

ARAŞTIRMA MAKALESİ / RESEARCH ARTICLE

1950'Lİ YILLARDA TÜRKİYE'DE POPÜLER KÜLTÜR VE MEDYA: AKİS
DERGİSİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMAMustafa C. SADAKAOĞLU¹¹Haliç Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dijital Oyun Tasarımı Bölümü, İstanbul
mustafasadakaoglu@halic.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-4359-4828

GELİŞ TARİHİ / RECEIVED DATE: 03.09.2025

KABUL TARİHİ / ACCEPTED DATE: 16.10.2025

Sadakaoğlu, M. (2025). 1950'li Yıllarda Türkiye'de Popüler Kültür ve Medya: Akis Dergisi Üzerine
Bir Araştırma. *Aurum Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(2), 224-246

Öz

On sekiz ve on dokuzuncu yüzyıllarda Batı Avrupa toplumları sanayi devriminin de etkisiyle sosyal bakımdan yoğun bir yeniden örgütlenme yaşamıştır. Bu süreçte toplumsal yapıya nüfuz eden modernleşme çabalarının kitlesel üretimi yücelten doğası, yirminci yüzyıldan itibaren popüler kültürün de etkisiyle daha önce görülmemiş türden bir dizi toplumsal karşılaşma ve örgütlenme tarzları yaratmıştır. Her ne kadar modern uygarlık ve endüstriyel kapitalizm, gelişmiş üretim teknikleri ile kitlesel tüketimin bir sonucu olarak görülsede modern toplum, kitle iletişim araçları ve popüler kültür olgusuyla eş zamanlı olarak ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla kitle iletişim araçlarının, kuşatıcı etkileriyle geçtiğimiz yüzyıla damga vuran popüler kültürün yayılmasında gizli özne olduğu söylenebilir. Türkiye'nin modernleşme tarihinde 1950'li yıllar büyük bir öneme sahiptir. Batı dünyasında savaş sonrası refah yıllarına tekabül eden sanayileşme çabaları ve bundan kaynaklanan işgücü ihtiyacı kırsal bölgelerden büyük kentlere doğru kitlesel boyutlarda insan hareketliliğine neden olmuştur. Bu hareketlilik büyük kentlerin iktisadi, politik, kültürel ve toplumsal yapılarında gözle görülür bir dönüşüm yaratmıştır. Bu dönem aynı zamanda politik alanda çok partili hayata geçişin, iktisadi alanda büyümenin, gündelik hayatın işleyişinde hızlı kentleşme ve popüler kültürün belirleyici olduğu dönüşümlerin yaşandığı soğuk savaş yıllarıdır. Soğuk Savaş yıllarına özgü kutuplaşmanın kuşatıcı atmosferinde magazinleşme, görselleşme ve popüler kültürün etkili olduğu bahse konu dönüşümde dönemin kitle iletişim araçları kuşkusuz önemli bir paya sahiptir. Bu bağlamda çalışmanın araştırma örneklemini olarak 1954 yılından 1967 yılına kadar yayınlanan haftalık haber dergisi *Akis* incelenmektedir. Derginin 1955 yılında yayınlanan toplam elli üç sayısı, soğuk savaş retorik ve antikomünizm söylemi, üst kültürün magazinleşmesi ve cinselliğin alenileşmesi, görselleşme ve popülerleşme bağlamları esas alınarak karma araştırma yöntemiyle incelenmekte ve elde edilen bulgular ortaya koyulmaktadır. Araştırma neticesinde, popüler kültürün sadece magazin ya da moda dergileri aracılığıyla değil aynı zamanda haber dergileri aracılığıyla da aktarıldığı sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Popüler Kültür, Üretim, Tüketim, Medya ve Türkiye'de Popüler Kültür.

Popular Culture and Media in Türkiye in the 1950s: A Study on Akis Magazine

Abstract

During the eighteenth and nineteenth centuries, Western European societies underwent intense social reorganization under the influence of the Industrial Revolution. In this process, the mass-productivist nature of the modernization efforts that permeated the social structure created an unprecedented range of social encounters and modes of organization, influenced by popular culture from the twentieth century onwards. Although modern civilization and industrial capitalism are seen as the result of advanced production techniques and mass consumption, modern society emerged simultaneously with mass media and popular culture. Therefore, it can be said that the mass media is the hidden subject in the spread of popular culture, which has marked the last century with its encompassing effects. In this respect, the 1950s are of great importance in Türkiye's modernization history. The industrialization efforts, corresponding to the post-war years of prosperity in the Western world, and the resulting need for a labor force, led to a mass movement of people from rural areas to big cities. This mobility created a visible transformation in the economic, political, cultural, and social structures of big cities. This period was also the Cold War years: a time of transition to multi-party rule in the political sphere, growth in the economic sphere, and transformations in the functioning of daily life that were determined by rapid urbanization and popular culture. The mass media of the period undoubtedly played an important role in this transformation, in which tabloidization, visualization, and popular culture were effective in the encompassing atmosphere of polarization specific to the Cold War years. In this respect, Akis, a weekly news magazine published from 1954 to 1967, was analysed as the research sample of the study. A total of 53 issues of the magazine published in 1955 are examined with a mixed research method based on the Cold War rhetoric and anti-communism discourse, the tabloidization of high culture and the publicization of sexuality, visualization, and popularization contexts, and the findings obtained are presented. As a result of the research, it is concluded that popular culture, due to its penetrative nature, is transmitted not only through tabloids or fashion magazines but also through news magazines.

Keywords: Popular Culture, Production, Consumption, Media and Popular Culture in Türkiye.

1. Giriş

Popüler kültür hem nicel hem de nitel bağlamda, genel geçer bir dizi estetik uygulama ile yaşam pratiklerine atıfta bulunmaktadır (Davies, 1995, s. 142). Ancak kimi kuramsal yaklaşımlarda daha çok modern hayatla ilişkilendirilen ortak bir kültürel yönelimi ifade etmekte kullanılmaktadır. Pek çok kaynaktan beslenen modern hayat, düşünsel kökenlerini dayandırdığı ‘Aydınlanma’ geleneğinin devamı olarak başlangıçta özgür ve yaratıcı birey tarafından inşa edilen bilgi birikimini, insanlığın özgürleşmesi ve yaşamın zenginleşmesi yolunda kullanmayı amaçlamış olsa da zaman içinde bireyin, özellikle doğa üzerindeki hâkimiyetini gerçekleştirmek maksadıyla kullandığı rasyonel düşüncenin egemenliğini

rehber edinmiştir. Buna göre (Harvey, 1989, s. 25-26); on altıncı yüzyıldan on sekizinci yüzyıla kadar görece uzun bir sürece tarihlenen modernliğin ilk evresinde birey, neyle karşılaştığının tam olarak ayırında değildir; dahası yüzleşmek zorunda kaldığı sorunları çözmeye yönelik paylaşabileceği herhangi bir kamudan da yoksundur. Diğer yandan on sekizinci yüzyıl ile yirminci yüzyıl arasındaki ikinci evrede gerçekleşen Fransız İhtilali ve politik hareketlenmeler nedeniyle modern kamu ilk kez ete kemiğe bürünmüş olsa da modern hayat, olanca karmaşası, inişli çıkışlı doğası ve tekinsiz atmosferiyle görünür hâle gelmiştir. Nihayet yirminci yüzyıl sonrasına tarihlenen süreçte somutlaşacak modernleşme çabaları dünya geneline yayılarak küresel düzlemde etkili bir vakıa hâline gelmiştir. Bu minvalde modernleşme çabalarının küresel düzlemde etkili olması, sürecin gizli öznesi olarak popüler kültür kavramını öne çıkarmıştır. Popüler kültür, kitlesel olarak üretilmesi dolayısıyla halk kültüründen, kitlesel olarak tüketilmesi dolayısıyla da yüksek kültürden farklıdır. Buna göre, yeni kültürel ilgi alanları ile estetik uygulamalar, üretim biçiminin toplumsal yapı ya da örgütlenme tarzları üzerinde yarattığı değişime katkıda bulunmuş; dahası bu değişim sayesinde kendini yeniden üretebilmiştir. Bu sayede on dokuzuncu yüzyılın başından itibaren toplumsal yapıya nüfuz eden modernleşme tarihinin kitlesel üretimi yücelten doğası, yirminci yüzyıldan itibaren popüler kültürün de etkisiyle daha önce görülmemiş türden bir dizi toplumsal karşılaşma ve örgütlenme tarzları yaratabilmiştir. Her ne kadar modern uygarlık ile endüstriyel kapitalizm gelişmiş üretim teknikleriyle tüketimin kitlesel boyutlara ulaşmasının bir sonucu olarak görülse de modern toplum; kitle iletişim araçları, kitlesel üretim, kitlesel tüketim ve popüler kültürle eş zamanlı olarak büyümüştür.

Kuşatıcı etkileriyle geçtiğimiz yüzyıla damga vuran popüler kültürün yayılmasında kitle iletişim araçlarının güçlü etkisi kuşkusuz yadsınamaz. Bu çerçevede, Türkiye'nin sanayileşme çabalarından kaynaklanan iş gücü talepleri nedeniyle 1950'li yıllardan itibaren büyük kentlerdeki demografik yığılma ile özellikle büyük kentlerdeki iktisadi, sosyal ve politik dönüşümler, toplumsal hareketliliği beraberinde getirmiştir. Dolayısıyla Türkiye'nin iç politikada çok partili siyasal hayata geçmesi, sermayenin tarımsal üretimden sanayi üretimine doğru kayması ve hızlı kentleşme, sürecin önemli gelişmeleri arasında sayılabilir. Amerikan yaşam tarzı ve popüler kültürün etkili olduğu bahse konu dönemde, gelişen kitle iletişim araçlarının da kuşkusuz önemli bir payı bulunmaktadır. Zira Soğuk Savaş yıllarına özgü kutuplaşmanın kuşatıcı atmosferinde magazinleşme, görselleşme ve popüler kültürün etkili olduğu dönüşüm, kitle iletişim araçları tarafından kitlelere aktarılmıştır.

