

Popüler Kültürün Konvansiyonel ve Dijital Biçimleri: Popüler Nihilizm Kültürü ya da Kültür Algoritmaları

→ Himmet HÜLÜR*

Yirminci yüzyılın kent toplumunun bir olgusu olarak ortaya çıkan popüler kültür teknolojiye yeni gelişmelerle, özellikle de medya teknolojilerindeki dijitalleşmeyle birlikte değişime uğramaktadır. Bununla birlikte, bu analizde üzerinde vurgulanacağı gibi, ister geleneksel medya araçları üzerinden ister dijital platformlar aracılığıyla oluşturulsun popüler kültür, bireysel ve toplumsal düzeyde belirli insansızlaşma ve türdeşleşme sürecine yol açtığı kadar anlam ve değerlerin içeriğinin boşaltılmasına yol açmaktadır. Yirminci yüzyılda başlıca kitle iletişim araçları olan televizyon, gazete, radyo ve sinema, kültürel üretimin merkezindeydi ve geniş kitlelere ulaşan içerikleri sınırlı sayıda üretici şekillendiriyordu. Bu yapı, kültürel deneyimlerin tek-düze bir çerçeveye oturması demektir. Sanayi sonrası dönemde hız kazanan kentleşme, nüfusun büyük ölçüde şehirlerde toplanmasına ve gündelik yaşamın belirli kalıplar etrafında şekillenmesine yol açmıştır. Kent yaşamı, bireylere farklı kültürel seçeneklere erişim imkânı sunuyormuş gibi görünse de, aslında farklı yaşam tarzlarının dönüşümünü zorunlu kılarak, çeşitlilikten ziyade tekdüzeliğin ve standartlaşmanın deneyimlenmesine yol açmıştır. Konvansiyonel popüler kültürün yayılımı belirli merkezlerden, görece daha az sayıda üretici tarafından gerçekleştirilirken, dijital medyanın gelişimi popüler kültürü büyük ölçüde merkezsizleştirmektedir. Sonuç olarak, bireyler seçim yaparken özgürlük hissi yaşasalar da, bu seçimler esasen aynı tüketim mantığı içindeki farklılıkları temsil etmektedir. Toplumsal ölçekte ise kültürel çeşitlilik erozyona uğramış; görünürdeki farklılıklar, özünde aynı tematik ve estetik kalıplara indirgenmiştir. Konvansiyonel popüler kültür bu nokta-

*Prof. Dr., Ankara Hacı Bayram Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü, himmet.hulur@hbv.edu.tr

da yalnızca bir eğlence alanı değil, kültürün içeriğini boşaltan ve bireylerin türdeş bir tüketim düzenine uyumlarını sağlayan bir mekanizma olarak işlev görmüştür.

Her iki kültür biçimi arasında önemli benzerlikler ve süreklilikler vardır. Konvansiyonel ve dijital popüler kültür, geniş kitlelerin ortak beğenilerini, eğlence alışkanlıklarını ve yaşam tarzı simgelerini oluşturur. Her iki kültür biçiminin baskın öğeleri haz ve geçiciliktir; izleyici veya kullanıcı kısa süreli tatmin ve estetik haz arayışıyla bu kültürel içeriklere yönelir. Örneğin, yirminci yüzyılda popüler müzik ve diziler izleyiciye geçici haz sunarken, dijital popüler kültürde TikTok videoları veya mobil oyunlar benzer bir deneyimi anlık ve yoğun bir şekilde sağlamaktadır. Her iki kültür biçimi de toplumsal kimlik ve aidiyet yaratma işlevi görür; bir film serisi veya ünlü bir müzik grubunun takipçisi olmak, konvansiyonel popüler kültürde olduğu gibi dijital popüler kültürde de bireylerin kendilerini belirli bir topluluk içinde konumlandırmasını sağlar. Nihilizm, her iki popüler kültür biçiminde de mevcut olan ve haz ile geçicilikle yakından ilişkilidir. Konvansiyonel popüler kültürde sitcomlar, popüler filmler ve magazin içerikleri, bireylere yüzeysel tatmin ve sosyal statü araçları sunmuştur; tüketici, kültürün tek yönlü akışı içinde hazzı yalnızca kısa süreli olarak deneyimlemiş, derinlikli anlam arayışı ise geri planda kalmıştır. Ancak dijital popüler kültürde nihilizm daha merkezi ve görünür bir rol oynamaktadır. Dijital içerikler, sürekli yenilenir ve bireyler sürekli yeni haz kaynaklarına yönlendirilir. TikTok akışları, viral 'challenge'lar veya mobil oyunlar, bireyleri uzun vadeli anlam arayışından uzaklaştırır ve geçici haz döngüsü yaratır. Bu nedenle dijital popüler kültür, nihilist deneyimi yoğunlaştırır ve bireyleri sürekli değişen ve geçici bir kültürel akışın içine çeker.

