

Öğretmen Adaylarında Yaşam Tarzı ile Popüler Kültür İlişkisi

Relation between Life style and popular Culture in Teacher Candidates

Murat Gökalp*

Özge Gökalp**

Öz

Popüler kültür, kitleleri farkında olmadan etkisi altına alan ve kendine bağımlı hale getiren gündelik yaşamın kültürüdür. Bugün aile, okul, toplumsal çevre ve kitle iletişim araçları sayesinde sürekli bir sosyalleşme süreci içerisinde olan gençler, popüler kültürden ve popüler kültür ürünlerinden en çok etkilenen kesimlerden birini oluşturmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, popüler kültür ve bu kültürün ürünlerinin öğretmen adaylarının yaşamlarıyla ilişkisini belirlemektir. Bu amaç doğrultusunda 2017-2018 Eğitim Öğretim yılı I.döneminde OMÜ Eğitim Fakültesinde çeşitli bölümlerde okuyan 120 kız 80 erkek toplam 200 öğrenciden elde edilen verilere göre analizler yapılmıştır. Araştırmanın sonucunda öğretmen adaylarının popüler kültür ile yaşam tarzları arasındaki ilişkinin cinsiyete ve yaşa göre anlamlı olarak değişmediği, toplam puanlara göre popüler kültür ile yaşam tarzı arasında ilişki görülmüş, popüler kültürün yaşam tarzını etkilediği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Popüler kültür, yaşam tarzı, üniversite, gençler, öğretmen adayı

Abstract

Popular culture is the culture of everyday life that makes the masses unaware and dependent on themselves. Today, young people, who are in a continuous socialization process through family, school, social environment and mass media, constitute one of the most affected by popular culture and popular culture products.

The aim of this study is to determine the relationship between popular culture and the products of this culture. For this purpose, data were analyzed obtained from 200 students.120 female and 80 male students studying at various departments of OMU Faculty of Education in the academic year 2017-2018. As a result of the study, it was determined that the relationship between the popular culture and lifestyles of the prospective teachers did not change significantly according to gender and age.

Keywords: Popular culture, lifestyle, university, youth, teacher candidate

GİRİŞ

Popüler kültür, sanayileşme sonucu teknolojinin gelişmesiyle birlikte özellikle kitle iletişim araçları aracılığıyla çoğunluğu etkileyen, çoğunluk tarafından en çok beğenilen ve tercih edilen kitle toplumunun kültürü olarak değerlendirilebilir. Popüler kültür geniş kitleler tarafından kabul görmekte ve halka mal edilmektedir. Eğlenceden müziğe, spordan edebiyata, dini hayattan bilime kadar gündelik hayatta yaşadığımız her şeyde popüler kültürün etkisi bulunduğu söylenebilir.

Günümüzde, televizyon aracılığı ile pazarlanan popüler kültür ürünlerinin, üniversite öğrencileri üzerinde hem olumlu hem olumsuz etkileri olduğu bir gerçektir. Bu bakımdan, konuyla ilgili alanda saha araştırması yapılarak problemin analiz edilmesi ve belli sonuçlara ulaşılması son derecen önemlidir.

* Doç. Dr. Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Eğitim Bilimleri, muratgokalp@gmail.com
** Öğrenci, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Eğitim Bilimleri, ozgegokalp@gmail.com

Bu çalışmada, popüler kültür ve bu kültürün ürünlerinin öğretmen adaylarının yaşamlarıyla ilişkisi belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırmanın bulguları, seçilen örneklem ve araştırma alanı ile sınırlıdır. Ve bu çalışmada 5li Likert tipi ölçek kullanılmıştır.

Popüler Kültür Kavramı

Her konuda olduğu gibi popüler kültür deyince de aklımıza birçok tanım gelmektedir. Batıdan Türkçe diline gelen “popüler” kelimesi kısaca çoğunluğun bildiği ve seçtiği anlamındadır. Popüler”, kimi kaynaklara göre halkın benimsediği anlamına gelmektedir.

Ancak popüler kültür, “halk tarafından üretilen ve halka ait olan” anlamından giderek uzaklaşmış ve ticari bir meta olarak üretilen, piyasada pazarlanan ve her geçen gün daha fazla tüketilen “gündelik bir tüketim kültürü” şeklini almıştır. Popüler kültür, tüm dünyada olduğu gibi bugün Türkiye’de de egemenliğini sürdürmektedir. Televizyon ve sinemadan internete, kitap ve müzikten giyim ve gıdaya kadar yaşamın hemen her alanına etki eden tüketim malları cinsiyet, yaş, eğitim, meslek ve sosyal sınıf ayrımı yapmaksızın her kesimi etkilemiş, önemli ölçüde de kitleler tarafından kabul edilmiş ve yaygınlaşmıştır (Kızıldağ, 2001, 26).