Bu çerçevede çalışmanın araştırma örneklemini olarak 1954 yılından 1967 yılına kadar yayınlanan haftalık haber dergisi *Akis* incelenmektedir.⁴ Derginin 1955 yılında yayınlanan toplam elli üç sayısı; Soğuk Savaş

⁴ Derginin birinci sayısının kapağında dönemin Cumhurbaşkanı Celal Bayar'ın gülümseyen bir fotoğrafı, arka plandaysa kalabalık bir seçmen grubu bulunmaktadır. Kapağın üst kısmında çengel cümleler halinde büyük harflerle dizilmiş "Akis"

retoriği ve antikomünizm söylemi, üst kültürün magazinleşmesi, görselleşme ve popülerleşme bağlamları odağa alınarak karma araştırma yöntemiyle incelenmesi ve elde edilen bulguların ortaya koyulması amaçlanmaktadır. Bu maksatla, çalışmanın giriş bölümünü takip eden literatür bölümünde popüler kültüre ilişkin tarihsel bağlam ele alınmakta ve popüler kültür kavramının ortaya atıldığı on sekizinci ilâ on dokuzuncu yüzyıllardaki iktisadi, politik ve kültürel duruma değinilmektedir. Ardından popüler kültür; yüksek kültür, kitle kültürü ve halk (folk) kültürü perspektifinden tarif edilmektedir. Nihayet Türkiye'nin modernleşme tarihi gözden kaçırılmadan 1950'li yıllardan itibaren başlayan yoğun göç ve hızlı kentleşmeyle birlikte değişen şehir hayatına değinilmektedir. Diğer yandan, Akis dergisinin 1955 yılında yayınlanan toplam elli üç sayısı, nicel ve nitel araştırma yöntemlerinin bir arada kullanılmasını içeren karma araştırma yöntemiyle incelenmekte ve elde edilen veriler uyumlu bir şekilde ortaya koyulmaktadır. Böylece hem nitel hem de nicel verilerin toplanması, analiz edilmesi ve yorumlanması amaçlanmaktadır. Araştırma neticesinde, nüfuz edici doğası gereği popüler kültürün sadece magazin ya da moda dergileri aracılığıyla değil aynı zamanda Akis dergisi gibi haftalık haber dergilerinde de hissedilir düzeyde kendine yer bulduğu ve aktarıldığı sonucuna varılmaktadır.

2. Kavramsal Çerçeve ve Literatür

Çalışmanın literatür bölümü toplam üç kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısımda popüler kültüre ilişkin tarihsel bağlam ele alınmakta ve popüler kültürün yoğun olarak tartışılmaya başlandığı on sekiz ilâ on dokuzuncu yüzyıllardaki genel duruma değinilmektedir. İkinci kısımda popüler kültür; yüksek kültür, kitle kültürü ile halk (folk) kültürü perspektifinden tarif edilmektedir. Nihayet üçüncü kısımda özellikle geçtiğimiz yüzyılın ikinci yarısına tekabül eden Türkiye'nin modernleşme tarihi gözden kaçırılmadan yoğun göç ve hızlı kentleşmeyle birlikte değişen gündelik hayata değinilmekte ve popüler kültürün etkili olduğu tarihsel koşullar açıklanmaktadır.

yazısının hemen altında "Haftalık Aktüalite Mecmuası" şeklinde dergiyi tanıtan bir ifade bulunmaktadır. Birinci sayının üçüncü sayfasında Akis imzasıyla yayınlanan Kendi Aramızda başlıklı yazıda derginin gayesi şu şekilde ifade edilmektedir (Akis, 1954:1/3): "*Bir aktüalite mecmuası meydana getirmek. Bir aktüalite mecmuası ki onu okuyan münevver, kendisini alâkadar eden her mevzuu bulabilsin. Bir hafta içinde yurtta olup bitenleri toplu halde gözden geçirebilsin. Bizim "münevver" den anladığımız, kuyusunun dibinde yaşayan âlim değildir. Çeşitli mevzularda derinliğinden ziyade genişliğine bir fikir sahibi bulunan, politikaya da meraklı, maça da giden, iktisadî meseleleri de takip eden, sinemayı da seven, kitap okuyan, hâdiseleri bilen bir insan... Siz, biz İşte! Öğretmen, doktor, avukat, subay, üniversiteli, memur, asistan, profesör, ev kadını...*"

2.1. Tarihsel Bağlam

Popüler kültür (Oskay, 1993, s. 174), esas olarak on sekizinci yüzyıldan çok daha önceleri, hatta İlk Çağ uygarlıklarında görülen bir eğilime işaret etmektedir. Buna göre, merkezi yönetimlerin denetleyemediği uzak bölgelerdeki büyük inşaa faaliyetlerinde iş gücü olarak kullanılan nüfusun iğdiş edilmesi maksadıyla taşra bürokrasisi tarafından kullanılan bir dizi ideolojik yönlendirmenin denendiği tiyatro oyunları ile çeşitli gösteriler hem tiranlığın aracı hem de özgürlüğün bedeli olarak kullanılmıştır (Boétie, 1995, s. 49). Özellikle Antik Çağ'a özgü çeşitli festivallerle izleyicileri kısa süreliğine de olsa hayatın zorluklarından uzaklaştıran komedyalar bu minvalde işlevlendirilmiştir. Festivallerde hep birlikte söylenen phollos adı verilen türkülerıyla bilinen Dionysos, hem sarhoşluğu hem de sefahat dolu bir hayatı sembolize eden, sınırların ötesinde bir tanrıdır (Aristoteles, 1995, s. 8). Ancak bu şenliklerde hikâye edilen insan, gerçeküstü bir varlıktan ziyade eti ve kemiğiyle bir gerçektir. O insan, kahkahalar atarak gülmekte, galiz küfürler etmekte, kavgadan korkup kaçmakta; kimi zaman coşkulu bir sevince kimi zamansa yıkıcı bir hüzne teslim olmaktadır (Sanders, 2001, s. 168). Dolayısıyla Antik Çağ'a özgü bir dizi eğilimden zuhur ettiği kadarıyla popüler kültürün, bağımlı sınıfların haz, egemen sınıfların iktidar ihtiyaçlarını karşılayan ikili işleve sahip olduğu söylenebilir.

Orta Çağ'da, her ne kadar şarap içilen ya da sarhoş olunan mekânlar kilise tarafından lanetlenmiş olsa da yerel beyler tarafından teşvik edilerek korunmuştur. Zira bu mekânlar, içkinin tesiri altındaki bağımlı sınıflara gerçekte var olmayan bir özgürlük ortamı sunmakta ve bu sayede iktidarın yeniden üretilmesi için ihtiyaç duyulan rahatlatıcı işlevi görmektedir (Goff, 1999, s. 250).

Ancak on sekizinci ilâ on dokuzuncu yüzyıllarda hızlı sanayileşme ve rekabetçi kapitalizmin yükselişi, gündelik hayatın hemen her alanını yeniden yapılandırmış; dahası uygulamaya alınan tekdüze üretim süreçleri, insani deneyimlerin giderek daha fazla tek tipleşmesine neden olmuştur. Böylece ortaya çıkan homojenleşmiş deneyime dayalı tek tipleşen yaşam tarzı bir yandan dikey tabakalaşmaya dayalı farklılığı artırırken özellikle kentlerde canlı bir orta sınıfın ortaya çıkmasına vesile olmuştur.

Ticaretin hızla geliştiği, daha çok liman yerleşimlerinde doğan erken dönem kent hayatı ticareti büyütmüş; büyüyen ticaret ise nüfus yoğunluğunu artırmıştır (Huberman, 1991, s. 37). Diğer yandan üretim süreçlerinde ihtiyaç duyulan karmaşık yönetim aparatları, kentlerde yaşayan alt sınıflar arasında okuryazarlığın yaygınlaşmasına, siyasi ve kültürel hayatın değişmesine olanak vermiştir (Pirenne, 1994, s. 161; Anderson, 1993, s. 94). Dolayısıyla demografik yoğunlaşma ile toplumsal farklılaşma, modern dönemde başkalaşan iktidar tarifinde belirleyici olarak değişimin önünü açmıştır.

Bu dönemde ortaya çıkan söz gelimi Fransız Devrimi (1789), sıradan kalabalıkların politik bir güç olarak tarih sahnesine çıkmasına aracılık ederken; önceleri hükümdar ya da hükümdarın yerel temsilcisi feodal beyler aracılığıyla göklerden aşağıya doğru indiği vazedilen politik güç, devrim sonrası hemen her fırsatta eski düzene ve temsilcilerine meydan okuyan parlamentolara geçmiştir.

Meşruiyetin kaynağında göklerden gelen uhrevi güçler yerine bizzat halkın olduğunun kabul edilmesi, halkın yönetime katılma hakkını gözeten modern siyasetin ortaya çıkmasına vesile olmuştur. Bu süreçte özellikle orta ve alt sınıfların estetik ihtiyaçlarını karşılamak iddiasıyla bir dizi yeni sanatsal duyuş ve kültürel yönelim ortaya çıkmıştır.