Konvansiyonel popüler kültürden dijital popüler kültüre geçişle birlikte yaygın kültürel üretim ve tüketimde insan karşısında tekno-bilimsel etkinliğin alanı genişlemektedir. Bu süreçte popüler kültürün üretimi ve tüketimi giderek daha fazla tekno-bilimsel ölçütlerle gerçekleştirilmekte, popüler kültür alanı giderek daha fazla insansızlaşmaktadır. Dijital popüler kültür, artık yalnızca sahnede üretilip tüketilmekle sınırlı bir şov değildir, insansızlaşmış duygu-eylem paketleri rejimi olarak toplumsal varoluşun hemen her alanına yayılmaktadır. Bir filmi izleyen seyircinin, öngörüldüğü gibi saniyesi saniyesine ortaya çıkan öfkesi, kahkahası ya da gözyaşı; endüstriyel futbol karşılaş-

masını izleyen taraftarın duygularının öngörüldüğü ve programlandığı gibi dışavurumu, ruhsuzlaşmanın ve insansızlaşmanın çelişkili gerçekliğini göstermektedir. Daha da ötesi, Mevlevi seması gibi bir zamanlar otantik olanı, gösteriye ya da seyirlik simülasyona dönüştüren popüler tekno-bilimsel-kültür etkinlikleri, otantik tarihsel Mevlevilikle bağlarını koparmıştır. Sema gösterisi, otantik Mevlevi pratiğini dönüştürerek onu dijital tüketim kapitalizminin yeniden üretim aracı haline getirmiştir. Bu çerçevede, nihilizmin cilalı yüzü olarak popüler kültür, yalnızca otantikliği ve anlamı boşaltmakla kalmaz; aynı zamanda bu boşluğun fark edilmesini engelleyen en popüler yanılsamayı üretir: paketlenen ve kullanma kılavuzu eklenmiş duyguların, inançların, kimliklerin gerçek ve otantik içeriklermiş gibi deneyimlenmesi. Bu yönüyle popüler kültür dünyanın kültürel üretim ve tüketimin insansızlaşmasının ve ruhsuzlaşmasının üzerini örterek görülmesini engelleyen bir işlev yerine getirmektedir. Başka bir ifadeyle günümüzde popüler kültür, dijital kapitalizmin kendini yeniden üretmesinin kritik araçlarından biri olmanın yanında duyguların, inançların ve hayallerin bile denetlenebilir, paketlenilebilir, öngörülebilir hale getirilerek içeriklerinin boşaltıldığı bir laboratuara dönüşmektedir.

Dijitalleşme ile popüler kültür daha karmaşık bir görünüm kazanmıştır. Sözgelimi, sosyal medya platformları, geleneksel sinema salonlarının yerini alan dijital akış servisleri ve algoritmik öneri sistemleri, bireylere çeşitlilik ve kişiselleştirilmiş içerik sundukları izlenimi yaratmaktadır. Ancak bu bireyselleştirme, çoğunlukla platformların kullandığı algoritmalarla belirlenmektedir. Kullanıcının toplanan verilerine dayalı içerik önerileri, özgür seçim imkânı veriyormuş gibi görünmesine rağmen gerçekte deneyimlerin sınırları önceden belirlenmiştir. Dijital popüler kültür, farklılıkları yalnızca yüzeyde görünür kılar, içeriklerin üretim tarzı ve sunuluş biçimi aslında büyük ölçüde aynı kalıplara göre standartlaştırılmıştır. Bu durum, yalnızca içerik üretiminde değil, tüketim deneyiminde de türdeşleşmeyi pekiştirir. Bireyler ya da tüketiciler kendi seçimlerini yaptıklarını düşündükleri halde, kültürel algıları algoritmaların belirlediği çerçevelerle sınırlandırılmıştır.

