise öğrencileri örneği)*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Uludağ Üniversitesi.
- Williams, R. (1993). *Kültür*. (S. Aydın, Çev.). İmge Yayınları.
- Yakut, S. (2023). *Z kuşağı gençlerinin sosyal medya kullanımlarının dini öğrenmelerine etkileri: Fenomenolojik bir araştırma*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). İnönü Üniversitesi.
- Yaylagül, L. (2006). *Kitle iletişim kuramları*. Dipnot Yayınları.
- Yazıcı, M. (2015). *Dinin magazinleştirilmesi: Türk televizyonlarında dinin temsili*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Ticaret Üniversitesi.
- Yıldırım, M. (2020). Kültürel pratikler ve salgın ilişkisi bağlamında covid-19. *Türkoloji*, 3(101), 89-107.

İnternet Kaynakları

- <https://omgiletisim.com/we-are-social-dijital-2024-global-raporu-yayinlandi> / Erişim Tarihi: 3.05.2024
- <https://www.marketingturkiye.com.tr/haberler/turkiyenin-eglence-haritasi/> Erişim Tarihi: 3.05.2024

Etik Beyan/Ethical Statement: Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu ve yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan olunur. / It is declared that scientific and ethical principles have been followed while carrying out and writing this study and that all the sources used have been properly cited.

Çatışma Beyanı/Declaration of Conflict: Çalışmada kişi ya da kurumlar arası çıkar çatışmasının olmadığı beyan olunur. / It is declared that there is no conflict of interest between individuals or institutions in the study.

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı/Contribution Rate Declaration of Researchers: Yazarların çalışmadaki katkı oranları eşittir. / The contribution rates of the authors to the study are equal.

Telif Hakkı&Lisans/Copyright&License: Yazarlar dergide yayınlanan çalışmalarının telif hakkına sahiptirler ve çalışmaları CC BY-NC 4.0 lisansı altında yayımlanmaktadır. / Authors publishing with the journal retain the copyright to their work licensed under the CC BY-NC 4.0