Giderek büyüyen orta ve orta alt sınıflar daha fazla okuryazar hâle geldikçe, kitlesel üretimin verimliliği devasa ekonomiler yarattıkça ve toplumsal farklılaşma büyüdükçe sanayi burjuvazisi tarafından geniş kitlelere yönelik yeni meşgale alanları yaratma arayışı hızlanmıştır. Söz gelimi modern roman, modern yaşamın ve onun merkezi figürü olarak öne çıkan sıradan bireyin dışı vurumu olarak öne çıkarken; modern haber akışı, gelişen teknolojilerin yarattığı rüzgârları arkasına alan girişimciler tarafından hızlanan tarihi belgeleme iddiasıyla kendini tarif eder hâle gelmiştir. Başlangıçta yüksek sınıflarla sınırlandırılan eğlence ve serbest zaman etkinlikleri, artık herkesin erişebileceği bir deneyime dönüşmüştür. Böylece toplumun geneline hitap eden kültürel pratik olan popüler kültür, özünde eğlenmeye, haz almaya ve zaman geçirmeye dayalı doğasıyla görünür hâle gelmiştir.

2.2. Popüler Kültür

On dokuzuncu yüzyıl öncesi aristokrasi tarafından desteklenen sanatsal üretim sistemi, aşağı sınıfların ulaşamayacağı türden bir yüksek kültür inşa etmiştir. Dolayısıyla bu süreçte sanatsal üretim ve estetik arayışların kavranması ancak dar bir çevreyle sınırlı kalmıştır. Diğer yandan seçkin bir izleyici çevresinin anlayış ve desteğine bağımlı olsa da estetik uygulamalarla sanat ürünleri, esas olarak ayrı bir varoluş kategorisi dâhilinde kavranabilecek zamana, enerjiye ve eğitime ihtiyaç duymuştur. Böylece sanat ve sanatçı yüzyıllar boyunca geniş kitlelerin yargılarından azade, iktidar mahfilleriyle kurmuş oldukları ilişkiler sayesinde kendilerini ve eserlerini yüksek statüye taşıma imkânlarına sahip olmuştur. Ancak Sanayi Devrimi ve modern toplumun ortaya çıkmasıyla birlikte bahse konu sanatsal üretim ve estetik uygulamalar dramatik bir şekilde değişmiştir. Bu dönemde aristokrasi ile ruhban sınıfının kaynak ve saygınlıkları hızla erirken, pek de seçkin olmayan sanatsal üretim ve estetik uygulamalar kamusal alanda görünür hâle gelmiştir. Temel olarak bu durum, endüstriyel üretimin doğasına uygun dayanıklı meta üretme sürecinde olduğu gibi gündelik hayat pratiklerini belirleyen kültürel ürünlerin kitlesel ölçekte üretilmesine cevaz vermesinden kaynaklanmaktadır.

Bununla birlikte, popüler kültür ile yüksek kültür arasındaki kesin ayrım, sadece orta sınıflara ya da eyleyen sanatçının bakış açısına bağlı olarak belirlenen estetik arayışların genel durumuna bağlı olmaksızın, üst sınıfların değişen koşullara yanıt arayışlarında ortaya koyacakları aktif çalışmalara bağlı hâle gelmiştir. Dolayısıyla niteliğe dayalı kimi ayrımlar sadece eserlerin içsel özelliklerinden ya da soyutlama düzeylerinden değil aynı zamanda çeşitli sosyal grupların kendilerini toplumun genelinden ayırt etmek için sahip oldukları yüksek kültürü bir araç olarak kullanma eğilimlerinden kaynaklanmıştır. Buna göre, geçmişin saygın tragedyaları üst sınıflara yönelik yaygın birer eğlencedir ancak modern toplumun gezici tiyatro toplulukları bu eserleri değiştirerek ya da içeriklerini hafifleterek popüler birer oyalama aracı olarak kitlelere sunmaya başlamıştır.

Sanayi Devrimi'nin ardından kentlerde oluşan kalabalıkların kültürel ihtiyaçları bağlamında sanatın popülerleşmesi, ticarileşmesi ya da ticari ilişkilere dâhil edilmesi nedeniyle ortaya çıkan rahatsız edici durum genellikle yozlaşma şeklinde tarif edilmiştir (Goethe, 1960, s. 19-20). Modern dünyada gündelik hayatın tarif edildiği pek çok metinde kültürün bir tüketim malzemesi olarak kavranması, şenlik havasında ama aynı zamanda özgürlük yanılsaması içinde kültürel tüketimin önünü açmıştır (Lefebvre, 1988, s. 110). Artık müzik performansları, klasik olarak adlandırılan eserlerin kötü birer kopyası olarak şarkılı-türkülü temsillerde sunulmaktadır. Aristokrasiyi bir yandan taklit etmek diğer yandan alay etmek maksadıyla üretilen popüler müzik, aynı zamanda sıradan insanları kendi kaderlerine boyun eğmeye ikna etmekte kullanılmaktadır. Folk müzik, dirimsel gücünü yitirmiş; zira müziğe “kendiliğinden” özelliğini veren halk (folk) diye bir şey kalmamış, dolayısıyla elde kalan müzik, bütün popüler kültür ürünleri gibi yukarıdan aşağıya dayatmanın bir ürünü hâline gelmiştir (Jay, 1989, s. 268).

Ancak yine de kültürel alanda kendilerini tehdit altında hisseden seçkinler, kuşkusuz statülerini korumak ve savunmak için niteliğe dayalı bir dizi ayrım geliştirmiştir. Buna göre yüksek kültür retoriği iki şarta tâbi tutulmuştur: yorumlanabilme ve özgün olma (Sözen, 2001, s. 59). Bu dönemde her ne kadar yeni yeni zuhur eden orta üst sınıflar maddi güce ulaşmış olsalar da estetik ve entelektüel kültür düzeyleriyle tam olarak “eşit” olmadıklarına şüphe yoktur. Bu nedenle eski seçkinler tarafından kültürel süreçlerde kurulan topluluklarla eskiye ilişkin değerler tahkim edilmeye ve böylece giderek daha fazla zenginleşen orta üst sınıflar karşısında konumlarını korumaya çalışmışlardır.

Popüler kültürün gündelik yaşamda kapladığı yerin büyümesi, sıradan bireyin serbest zaman etkinliklerini nasıl değerlendireceği ya da nasıl eğleneceğine ilişkin kararların başkaları tarafından alındığı ve eğlence endüstrisi olarak adlandırılan fiilî durumun ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu durum, eğlenceyi düzenleyen ile eğlenceyi tüketen arasındaki ilişkinin yanı sıra sanatın satılabilir ya da

satın alınabilir bir meta hâline gelmesinden kaynaklanan etik sınırları tartışılır hâle getirmiştir. Bu süreçte sanat, sistemin mantığı dâhilinde gündelik yaşama eklemlenirken modern toplum için “özgürleştirici” olma niteliğini kaybetmiştir (Oskay, 1982, s. 201).

On dokuzuncu yüzyıla gelindiğinde iyiden iyiye gelişen popüler kültür, folk (halk) kültürün yerini alacak denli modern hayatın işleyişine nüfuz etmiştir (Wilson, 1995, s. 43). Popüler kültürün kitleleri tek tipleştiren, estetik incelikten yoksun doğası dolayısıyla gündelik hayata yönelik tehlike potansiyeli bu süreçte çok daha fazla görünür hâle gelmiştir. Özellikle Frankfurt Okulu olarak adlandırılan grubun üyeleri tarafından yapılan çalışmalarda popüler kültürün yüzeysellik, bireycilik ve araçsallık gibi bir dizi olumsuz etkileri ortaya koyulmuştur. Buna göre; bir yandan tek boyutlu bir uygarlıkta sanat yapıtının neden olacağı yabancılaşma kategorileri ortaya koyulurken, diğer yandan dolaylı olarak tahakkümün kültürel boyutlarına dikkat çekilmiştir (Marcuse, 1968, s. 100). Böylece kültür endüstrisi kavramı aracılığıyla kültürel ürünlerin birer meta gibi üretilmesi ve kültürün tek tipleşmesi üzerinde durulmuştur (Adorno, 2013). Buradaki tehlike (Mattelart, 1998, s. 75), kültürel ürünlerin ticari nitelik kazanmasıyla eleştirel vasıflarını kaybetmesinin eş zamanlı ilerlemesidir. Seri üretimin benzersiz kapasiteleri göz önüne alındığında popüler kültür, kitleler üzerinde uyuşturucu etkisi yaratan ürünleri aracılığıyla serbest zamanı işgal ederek eleştirel düşüncenin köklerini kurutmaktadır. Bu durum, kaçınılmaz olarak yüksek kültürün “saf” estetik boyutlarını eleştirel düşüncenin son sığınağı hâline getirmektedir.

Ancak kitle toplumuna geçiş ve kitle kültürü çerçevesinde bilginin kitleselleştiği bir uğrakta popüler kültürün gündelik hayatın işleyişi üzerindeki gücü gözden kaçırılmamalıdır. Popüler kültür, okuma ve alımlama açısından egemen kültüre karşı direniş alanı olarak yeniden tanımlanabileceğinden kültür endüstrisi tarafından üretilen kitle kültürü ürünleriyle popüler kültür arasına dolayım koymak gerekmektedir (Güngör, 1999, s. 48). Bu nedenle kitle kültürünün mevcut egemenlik ilişkilerini devam ettirmeye yönelik doğasına odaklanmak yerine popüler kültürün sahip olduğu potansiyel üzerinde durmak daha uygun olabilir.

Kitle kültürü ile popüler kültür birbirleriyle sıkça karıştırılıyor olsalar da birbirinden ayrıldıkları somut noktalar bulunmaktadır. Temel olarak kitle kültürü, popüler kültürü de içine alan kapsayıcılığıyla öne çıkmaktadır. Kitle kültürü, kitle toplumunun kültürüdür. Popüler kültür ise kitle kültürünün en popüler olan, en çok tercih edilen ya da geniş kitleler tarafından tüketilen kısmını içermektedir. Zira rağbet görme hâli, popüler kültür retoriğinin en ayırt edici özelliğidir (Sözen, 2001, s. 59). Bu çerçevede özellikle anılması gereken Walter Benjamin, içinde yaşadığı mekanik yeniden üretim çağında kültürün birçok yönüne temkinli yaklaşmakla birlikte iyimser bir bakış açısıyla özgürleştirici potansiyeline de işaret etmiştir. Buna göre, mekanik yeniden üretim çağının seri üretim eserleri, özgün eserlerin sahip olduğu

“aura” yoksunu olsalar da yüksek kültüre ilişkin estetik teoride katı bir şekilde vurgulanan özgünlük söyleminden kaçışa imkân vermektedir (Benjamin, 1994).