Popüler kültürün toplum düzeyinde en önemli sonuçlarından biri kültürel kimliklerin ve değerlerin türdeşleşme sürecine maruz kalmasıdır. Popüler kültürde bireyler kimliklerini ve toplumsal aidiyetlerini yüzeysel-popüler tüketim nesneleri üzerinden kurarlar. Bu çerçevede, kültürel simgeler ve de-

ğerler, sürekli yenilenen bir tüketim akışı içinde derinlikten yoksundur. Ancak, dijital platformlarda bu süreç daha görünmez ve kalıcı hâle gelir; öneri sistemleri aracılığıyla bireyler, sürekli benzer içeriklere maruz kalırlar. Dolayısıyla, tıpkı konvansiyonel popüler kültürde olduğu gibi, dijital popüler kültürde de üretim, içerik ve tüketimin temel özelliklerinden biri türdeşliktir. Kısaca, konvansiyonel ve dijital popüler kültür arasındaki fark, yalnızca yüzeyde sunulan çeşitlilik algısıdır. Özünde her iki biçim de kültürü anlamdan arındırır, homojenleştirir ve nihilist bir düzenek olarak işlev görür.

Popüler kültür, özellikle dijitalleşmenin etkisiyle, sadece eğlence ve tüketim alanı olmanın yanında, giderek daha fazla kültür simülasyonu haline gelmiştir. Bu simülasyon, gerçek kültürel üretimin ve deneyimin yerine geçici, yüzeysel ve hızla tüketilen içeriklerin doldurmasına yol açmıştır. Konuya Baudrillard'ın simülasyon kavramı çerçevesinde baktığımızda, popüler kültürün sunduğu ürünlerin özgün kültürel değerler değil, onların taklitleri ve kopyalarıdır. Örneğin sosyal medyada hızla yayılan trendler, viral videolar, dijital oyunlar veya moda akımları, bireylerin gerçek estetik veya entelektüel deneyim yerine, tasarlanmış, yeniden üretilmiş ve yönlendirilmiş içeriklerle meşgul olmalarını sağlar. Bireylerin beğenileri onlar adına önceden beğenilmiştir. Kullanıcılar, kendilerini özgür bir seçim ortamında hissetseler de, içeriklerin büyük kısmı algoritmaların kontrolü altındadır. Böylece kültürel deneyimler, bireyin anlam yaratma kapasitesini desteklemek yerine, hızla tüketilen ve sürekli yenilenen bir simülasyon alanına hapsedilir. Bu durum, kültürün kendi gerçekliğinin yerini popüler kültür simülasyonunun alması anlamına gelir; bireyler, anlamlı bir deneyim yaşadıklarını düşünürken, aslında onlar için tasarlanmış bir içerik akışının tüketicisi olmuşlardır. Kültürün artık anlam üretimi için değil, tüketim için üretilmesi, kültürel derinliği ve tarihsel bağlamı ortadan kaldırır. Bir simülasyon alanı olarak popüler kültür, hem bireysel hem de toplumsal düzeyde değerlerin içinin boşaltılmasının, nihilizmin en görünür biçimi haline gelmiştir.

Popüler kültür, tüketim kapitalizminin sürdürülmesinde merkezi bir işlev üstlenmektedir. Kapitalizm, kültürü de bir meta hâline getirerek, toplumsal ve kültürel yaşam üzerinde egemenlik kurmaktadır. Sinema, televizyon, müzik, dijital oyunlar, sosyal medya içerikleri ve dijital akış platformları, yalnızca eğlence sunmakla kalmaz; aynı zamanda bireylerin algılarını, zevklerini ve gündelik yaşam biçimlerini kapitalist sistemin ihtiyaçları doğrultusunda