2.3. Türkiye’de Popüler Kültür ve Medya

Türkiye’nin modernleşme tarihi, Tanzimat Fermanı’nın yayınlandığı yıllara kadar geri götürülse de (Zürcher, 1998, s. 47; Ahmad, 2007, s. 33), başta gündelik hayatın işleyişi olmak üzere ülke genelinde gözlenen iktisadi, toplumsal ve politik dönüşümler, Cumhuriyet’in ilanı sonrası özellikle 1950’li yıllara tekabül etmektedir. Bu yıllar aynı zamanda çok partili hayata geçiş, sanayileşme ve kentleşme süreçlerinin başladığı yıllardır. Dolayısıyla dönüşümün kaynağında kırsal bölgelerden büyük kentlere göç bulunmaktadır. Kuşkusuz göçün pek çok nedeni olduğu söylenebilir ancak Türkiye’nin sanayileşme çabalarıyla birlikte büyüyen iş gücü ihtiyacı, insan hareketliliğinin en önemli nedenlerinden biri olarak gösterilebilir. Diğer yandan ülkedeki modernleşme çabalarının bir tezahürü olarak göçün tamamlayıcısı kuşkusuz hızlı şehirleşme ile sanayileşmedir (Tekelioğlu, 2006, s. 36).

Ancak göç nedeniyle kentlerin artan nüfusu ve demografik yoğunlaşma beraberinde bir dizi soruna neden olmuştur. Buna göre; 1950’li yıllardan itibaren %3 oranında iktisadi büyüme hızına eşlik eden %2,9 oranındaki nüfus artış hızı, toplumsal yapıda sarsıcı bir değişime neden olmuştur. Zira büyüme kalıbına eşlik eden kırsal kesimlerdeki hareketlenme nedeniyle köy ve kasabalardan şehirlere doğru akan kitleler, büyük kentlerin çeperlerinde hızlıca inşa edilen gecekonduya yerleşmiş ve kısa zaman içinde ülkenin büyük kentlerindeki toplam nüfusunun yaklaşık %50 ilâ %60’ı gecekonduya yaşar hâle gelmiştir (Mardin, 1991, ss. 236-273). Büyük kentlerdeki yoğun gecekondulaşmadan kaynaklanan konut sorunları ile sağlıksız yaşam koşulları gibi sosyal, işsizlik ve yoksulluk gibi iktisadi, güvenlik ve asayiş meseleleri gibi toplumsal sorunların yanı sıra kent kültürüyle uyumlayan ve gecekondu kültürü olarak tabir edilen fiilî durum ortaya çıkmıştır (Keleş, 1972, s. 181). Nihayetinde kendi alt kültürünü oluşturan gecekondu bölgeleri; şarkı ve filmlere konu olan imkânsız aşkları, atölyeden bozma fabrikaları ya da çamurdan geçilmeyen yoksul sokaklarıyla bir yandan büyük kentlere eklemlenmeye çalışan, öte yandan kentlere meydan okuyan birer mikro-kozmos hâline gelmiştir.

Diğer yandan 1950’li yıllarda uluslararası sistemin iki kutuplu politik düzene evrilmesi, kaçınılmaz olarak ön cephedeki Türkiye’nin siyasî, askerî, iktisadi ve kültürel dinamiklerinde bir dizi sarsıcı değişime neden olmuştur (Sander, 2019, s. 224). Çok partili hayata geçiş ve Demokrat Parti (DP) iktidarında dâhil olunan Kuzey Atlantik Paktı (NATO) üyeliği ile üyelik sonrası izlenen dış politikalar neticesinde Türkiye’de gündelik hayatın işleyişinde Amerikan yaşam tarzının, iktisadi kurumların örgütlenmesinde tam liberalleşmenin, sanatsal üretim ve estetik uygulamalarda ise popüler formların

yüceltildiği yeni bir dönemin kapıları aralanmıştır. Gündelik hayatın işleyişi üzerinde güçlü etkilere sahip olduğu bilinen radyolar, gazeteler ve dergiler gibi yayınların hem sayısı hem de izler kitlesi artarken, bu araçlar popüler kültürün başlıca aktarım araçlarına dönüşmüşlerdir.

Popüler mecmualar, yayınlandıkları döneme ilişkin politik koşulların, toplumsal kurumların ve başlıca yaşam tarzlarının anlaşılması bakımından kuşkusuz büyük önem taşımaktadır. Zira bu türden mecmualarda yayınlanan magazin ya da cemiyet haberleri, güzellik yarışmaları ya da çekilişler aracılığıyla yaratılan gündelik mitoslar sayesinde özellikle sinema ve müzik endüstrisi tarafından ihtiyaç duyulan yıldız kültü inşa etmenin yanı sıra aşağı sınıfların üst sınıflara eklemlenme hususundaki umut ve arzuları diri tutulabilmiştir.

Türkiye’de 1950’li yıllar özellikle gündelik hayatın işleyişinde somutlaşan değişimin yanı sıra popüler mecmualar tarafından yüceltilen yaşam tarzları ile şöhretlerin idealize edildiği kronoloji dâhilinde bulunmaktadır. Çok partili hayata geçiş dolayısıyla ülke genelinde politikaya artan ilgi nedeniyle 1950’li yıllardan itibaren sayısı artan mecmuaların pek çoğu politik içeriğe sahip olsa da okuyucuya sunulan haberlerin oluşturulması ya da sunulması bakımından bu mecmualar aslında popüler birer mecradır. Bu durum sadece magazin mecmualarının değil haber mecmualarının da yayınlarında popüler içeriklere öncelik vermesinden kaynaklanmaktadır (Gönenç, 2011, s. 71).

3. Araştırma

Çalışmanın merak odağında, gazeteciler Metin Toker, Oktay Türegün ve Tülya Nemlük tarafından kurulan ve 1954 ilâ 1968 yılları arasında yayınlanan haftalık haber dergisi Akis bulunmaktadır. Bu maksatla, araştırma bölümünde derginin 1955 yılında yayınlanan toplam 53 (elli üç) sayısının popüler kültür görüngüleri bakımından irdelenmesi amaçlanmaktadır. Araştırma örneklemini olarak belirlenen dergi sayıları; Soğuk Savaş retoriği ve antikomünizm söylemi, üst kültürün magazinleşmesi, görselleşme ve popülerleşme bakımından incelenmekte ve elde edilen bulgular ortaya koyulmaktadır.

3.1. Araştırma Evreni ve Örneklem

Çalışmanın araştırma evreninde, 1954 yılında kurularak 1968 yılına kadar yayınlanan haftalık haber dergisi Akis bulunmaktadır. Dergi, 14 (on dört) yıl boyunca toplam 706 (yedi yüz altı) sayı yayımlanmıştır. Ancak zaman darlığı ve dergi kaynaklarına ulaşma konusundaki kısıtlamalar nedeniyle, Türkiye’nin batı bloğuna yoğun bir şekilde eklemlendiği 1955 yılının toplam 53 (elli üç) sayısı araştırma örneklemini olarak belirlenmiş ve kalan sayılar araştırmanın sınırlılığı olarak kabul edilmiştir. Bu

maksatla, araştırma örneklemini olarak belirlenen dergi sayılarının detaylı okuması yapılarak, Soğuk Savaş yıllarına özgü dış politik atmosferin etkisi başta olmak üzere magazinleşme, görselleşme ve popüler kültür yönelimlerine ilişkin somut verilerin ortaya koyulması amaçlanmıştır.

3.2. Araştırma Yöntemi

Çalışmanın araştırma örneklemini olarak belirlenen Akis dergisinin 1955 yılında yayımlanan sayıları, tarihsel koşullar göz önünde bulundurularak incelenmektedir. Buna göre (Karasar, 1982, s. 147); amaçlı örneklem tekniğiyle belirlenen dergi sayılarından elde edilen verilerin ortaya koyulması maksadıyla nicel ve nitel araştırma yöntemlerinin bir arada kullanıldığı karma yöntem (mixed method) ile incelenmektedir.

Karma araştırma yöntemi (Leech ve Onwuegbuzie, 2009, s. 266), nitel ve nicel verilerin toplanması, analiz edilmesi ve yorumlanmasına olanak tanımakta ve busayede elde edilen verilerin uyumlu seviyeleri ile araştırma güvenilirliğine katkıda bulunmaktadır. Diğer yandan nicel ve nitel yaklaşımların bir arada kullanılması, araştırma problemlerinin daha iyi anlaşılmasını sağlamaktadır. Buna göre, karma yöntemle araştırma yapılan çalışmalar, çeşitli yöntemler kullanılarak olayları bir çerçeve içerisinde sunma, analiz etme ve bir araya getirmenin yanı sıra araştırmacıların farklı yöntem ve yaklaşımlar kullanarak çoklu veri toplayabilmelerine olanak tanımaktadır (Johnson ve Turner, 2003, ss. 297-319).

4. Araştırma Bulguları

Çalışmanın araştırma bulguları, örneklem dergi sayılarının popüler kültür görüngüleri bakımından irdelenmesi neticesinde toplam beş başlık altında ortaya konulmaktadır. Buna göre; dergi sayıları hikâyeleştirme, Amerikan yaşam tarzının yüceltilmesi ve antikomünist söylem, üst kültürün magazinleştirilmesi, yüksek kültürün magazinleştirilmesi, popüler kültür ve tüketimin özendirilmesi bağlamlarında nitel; örneklem dergi sayılarının kapak fotoğraflarında öne çıkan tercihler ile reklam alınan sektörlere ilişkin nicel veriler ise karma araştırma yöntemiyle incelenmektedir.

4.1. Haberin Hikâyeleştirilmesi

Haberlerin hikâyeleştirilerek sunulması, popüler kültür göstergelerinden biri olmanın yanı sıra, gazetecilerin haberleri hazırlarken “gazeteciliğin sınırlarını nasıl belirliyor oldukları” sorusunun da ortaya atılmasına neden olmaktadır (Boesman ve Costera, 2018, s. 13-32). Haberin hikâyeleştirilmesi, gazetecilerin gerçeği arama konusundaki bildik öz görevleriyle çelişen bir duruma işaret etmektedir.

Ancak bahse konu çelişki, aynı zamanda “*nelerin gazeteciliğe dair sayılacağı, gazeteciliğe uygun davranışların ne olduğu ve gazeteciliğe dair sınırların nasıl korunduğu ya da silindiği*” konusundaki tartışmaların ortasında haber içeriklerinin popülerleştirilmesi meselesini öne çıkarmaktadır. Bu minvalde Akis dergisinin en önemli özelliği, sunduğu haber metinlerini hikâyeleştirme konusundaki becerisi olduğu söylenebilir. Birinci elden şahitliğe dayalıymışçasına sunulan haber metinleri, günümüz perspektifinden bakıldığında fazla samimi bulunabilir ancak bu eğilim, aslında *Time* dergisinin haber yazma üslubunun bir taklididir.

Bu minvalde Akis dergisinin 8 Ocak 1955 tarihli sayısında yer alan “*Bir Vantilatör Hikâyesi*” başlıklı, İsmet İnönü’nün Şemseddin Günaltay’dan bir toplantı için Nihat Erim’den ricacı olmasını istemesi konusundaki haber, haber metninin hikâyeleştirilmesine örnek olarak gösterilebilir (Akis, 1955-2/4):

“(…) *bari sen git, bir de sen söyle, ısrar et dedi. Bu hava, memleket için lüzumlu havadır. Devam etmesinde hem demokrasimiz için, hem partimiz için fayda vardır. Toplantıya katılsın*” İsmet İnönü, kendi fikrini bizzat da söylemişti fakat çok fazla ısrar edememişti. Şemseddin Günaltay Nihat Erim’i buldu ve başvekilin basın toplantısı için yapılan davete icabet etmesini söyledi, niyaz etti. Fakat Nihat Erim, Nuh diyor, peygamber demiyordu.”

Akis dergisinin aynı sayısında “*Demokrasinin Doğum Sancıları*” başlığıyla verilen; savaş yıllarının partizan komutanlarından, savaş sonrasında Birleşmiş Milletler’de Yugoslavya’yı temsil eden diplomat ve tarihçi Vladimir Dedijer’in hükûmetle yaşadığı anlaşmazlıklar nedeniyle istifa etmesi, aşağıdaki şekilde verilerek hikâyeleştirilmektedir (Akis, 1955-2/15):

“(…) *Yugoslavya’da pek çok kimse Vladimir Dedijer’in yerinde olmak isterdi. 32 yaşındaki genç adam, rejimin en gözde şahsiyetlerinden biriydi. Altında resmi bir otomobil vardı ve Belgrad’ın Branka Djonovica caddesindeki en güzel evlerden birinde oturuyordu...*”

Diğer yandan Akis dergisi doğrudan cemiyet haberleri veren bir magazin dergisi olmasa da gerek haber içeriklerinde gerekse haberleri sunuş biçiminde (muhtemelen) daha fazla okura ulaşmak için bir tür haberi kişiselleştirme, magazinleştirme ve popülerleştirme unsurlarını sıkça kullanmıştır. Söz gelimi, derginin 15 Ocak 1955 günü yayımlanan “*Avra Warren Dert Yandı*” başlıklı habere konu olan, Türkiye’nin Irak ile yakınlaşmasından rahatsızlık duyan İsrail ve ABD hakkındaki dış politik gelişmeler bakımından oldukça önemli bir gelişme “*Fatin Rüştü Zorlu bavulunda frakını da götürmeyi ihmal etmemiştir*” (Akis, 1955-3/5) cümlesiyle popülerleştirilmektedir.

4.2. Amerikan Yaşam Tarzının Yüceltilmesi ve Antikomünist Söylem

İkinci Dünya Savaşı'nın ardından dünya siyasetinin iki kutuplu yapıya dönüşmesi ve bir yanında SSCB'nin liderliğindeki Doğu Bloku, diğer yanındaysa ABD'nin öncülüğündeki Batı Bloku arasındaki jeopolitik konumu nedeniyle Türkiye, krizlerle anılan bir dönemin kuşatıcı etkilerine maruz kalmıştır. Bu süreçte Türkiye, SSCB'den gelen bir dizi tehditkâr talep nedeniyle savaş yıllarında benimsemiş olduğu tarafsızlık politikasını terk etmek zorunda kalmış ve Batı Bloku ile yakınlaşma içine girmiştir. Türkiye'nin Batı Bloku ile ittifak kurma arayışı, kısa zaman içinde Truman Doktrini ve Marshall Planı kapsamında sağlanan iktisadi ve askerî yardımlarla desteklenmiş; Türkiye de 1950 yılında Kore Savaşı'nda Batı'nın yanında yer alarak NATO üyeliği yolunda önemli bir adım atmıştır (Ülman, 1968; Ahmad, 2007, s. 120). Dolayısıyla bu dönemde Türkiye'de üzerinde en çok uzlaşılan konuların başında komünizm karşıtlığı gelmektedir.

Komünizm, başta devlet, vatan ve milletin varlığına yönelik bir tür tehdit hatta düşman olarak gösterilmiş; diğer yandan Amerikan yaşam tarzı ile Batılı değerler yüceltilmiştir. Bu dönemde kapitalizm ve serbest girişimcilğe yönelik güzellemeler ile iktisadi ilişkilerin tarifinde, giderek gelişen ve etkisi artan kitle iletişim araçları ile popüler kültürün güçlü etkileri yadsınamaz.

Bu çerçevede Akis dergisinin özellikle dış haberler bölümünde iki kutuplu dünya kavrayışı ve Soğuk Savaş retoriğine uygun bir dizi kalıp yargının eşlik ettiği, özellikle SSCB'ye yönelik lider nepotizmi, otokratik yönetim anlayışı ve yaygın sefalet söylemlerinden oluşan antikomünist ifadeler güçlü bir şekilde kullanılmıştır. Söz gelimi, derginin 22 Ocak 1955 günü yayımlanan sayısında Joseph Stalin ile güvenlik komiseri Lavrenti Beria hakkında kaleme alınan bir haberde dolaylı olarak komünizmin kriminalize edildiği görülmektedir (Akis, 1955-4/14).

“(...) Beria artık bir haindi. Vatanına ve komünizme ihanet etmişti. Onun yüzünden Rusya'da pek çok facia olmuştu ve haydudun (Beria'nın) temizlenmesi sayesinde ki, pek çok mücrim iade-i itibar etmişti. Bunlar, komünizmin yeni papası Malenkof tarafından sadece Rusya'ya değil, bütün dünyaya ilân edilmişti.”

Akis dergisinin 12 Şubat 1955 günü yayımlanan SSCB Genel Sekreteri Georgi Malenkov'un istifasına ilişkin haberinde öne çıkan (Akis, 1955-7/10); *“(...) istifa ancak demokrasi memleketlerine has bir teamüldür, bu bakımdan komünist bir liderin vazifesini sıhhi sebeplerle veya politik görüş farkı nedeniyle bıraktığı düşünülemez”* ifadelerinde de benzer söylem tekrar edilmektedir.

Derginin 01 Ocak 1955 günü yayımlanan nüshasında kadın, aile, moda ve güzellik alt başlıklarıyla verilen haber-yorumda Amerikan yaşam tarzına yoğun yüceltmeler yapıldığı görülmektedir. Buna göre; “*Amerika'nın Bir No'lu Kuvveti*” başlıklı haberde, bir erkeğin karısına “anne” şeklinde hitap etmesinin normal olduğu vurgulanmakta ve Amerikan yaşam tarzı dâhilinde dolaylı olarak uzmanlığa verilen önemin altı çizilmektedir (Akis, 1955-1/23). Diğer yandan derginin 16 Temmuz 1955 tarihli nüshasında ise ABD’li kadınların giyim tercihleri üzerinden bu kez doğrudan doğruya Amerikan yaşam tarzı özendirilmektedir (Akis, 1955-29/22).

“Son senelerde, Amerika’da çok sükse yapan genç bir moda ressamı Anne Fogarty bugün New York’ta en çok rağbet gören büyük bir terzihanenin başındadır. Faal bir iş kadını olan Anne Fogarty çalışan kadınların, giyimlerinde kadınlıklarını muhafaza etmelerinin şart olduğunu ileri sürerek onlar için hem çok sade hem de çok cazip kıyafetler hazırlamış ve çok rağbet görmüştür...”

Akis dergisine göre; “*Bugün Amerikalı kadınların yüzde doksan beşi hazır giyinmektedir ve hazır giyim, kadının işini kolaylaştırmakta, onu büyük bir meşgaleden kurtararak, boş saatlerini daha faydalı harcama imkânı sağlamaktadır*” (Akis, 1955-34/26). Böylece Amerikan yaşam tarzı ile gündelik hayatın işleyişini belirleyen Amerikan zihniyeti, üretim ve tüketim biçimleri bakımından ülkenin teşkilat ve kabiliyetlerinin ulaşmış olduğu “mükemmel” seviye, hazır giyim sektörü aracılığıyla gerekçelendirilmektedir.