şekillendirir. Bu yönüyle popüler kültür, kapitalist sistemin hem ekonomik hem de kültürel alanlarda kendini sürekli olarak yeniden üretmesinin en temel araçlarından biridir. Kapitalist yeniden üretim süreci, popüler kültür aracılığıyla iki temel biçimde işlemektedir. Birincisi, kültürel ürünlerin hızlı tüketimi ve sürekli yenilenmesidir. Popüler kültür ürünleri, sürekli değişen trendler, yeni diziler, viral içerikler ve dijital oyun güncellemeleri aracılığıyla tüketiciler için sürekli çekim alanları yaratmaktadır. Bu, kültürel ürünleri yalnızca anlam üretiminden ziyade ekonomik değer üretmeye yönelik hale getirir. İkincisi ise, bireylerin ve toplulukların bu ürünler üzerinden tüketim alışkanlıklarını, estetik zevklerini ve değer algılarını biçimlendirmesidir. Popüler kültür, bireyleri ve toplumu sürekli olarak tüketim yapmaya yönlendirir; bu yönlendirme, kapitalizmin ihtiyaç duyduğu sürekli talep ve üretim döngüsünü beslemektedir. Bu çerçevede, bireyler kültürel haz ve eğlence tüketirken, aslında kapitalist sistemin yeniden üretim mekanizmasının bir parçası hâline gelirler. Popüler kültürün nihilist doğasını bu bağlamda da vurgulamak gerekir. Popüler kültürde baskın olan nihilizm, onun sürekli “yeni” üretme zorunluluğunda açığa çıkar. Popüler kültür, hızla eskiten, tüketen ve yerini anında yenisine bırakan bir döngü yaratır. Dijitalleşmenin sağladığı olanaklar popüler kültürün anlam ve değer yıkan boyutunu çok daha uç noktalara taşımıştır. Moda endüstrisindeki hızlı tüketim, müzikteki kısa hit şarkılar ya da sosyal medyada viral olan kısa videolar, bu döngünün en güncel örnekleridir. Hiçbir kültürel ürün kalıcı olma iddiası taşımadan, yalnızca tüketilmek üzere üretilir ve hızla unutulur. Bu da kültürün sürekliliğini ve tarihsel hafızasını aşındırarak, toplumsal düzeyde bir hiçlik deneyimi üretir.

Dijital tüketim kapitalizmini küresel ölçekte etkin bir şekilde işleyişinde de popüler kültür kritik bir rol oynamaktadır. Dijital platformlar aracılığıyla yayılan popüler içerikler, dünya genelinde milyonlarca insana ulaşmakta ve kültürel deneyimlerin standartlaşmasına yol açmaktadır. Bu süreç, ekonomik değer üretiminin yanında kültürel değerlerin homojenleşmesini de neden olmaktadır. Küresel popüler kültür, yerel ve ulusal kültürleri tüketim ekseninde dönüştürmektedir. Böylece kapitalizm, yalnızca üretim ve tüketim alanında değil, kültürel normlar ve değerler üzerinde de kendini yeniden üretmektedir. Popüler kültür, bu yeniden üretim mekanizmasının hem görünür hem de etkili bir parçasıdır; bireyler, tüketim aracılığıyla sisteme entegre edilirken, kültür derinlik ve anlamdan yoksun hale gelmektedir. Bu bağlamda Popüler kültür kapitalizmin vazgeçilmez bir yeniden üretim ara-

cıdır. Kültürü tüketim nesnelere dönüştürmekte, bireyleri sürekli tüketime yönlendirmekte ve sistemin hem ekonomik hem kültürel alanlarda kendini yeniden üretmesini sağlamaktadır. Dijitalleşme ve küreselleşme ile bu süreç hızlanmış, kültür kapitalizmin küresel yeniden üretim mekanizması hâline gelmiştir. Popüler kültür, böylece sadece eğlence veya haz üretmez; aynı zamanda kapitalizmin dünya genelinde yeniden üretim aracı olarak toplumsal ve kültürel yaşamın temel dinamiklerinden biri hâline gelir.

Dijital popüler kültür, günümüzde küreselleşmenin en temel araçlarından biri olarak işlev görmektedir. Küreselleşme yalnızca ekonomik, siyasi veya teknolojik bir olgu değildir; aynı zamanda kültürel bir süreçtir ve bu süreçte popüler kültür, kültürlerin birbirine karışması, standartlaşması ve homojenleşmesi aracılığıyla küresel bir olgu haline gelmektedir. Geleneksel yerel kültürler, bölgesel değerler ve özgün estetik biçimler, popüler kültür ürünleri aracılığıyla küresel tüketim ve etkileşim alanlarına taşınmaktadır. Böylece, kültürler tüketim odaklı olarak tek tip bir formatta standartlaşmaktadır. Dijital platformlar aracılığıyla yayılan müzik, sinema, dizi, moda ve sosyal medya içerikleri, dünya genelinde benzer deneyimler yaratır ve kültürel çeşitlilik görünürde mevcut olsa da, özünde homojen bir kültürel akışın parçaları hâline gelir. Bu durum, popüler kültürü küreselleşmenin en etkili aracı haline getirmektedir; kültür artık yalnızca yerel bir deneyim değil, küresel bir tüketim nesnesidir. Dijitalleşme, popüler kültürün küreselleşme sürecini hızlandırır ve daha görünür ve daha kolay erişilebilir hâle gelmesini sağlar. Sosyal medya platformları, dijital akış servisleri ve algoritmik içerik öneri sistemleri aracılığıyla kültürel ürünler, anında ve geniş bir küresel kitleye ulaşır. Kullanıcılar, farklı coğrafyalardan içeriklerle karşılaşırken, aslında bu içerikler algoritmalar tarafından belirlenmiş, standardize edilmiş ve tüketim odaklı bir formatta sunulmuştur. Popüler kültürün küresel yayılımı, sadece içeriklerin erişimini genişletmekle kalmaz; aynı zamanda kültürel normların, estetik tercihlerin ve değer algılarının dünya genelinde birbirine benzemesine yol açar. Böylece bireyler ve topluluklar, kültürel deneyimlerini küresel popüler kültür çerçevesinde inşa eder ve yerel farklılıklar, hızla tüketilen küresel içerikler karşısında giderek geri plana itilerek sönümlenir.