Diğer yandan dönemin iki kutuplu dünya düzeninin kuşatıcı atmosferi dâhilinde silahlanma yarışı hususunda öne çıkan haberlerde Soğuk Savaş retoriğine uygun bir dizi kalıp yargının eşlik ettiği NATO ile ABD’nin askerî altyapısına yönelik övgü içeren söylemlere sıkça rastlanmaktadır. Bu minvalde derginin 29 Ocak 1955 günü yayımlanan nüshasında denize indirilen “Nautilus” atom denizaltısıyla ilgili haberde öne çıkan hikâyeleştirme çabalarının yanı sıra övgü içeren şu ifadeler göze çarpmaktadır (Akis, 1955-5/15).

“(...) Rıhtımdan geri geri ayrılan denizaltı biraz açıldıktan sonra 180 derecelik bir dönüş yaptı ve açık denize doğru hızlandı. Yakındaki bir gemide bulunan müşahitler Nautilus’un manevra kabiliyetine hayran kalmışlardı. 90 metre uzunluğunda ve 3000 ton ağırlığındaki Nautilus’un büyük bir rahatlıkla suların üstünde kaymaktan başka dikkati çeken tarafı hiçbir tarafından duman çıkmamasıydı. Su üstünde seyir denemeleri 50 saat sürdü ve tam bir başarı ile bitti.”

Benzer üslubun kullanıldığı “*Uzak Doğu*” başlığıyla verilen bir başka haberde ise Formoza ile Çin

arasındaki çatışmaların önlenmesi için Bangkok'ta toplanan, başta ABD olmak üzere batılı devlet temsilcilerinin şehirdeki “sinek sorununa” karşı aldıkları önlem, Soğuk Savaş retoriğine uygun biçimde doğrudan doğruya antikomünist söylemle tamamlanmaktadır (Akis, 1955-10/22).

“(...) ikinci tehlike sineklerdi. Bunlara karşı korkunç bir mücadele açılmış, pek çok kimse hükümet tarafından D.D.T. ile teçhiz edilmişti. Bunlar sokaklarda bile kolonya sıkarak gibi sıkıyorlardı. Zira sinekler de mizaç bakımından komünistlerden aşağı kalmıyorlardı...”

4.3. Yüksek Kültürün Magazinleştirilmesi

Popüler kültürün magazinle etkileşimi, kültürel çalışmalar bakımından oldukça önem verilen bir incelenme alanı olmakla birlikte, esasında popüler kültür ile siyaset ilişkilerine dair çalışmaların kapsamına giren seçimler, seçmen davranışları, ekonomi-politik atmosfer ile iktisadi yapı gibi hususların dışında kalan ve pek de üzerinde durulmayan konulara tekabül etmektedir. Popüler kültürün en açık göstergelerinden biri olarak yüksek kültürün (üst kültür) magazinleştirilmesi, popülerleştirilmesi ve oyunlaştırılması şeklinde tezahür eden fiilî durum, görece iyi eğitilmiş, entelektüel ve ilgi alanları zenginleşmiş kimselerce alaka gösterilen müzik, edebiyat ve sanat gibi kültürel yönelimlerden popüler alanlara doğru kayma şeklinde ifade edilmektedir (Marshall, 1998, s. 591). Dolayısıyla ilginin esas öznesi hem kültürel hem de maddi bakımlardan varlıklı kimselerdir. Ancak kültürel tercihler, bahse konu kimselerin yetiştirilme tarzlarına kadar uzanan bir tür sınıfsal farklılığa işaret etmektedir. Bu çerçevede Akis dergisinin 8 Ocak 1955 tarihli sayısının kapağında yer verilen opera sanatçısı soprano Ferhan Onat'a ilişkin “*Kapaktaki Sanatkâr*” başlıklı haberin detayında, sanatçının bedenine yönelik alaycı bir dil kullanılmakta ve haber metni magazinleştirilmektedir (Akis, 1955-2/29).

“(...) O gece salonda bulunanlar, batılı münekkitlerin sık sık kullandığı bir tabirle “melek gibi” şarkı söyleyen fakat görünüş bakımından meleklerin herhalde çok iyi beslendiğini düşündüren bir soprano dinlemişlerdi...”

Sanatçının temsiline ilişkin verilen haberde popüler kültürün en önemli göstergeleri olan magazinleştirme, görselleştirme ve kadın bedeni üzerinden yüksek kültürün oyunlaştırılmasını içeren söylem, okur merakını cezbedecek şekilde kullanılmakta ve meseleyi esas bağlamından uzaklaştırmaktadır. Benzer şekilde, dış politika haberinde de özellikle lider eşlerine geniş şekilde yer verilmektedir (Akis, 1955-36/23).

“Batı Almanya'nın silahlanma emrivakisini Rusların kabul ettiğini gazeteler bildirdiği gün, kadınlar göl

üzerinde yat gezintisine çıkmışlardı. Fransız Başvekilinin karısından başka herkes şapkalıydı fakat aradan bir saat geçince herkes Lucie Faure'u taklit etti ve şapkalar bir köşeye yığıldı..."

Akis dergisinin 26 Ocak 1955 günü yayımlanan nüshasındaki “*Muammer Karaca Tiyatrosu’nun Açılışı*” konulu haberinde ise hikâyeleştirme çabasının yanı sıra yüksek kültürün magazinleştirilmesine yönelik ifadeler göze çarpmaktadır (Akis, 1955-13/29).

“(...) Bütün kadınlar o akşam her zamankinden daha güzel olabilmek için gerekli ne varsa, hepsini yapmışlardı. Işıklar müsait, dekorasyon renk bakımından harikulâde idi. Gişe önünden ta partere kadar geçilen yol boyunca görülenlerin güzelliği hakkında, daha ziyade hanımlar fikir beyan ediyorlardı.”

Aynı sayıda bu kez “*Operet: Tebessümler Diyarı*” başlığıyla verilen haberdeki (Akis, 1955-13/30); “*(...) Her gala gibi geçen pazar günü akşamı da operanın fuayesi tuvaletli hanımefendiler ve smokinli beyefendilerle dolmuştu, gene âdet olduğu üzere sanattan ziyade kıyafet dedikoduları ile herkes birbirinin kulağını çınlattı*” ifadelerle içerik magazinleştirilmektedir. Derginin 28 Mayıs 1955 günü yayımlanan nüshasındaki “*Othello Faciası*” başlıklı haberde sahnelenecek oyundan ziyade oyuncular arasındaki dedikodular öne çıkarılmaktadır (Akis, 1955-22/13).

“(...) Fakat bu defa da kendisine başrolü verip çalışmasını söylediği sanatkârın durumu nazik bir bal aldı. En iyisi, yükü bir başkasının sırtına aktarmaktı! Yeniden istişareler, yeniden rol bölümleri, yeniden "o rolü değil, ötekini isterimler başladı ve bu hal perde açılincaya kadar devam etti.”

Akis Dergisinin 3 Aralık 1955 tarihli sayısında dünya sinemasındaki gelişmelerin ele alındığı “*Ingrid Bergman Ağladı*” başlığı altındaki haberdeki ifadelerle yüksek kültür magazinleştirilmekte ve dedikodu zaviyesinden aktarılmaktadır (Akis, 1955-49/26). “*İtalya’da çevirdiği filmlerle eski sanat kabiliyetine ulaşamayan Ingrid Bergman nihayet sanat aşkına dayanamamış ve Paris’e gelerek Jean Maraia ile “Elliane” filmini çevirmeğe karar vermiştir.*”

4.4. Popüler Kültür ve Tüketime Özendirilmesi

Kuşkusuz popüler kültürün en belirgin özelliği tüketimi özendiriyor olmasıdır. Türkiye’de 1950’li yıllardan itibaren, tasarruf etmenin özendirildiği perhizci yaşam tarzı yerine lüks tüketimin özendirildiği yeni bir evreye girildiği, özellikle kadın sayfalarındaki haber-yorumların yavaş yavaş arttığı görülmektedir. Bu minvalde derginin 21 Mayıs 1955 günü yayımlanan nüshasının “*Her Elbisenin Kendi Saati Vardır*” haberinde tüketimin özendirildiği ifadeler dikkat çekmektedir (Akis, 1955-21/20).

“Dolu bir gardırop bile bazen insanı şaşırtabilir. Yani diktirdiği elbiseyi giymek arzusuna kapılan bir kadın, birden, kendisini fena hisseder: aynanın karşısında o kadar şık duran elbise, sokakta sırtıvermiş, bütün zarafetini kaybetmiştir. Elbiseye soracak olursanız derdi çoktur; Allahtan dili yok! Kimisi yürüyüşe gelmez, kimisi dansa, kimisi de çarşı pazara.”

Akis dergisinin özellikle “Moda ve Kadın” başlığı altında yayımlanan haberlerinde, batılı ev kadınlarının işlerini kolaylaştırdığı iddia edilen bir ev aletinden bahisle 4 Haziran 1955 günü yayımlanan haberde (Akis, 1955-23/24): *“Evler için sebze değirmeni: tek bir çevirme hareketi yapar yapmaz değirmenin içindeki bir kilo sebze derhâl ayıklanmaktadır.”* Böylece 1950’li yıllara özgü refah toplumu ve bireysel tüketimin iyiden iyiye Türkiye’de de etkili olduğu gösterilmektedir. Diğer yandan derginin 3 Aralık 1955 tarihli nüshasında, modadaki gelişmelerin ele alındığı “Kadın” başlığı altındaki sayfalardaki ifadeler, bir haberden ziyade popüler kültür ve tüketim ilişkisinin genellikle kadın modası üzerinden tamamlandığını göstermektedir (Akis, 1955-49/25): *“Bu sene kürk modasında en büyük değişiklik renk üzerindedir... Paris sokaklarında, ilk defa kırmızı astraganla bir kadın görüldüğü zaman, kimse gözlerine inanamamıştı ama çok geçmeden yeşil astraganla şık kadınlar da türedi... Bunları bronz renginde lûtru, kiremit renginde kastoru ve mavi vizonu tercih edenler takip etti.”*

Zaman zaman dergide batılı markaların hikâye edilmiş çalışma prensipleri üzerinden lüks tüketime yönelik haberler de göze çarpmaktadır. Derginin 17 Aralık 1955 tarihli nüshasında, modadaki gelişmeleri ele aldığı “Kadın” başlığı altındaki haber bu örneklerden biri olarak görülebilir (Akis, 1955-51/25): *“Dior, tuvaletleri için hiçbir kaideye, muayyen bir stile bağlanmamış ve modellerinin temel prensibi olarak yalnızca şunu kabul etmiştir: ihtişam!”*

Derginin 1950’li yıllarda kadınlara yönelik içeriklerinde ilgi gösterdiği konuların başında Ortadoğu’daki hanedan ailelerine ilişkin hikâyeleştirilmiş kimi haberler gelmektedir. Birinci elden tanıklığa dayalı hanedan haberlerinde öne çıkan zenginlik ve şatafat içindeki yaşamın gerçek yüzü ise genellikle “mahzun prenses ya da imkânsız aşk” temalarıyla tamamlanmaktadır (Akis, 1955-24/25): *“(…) İran şahı kardeşini çok severdi; fakat kendisi gibi kardeşini de daha ziyade milletin malı olarak telâkki ediyordu. Milletin malı olan insanlar diğer faniler gibi istedikleri hayatı yaşayamazlar, gönüllerinin sevdiği ile evlenemezlerdi (...)”* Benzer şekilde derginin İngiltere prensesine ilişkin haberinde de benzer temalara yer verildiği görülmektedir (Akis, 1955-36/26): *“(…) Bir müddet sonra bütün Londra gazetelerinde, halkın ağzında küçük prenses Margaret Rose’un kalbini Albay Townsend’e kaptırdığı rivayetleri dolaşıyordu...”* Dolayısıyla hanedan üyelerinin özel hayatlarına ilişkin ayrıntılı haberler yapıldığı görülmektedir.

4.5. Nicel Göstergeler

Akis dergisine ilişkin nicel göstergeler örneklem olarak incelenen sayıların kapak fotoğraflarında öne çıkan tercihler ile derginin reklam aldığı sektörler üzerinden ölçülmeye çalışılmıştır.

Tablo 1: Dergi Kapaklarına İlişkin Nicel Göstergeler

Politikacı		Sanatçı		Diğer		Genel Toplam	
(n)	(%)	(n)	(%)	(n)	(%)	(n)	(%)
36	%68	7	%13	10	%19	53	%100

Derginin 01 Ocak 1955 günü yayınlanan ilk sayının kapağında 1950 ila 60 yılları arasında Maliye Bakanlığı görevinde bulunan ve 27 Mayıs 1960 askeri darbesi sonrası başlatılan Yassıda yargılamaları neticesinde Başbakan Adnan Menderes ve Dışişleri Bakanı Fatin Rüştü Zorlu ile idam edilen Hasan Polatkan bulunmaktadır. Diğer yandan 1955 yılında yayınlanan toplam 53 sayının dergi kapaklarında %68 oranında yerli ve yabancı politikacılara, %13 oranında sanatçılara, %19 oranındaysa diğer figürlere yer verilmiştir. Dolayısıyla toplam on yedi sayının kapağında politikacılar dışında kalan toplumsal figürlere yer verildiği tespit edilmiştir.⁵

Tablo 2: Dergide Yayınlanan Reklamlara İlişkin Nicel Veriler

Kamu		Banka		Giyim		İlaç- Kozmetik		Diğer		Genel Toplam	
(n)	(%)	(n)	(%)	(n)	(%)	(n)	(%)	(n)	(%)	(n)	(%)
10	%3	223	%67	25	%7	33	%10	43	%13	334	%100

1955 yılında *Akis* dergisinde yayınlanan reklamlara ilişkin nicel veriler incelendiğinde daha çok ön kapak arka sayfa, iç sayfalar ya da arka kapakta yayınlanan reklamların büyük oranda banka reklamları olduğu görülmektedir. Dergide yayınlanan %3 oranındaki kamu reklamlarıysa dönemin Devlet Hava Yolları ile Türkiye Jokey Kulübü'ne; diğer başlığı altındaki %13'lük reklamlarına ampul, müzik seti, traktör, otomobil, otomobil ürünleri, ısıtıcı ve mobilya gibi lüks tüketim malzemelerine ayrıldığı

⁵ Ferhan Onat (Sanatçı-2), Muhsin Ertuğrul (Sanatçı-9), Yıldız Akçan (Sanatçı-13), 23 Nisan Bebeği (Anonim-17). Suna Kan (Sanatçı-20), Cüneyt Arcayürek (Gazeteci-23), Nene Hatun (Gazi-24), Suna Soley (Sanatçı-25), Süreyya Pehlevi (İran Şahının Eşi-32). Margaret R. Windsor (Britanya Prensesi-36), Muharrem Nuri Birgi (Diplomat-37), Nurettin Aknoz (General-42), Nazmi Barı (Sporcu-43), Cahit S. Tarancı (Şair-45), Piraye Bigat (Yazar-48), Hüseyin Nail Kubalı (Akademisyen-49), Ayten Aygen (Yazar-50).

görülmüştür. Dergiye alınan banka reklam metinlerinde güven telkin eden ifadelerden ziyade dönemin ruhuna uygun ev, otomobil ya da doğrudan para ödülü vadeden çekiliş mesajlarıyla okuyucuların kısa yoldan zenginleşme arzularına seslenildiği görülmektedir:

“Her 250 kişiden 1 kişiye 450 lira irat veya 40.000 lira” (Akis,1955-10/28)

“Bahçeli evler, apartman daireleri, arsalar, para ve öğrenci ikramiyeleri” (Akis, 1955-11/29)

“Her yüz elli bin liraya bir iştirak hakkı: iratlı apartman, para, ev” (Akis, 1955-13/2)

“Çekilişlerde 8 talihliye 300.000 lira, 12 talihliye 120.000 lira...” (Akis, 1955-13/34)

Derginin 5 Şubat 1955 günü yayınlanan nüshasındaki “*Kiralar*” başlığıyla verilen haberde (Akis, 1955-6/13); “(...) Biz harbin maddi tahribatlarına maruz kalmamış olduğumuzdan mesken meselesiyle doğrudan doğruya alâkalanmamış ve vatandaşların bu işi kendi kendilerine daha iyi başarabileceklerine kaniymiş gibi bir tavır takınmışızdır. Yeni binaların kirasını serbest bırakmışızdır.” Buna göre; 1950’li yıllarda özellikle büyük şehirlerdeki konut sorununa değinilmeden ya da sosyal politikalar yoluyla konut sorununa herhangi bir çözüm önerilmeksizin banka reklamlarındaki çekilişler aracılığıyla meselenin popülerleştirildiği görülmektedir.

5. Tartışma ve Sonuç

Çalışmada *Akis* dergisinin popüler kültür görüngüleri bakımından irdelenmesi neticesinde toplam beş başlık ortaya konulmuştur. Buna göre; dergi sayıları Soğuk Savaş retoriği ve antikomünizm söylemi, üst kültürün magazinleşmesi, hikâyeleştirme, görselleştirme ve popülerleşme bağlamlarında karma araştırma yöntemiyle incelenmiştir.

ABD’de 1923 yılından itibaren yayımlanan ‘*Time*’ dergisi örnek alınarak hazırlanan derginin hedef kitlesinde şehirli, görece iyi eğitilmiş orta ve orta üst sınıflar bulunmaktadır. Bir hafta boyunca hem ülkedeki hem de dünyadaki gelişmeleri ilgi alanına dâhil eden derginin ilerleyen sayfalarında sergi, sinema ve tiyatro temsillerinden oluşan kültür-sanat haberleri ile magazin-cemiyet haberlerine de yer verilmektedir. Ancak derginin ikinci yılından itibaren iç politik ortamın giderek gerilmesi ve iktidar ile muhalefet arasında doruğa ulaşan çatışma nedeniyle derginin de kendi safını tutmak zorunda kaldığı ve iç politik gelişmelere sayfalarında daha fazla yer vermeye başladığı görülmektedir. Diğer yandan 27 Mayıs 1960 askerî darbesi sonrası Demokrat Parti (DP)’nin kapatılması ardından derginin yayın politikası (biraz da Doğan Avcıoğlu tarafından yayımlanan ‘*Yön*’ dergisinin solda konumlanmasının da etkisiyle) belirgin olarak sağa kaymıştır.

Türkiye'nin modernleşme tarihi yaklaşık iki asır öncesine kadar götürülebilir ancak gündelik hayatın işleyişi bakımından yapısal dönüşüm daha çok 1950'li yıllara tekabül etmektedir. Zira bu yıllar çok partili hayata geçişle siyasal atmosferin değiştiği, yoğun sanayileşme çabalarıyla iktisadi yapının çok daha belirgin taraflara sahip olduğu ve nihayet hızlı kentleşme sürecinin başladığı yıllardır. Hikâyeleştirme, magazinleştirme, görselleştirme ve popüler kültürün etkili olduğu bahse konu değişim döneminde kuşkusuz kitle iletişim araçları da önemli bir paya sahiptir.