Popüler kültürün küreselleşme aracılığıyla oluşturduğu bu standartlaşmış deneyim, kültürün aynı zamanda bir toplumsal denetim ve yönlendirme mekanizması olarak işlev görmesini de kapsar. Küresel içerik akışları, yalnızca

bireylerin tüketim alışkanlıklarını değil; aynı zamanda algılarını, değer yargılarını, toplumsal davranışlarını ve gündelik yaşam biçimlerini de yönlendirmektedir. Bu süreç, kültürün yerel bağlamlardan kopmasına ve küresel bir kültürün egemen olmasına yol açar. Yerel deneyimler ve gelenekler yayılmakta olan küresel kültüre teslim olur. Geçmişte sınırlı alanlarda geçerli olan bu küreselleşme biçimi günümüzde dijitalleşme ile birlikte çok daha geniş boyutlara ulaşmıştır.

Popüler kültürün daha radikal fakat bu alanda geleceğe daha fazla ışık tutan bir deneyimi olarak geçicilik odaklı tüketim, daha büyük bir “kaydırma” ve “üst bağlantı” çerçevesi içinde gerçekleşir. Bu açıdan, popüler kültür, sürekli tüketim döngüsüyle çalışan bir hız makinesi gibidir. Bu makinenin yağlayıcısı hiperlinklerdir: tek bir tıklama, bizi bir içerikten diğerine, bir magazin haberrinden viral bir videoya, oradan da günün “trend” konusuna fırlatır. Hiperlink sadece bir teknoloji değil, aynı zamanda çağımızın düşünme biçiminin de metaforudur. Düşüncelerimiz artık doğrusal ilerlemez; birbirine eklemelenen bağlantılarla, kesintisiz bir kaydırma hareketiyle akıp gider. Kaydırma, bu bağlantılılığın bedenleşmiş jestidir. Sonsuz kaydırma, başlangıcı ve bitişi olmayan bir ritüel yaratır. Bu ritüelin amacı bilgiye ulaşmak değil, sürekli bir “meşgul olma” hissi üretmektir. Parmağın ekranda kayma hareketi, zihnin boşluğunu doldurur; içerikler ise sadece kaydırmaya anlam katan görsel süsler haline gelir. Anlamanın çokluğu anlamanın varlığını değil yokluğunu pekiştirir. Kaydırma ve hiperlinkler kullanıcı özneyi “anlamsızlık bolluğu”na götürür. Çünkü içeriklerin çokluğu anlamı artırmaz, tam tersine onu çözer, esnetir ve buharlaştırır. Bu katı anlamların çözülmesi ve buharlaşmasıyla her şey birbiriyle eşitlenir: trajedi ile mizah, politika ile moda, ölüm haberi ile kedi videosu aynı akışta yan yana belirir. Bu eşitlenme, değer hiyerarşisini çöktürerek geriye “anlamsızlık bolluğu”nun simgesel gerçekliğini bırakır. Sonsuz kaydırma sırasında yaşanan şey, tam da bu nihilizmin gündelik deneyimidir: içeriklere değil içeriklerin durmaksızın geçişine kapılmak. Sonuçta popüler kültür, hiperlinkler aracılığıyla kaydırma hareketini sonsuz bir oyun haline getirirken, bireyi görünmez bir nihilizme teslim eder. Kaydırmayı bıraktığında boşluk hisseden özne, anlamı değil, akışı aradığını fark eder. Nihilizm burada varoluşsal bir kriz değil, dijital çağın en sıradan gündelik pratiğidir: “kaydırmaya devam et, çünkü durmak, hiçliğin ağırlığını fark etmektir”.