Diğer yandan Türkiye'de 1950'li yıllar, özellikle gündelik hayatın işleyişinde somutlaşan değişimin yanı sıra popüler mecmualar tarafından yüceltilen yaşam tarzları ile şöhretlerin idealize edildiği kronoloji dâhilinde bulunmaktadır. Çok partili hayata geçiş dolayısıyla ülke genelinde politikaya artan ilgi nedeniyle 1950'li yıllardan itibaren sayısı artan mecmuaların pek çoğu politik içeriğe sahip olsa da okuyucuya sunulan haberlerin oluşturulması ya da sunulması bakımından bu mecmualar aslında popüler birer mecradır. Bu durum sadece magazin mecmualarının değil haber mecmualarının da yayınlarında Netice olarak *Akis* dergisi 1967 yılının sonunda, 13 (on üç) yıl ve yaklaşık 706 (yedi yüz altı) sayı yayımlandıktan sonra yayın hayatına son vermiştir. Bu minvalde *Akis* dergisinin 15 Mayıs 1954 tarihli birinci sayısının yayımlanmasıyla Türkiye'de siyasi haber dergiciliği başlamış olsa da popüler kültür görüngülerinin aktarıldığı önemli bir mecranın da ortaya çıktığı söylenebilir. Diğer yandan çalışmanın araştırma bulguları, örneklem dergi sayılarının popüler kültür görüngüleri bakımından irdelenmesi neticesinde beş başlık altında sınıflandırılmıştır. Buna göre Soğuk Savaş retoriği ve antikomünizm söylemi, üst kültürün magazinleşmesi, hikâyeleştirme, görselleştirme ve popülerleşme bakımından karma araştırma yöntemiyle incelenen veriler hem nitel hem de nicel bakımdan analiz edilmiştir. Araştırma neticesinde nüfuz edici doğası gereği popüler kültürün sadece magazin ya da moda dergileri aracılığıyla değil aynı zamanda haber dergileri aracılığıyla da aktarıldığı sonucuna varılmıştır.

Bu çerçevede araştırma neticesinde elde edilen bulgular şu şekilde yorumlanabilir:

- Haberlerin hikâyeleştirilerek sunulması, gazetecilerin gerçeğe ulaşma hususundaki bilinen öz görevleriyle çelişen bir duruma işaret etmektedir. Bu çelişki aynı zamanda “nelerin gazeteciliğe dair sayılacağı, gazeteciliğe uygun davranışların ne olduğu ve gazeteciliğe dair sınırların nasıl korunacağı” hususlarındaki tartışmalarda haberlerin popülerleştirilmesi meselesini öne çıkarmaktadır. *Akis* dergisinin en önemli özelliği sunduğu haber metinlerini hikâyeleştirme konusundaki becerisi olduğu söylenebilir.
- İkinci Dünya Savaşı ardından dünya siyasetinin iki kutuplu yapıya evrilmesi, kritik jeopolitik konumu nedeniyle Türkiye'yi siyasal ve iktisadi krizlerle anılan bir dönemin kuşatıcı etkilerine maruz bı-

rakmıştır. Batı Bloku ile yakınlaşma içine giren Türkiye, aldığı iktisadi ve askerî yardımlarla desteklenmiş, buna karşılık Türkiye de 1950 yılında Kore Savaşı'nda Batı'nın yanında yer almıştır. Dolayısıyla bu dönemde ülkede üzerinde en çok uzlaşılan konuların başında komünizm karşıtlığı gelmektedir. Komünizm, başta devlet, vatan ve milletin varlığına yönelik bir tür tehdit hatta düşman olarak gösterilmiş; buna karşılık Amerikan yaşam tarzı ile Batılı değerler yüceltilmiştir. Bu çerçevede *Akis* dergisinin özellikle dış haberler bölümünde iki kutuplu dünya kavrayışı ve Soğuk Savaş retoriğine uygun bir dizi kalıp yargının eşlik ettiği, büyük oranda Doğu Bloku'na yönelik antikomünist söylem öne çıkmıştır.

- Popüler kültürün en açık göstergelerinden biri olarak yüksek kültürün magazinleştirilmesi, popülerleştirilmesi ve oyunlaştırılması şeklinde tezahür etmektedir. Bu çerçevede *Akis* dergisinin yüksek kültüre ilişkin pek çok haber içeriğinin, muhtemelen daha fazla okunmak uğruna yer yer magazinleştirildiği tespit edilmiştir.
- Popüler kültürün en belirgin özelliklerinden biri de tüketimin özendirilmesidir. Türkiye'nin Batılı değerleri benimsemeye başladığı 1950'li yıllardan itibaren tasarrufun özendirildiği yaşam tarzı yerine lüks tüketimin özendirildiği yeni bir yaşam tarzının öne çıktığı görülmektedir. Bu minvalde derginin moda ve kadın sayfalarındaki haber-yorumlarda lüks tüketimin özendirildiği ifadeler dikkat çekmektedir.

KAYNAKÇA

- Adorno, T. (2013). *Kültür Endüstrisi*, Çeviren: N. Ülner ve E. Gen, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Ahmad, F. (2007). *Bir Kimlik Peşinde Türkiye*, Çeviren: S. Karadeli, İstanbul: İBÜ Yayınları.
- Aristoteles (1995). *Poetika*, Çeviren: İ. Tunalı, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Anderson, B. (1993). *Hayali Cemaatler*, Çeviren: İ. Savaşır, İstanbul: Metis Yayınevi.
- Boesman, J. & Costera, I. (2018). *How news makers and storytellers negotiate journalism's boundaries when preparing and presenting news stories*, ISOJ Journal, 8(1), pp.13-32.
- Boétie, E. (1995). *Gönüllü Kulluk Üzerine Söylev*, Çeviren: M. Ağaoğulları, Ankara: İmge Yayınevi.
- Benjamin, W. (1993). *Pasajlar*, Çeviren: A. Cemal, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Davies, I. (1995). *Cultural Studies and Beyond*, New York: Routledge.
- Goff, J. (1999). *Orta Çağ Batı Uygarlığı*, Çeviren: H. Güven, İzmir: DEÜ Yayınları.
- Goethe, J. W. (1960). *Faust*, Çeviren: S. Irmak, İstanbul: İstanbul Kitabevi.
- Gönenç, A. (2011). *Türkiye'de Dergiciliğin Tarihsel Gelişimi*, İÜİLEF Dergisi, 2 (9), ss. 63-78.

- Güngör, N. (1999). *Popüler Kültür ve İktidar*, Ankara: Vadi Yayınları.
- Harvey, D. (1989). *Postmodernliğin Durumu*, Çeviren: S. Savran, İstanbul: Metis Yayınları.
- Huberman, L. (1991). *Feodal Toplumdan Yirminci Yüzyıla*, Çeviren: M. Belge, İstanbul: İletişim
- Jay, M. (1989). *Diyalektik İmgelem*, Çeviren: Ü. Oskay, İstanbul: Belge Yayınları.
- Johnson, B. & Turner, L. A. (2003). *Data Collection Strategies in Mixed Methods Research*, CA: Sage.
- Karasar, N. (1982). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*, İstanbul: Nobel Yayınları.
- Keleş, R. (1972). *Türkiye'de Şehirleşme, Konut ve Gecekondu*, İstanbul: Gerçek Yayınları.
- Leech, N. & Onwuegbuzie, A. (2009). *A Typology of Mixed Methods Research Designs*, Qual Quant, 4 (3), pp. 265–275.
- Lefebvre, H. (1998). *Modern Dünyada Gündelik Hayat*, Çeviren: I. Gürbüz, İstanbul: Metis.
- Marcuse, H. (1968). *Tek Boyutlu İnsan*, Çeviren: S. Çağan, İstanbul: May Yayınları.
- Mardin, Ş. (1991). *Türk Modernleşmesi*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Marshall, G. & Scott, J. (1998). *A Dictionary of Sociology*, Oxford: Oxford University Press.
- Mattelart, A. (1998). *İletişim Kuramları Tarihi*, Çeviren: M. Zillioğlu, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Oskay, Ü. (1982). *Çağdaş Fantazya*, Ankara: Ayko Yayınları.
- Oskay, Ü. (1993). *Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri*, İstanbul: Der Yayınları.
- Pirenne, H. (1994). *Orta Çağ Kentleri*, Çeviren: Ş. Karadeniz, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Sander, O. (2019). *Siyasi Tarih: 1918-1994*. Ankara: İmge Yayınları.
- Sanders, B. (2001). *Kahkahanın Zaferi*, Çeviren: K. Atakay, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Sözen, E. (2001). *Popüler Kültür Retoriği*, Doğu-Batı Dergisi, 1(15), Ankara.
- Tekelioğlu, O. (2006). *Pop Yazılar*, İstanbul: Telos Yayınları.
- Ülman, H. (1968). *Türk Dış Politikasına Yön Veren Etkenler-I (1923-1968)*, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, 23(03), ss. 1-24.
- Wilson, S. (1995). *Mass Media Mass Culture*, New York: Mc Graw.
- Zürcher, E. (1998). *Modernleşen Türkiye'nin Tarihi*, Çeviren: Y. Gönen, İstanbul: İletişim Yayınları.

BEYANLAR / DECLARATIONS

Çıkar Çatışması Beyanı

Yazarlar herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan eder.

Declaration of Conflict of Interest

The authors have no conflicts of interest to declare.

Etik İlkelerine Uygunluk Beyanı

“COPE-Dergi Editörleri İçin Davranış Kuralları ve En İyi Uygulama İlkeleri” çerçevesinde aşağıdaki beyanlara yer verilmiştir:

Yazarlar bu çalışma için Etik Kurul Onayı gerekmediğini beyan etmiştir.

Declaration of Compliance with the Ethical Principles

In line with the “COPE-Code of Conduct and Best Practice Guidelines for Journal Editors” the following statements are included:

The authors declared that the Ethics Committee approval is not required for the study.

Katkı Oranı Beyanı

Yazarlar makaleye eşit oranda katkı sağlamıştır.

Declaration of Contribution

The authors have equally contributed to the manuscript.