Buna karşın popüler kültürle ilişkili “popüler” kavramı ve halkın benimsediği anlamdaki “popüler”, birbirinden farklı değerleri temsil etmektedir.

Popüler kültür, halkın seçimi ile belirlenmemekte, kitle iletişim araçları ile halkı etki altında bırakmaktadır. Örneğin; özellikle kırsal kesimde yaşayan bireylerin, hiç görmedikleri ve adını bile duymadıkları gösterişli marka ürünlerini talep etmeleri mümkün değildir. Popüler kültür, sınıfsal fark ayırt etmeden söz konusu ürünleri popülerleştirir ve tanıtır. Böylece, arzu ve statü kavramlarında yer değiştirmeler başlar. Bireyler arasındaki statü farkı ise, popüler kültür ürünlerine sahip olup olamamakla ölçülür. Bu aynı zamanda, özsever iletişim biçimlerini ortaya çıkarır. Özsever iletişim, sürekli almak ve beklenti üzerine kurulu bir sistemdir. Öyle ki, bu sistemde, medyanın da önlenemez yükselişine çanak tutan, “ben” ve “ben” arasında geçen bir monolog başlıca unsurdur. Bu iletişim biçiminde, algı ve empati duyarlıklarının izine bile rastlamak mümkün değildir. Kısacası, popüler kültürün “popülerleşme” süreci ve sonrasında yarattığı olumsuzlukların kimlikte yarattığı bir tür paradoksun insanlar arası iletişimi de etkilediği açıktır.

Pop kültür kavramı (Latince: Populos) veya Popüler kültür, 20. yüzyıldan sonra özellikle toplumsal modernleşme ile toplu kültür olarak yayılan ve kavram olarak kültürel gelişmeleri ve günlük uygulamaları kapsamaktadır.

Popüler kültür, toplumun çoğunluğunun bir seçimi söz konusu olmaksızın benimsediği ve kapitalist endüstri biçiminin dayattığı, tüketme eylemi ile temellenen kültürdür. Popüler kültür gündelik yaşamın kültürüdür esasında. Kapitalizm tarafından sağlanan kültürel kaynaklar ile gündelik yaşam arasındaki ara kesimde üretilir. Geniş anlamıyla, belirlenmiş bir yaşam tarzının ideolojik olarak yeniden üretilme ön koşullarını sağlar.

Popüler kültür aynı zamanda genel ve tarafsız olarak eski halk kültürü kavramı yerine geçmekte. Popüler kültür daha çok bir alan jargonu iken pop kültürü daha çok ortam jargonu olarak kabul görmektedir.

Kültürel ve sanatsal faaliyetler sadece belirli kesimler tarafından takip edilirken kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmasıyla bitlikte toplumun tümü seyirci olarak katılır hale gelmektedir. Popüler kültürün bu sınıf farkını ortadan kaldıran, ortak beğeniler yaratan niteliği, özellikle yüksek sanat savunucuları tarafından şiddetle eleştirilmiştir. Eleştirilerde ortak yönler genellikle popüler kültürün, sanatın özünü sıradanlaştırdığı ve hatta sonlandırdığı yönündedir.

Popüler Kültürün Genel Özellikleri

Günümüzdeki biçimiyle “nüfusun büyük çoğunluğunun kültürü”“çoğunluk için olan kültür” veya “çoğunluk tarafından izlenen, tutulan ve tercih edilen kültür” anlamında kullanılan

popüler kültürün ilk özelliği kısa ömürlü olmasıdır. Kısa ömürlü olan popüler metinlerin çabuk tüketilip yeniden tekrarlanmaları gerekir.

Çabuk tüketim ve tekrardan ibaret olan popüler kültür, gündelik yaşamın rutinlerine kolaylıkla uyan standartlaşma üretir (Fiske, 1999, 84). Öyle ki gelip geçici zevkler o ana ait diye nitelmemiz mümkündür popüler kültürü bu özelliğinden dolayı. Kısa zevkler anlık hazlardan ibarettir. Ünsal Oskay (1982: 185)'ın da ifade ettiği gibi, toplumsal yaşamdaki hızlı değişim karşısında, kendini her ciddiye alıştırma sıkıntı ve umutsuzluk duygularına kapılan çağdaş insan, popüler kültür ve onun ikonolojisine gereksinme duymuştur.

Popüler kültür, sürekli kalıcılıkla değil, sürekli değişimle yapılır. Mesela müzik alanında popülerlik, her hafta değişen "top 40" veya "top 10" içine girmektir (Erdoğan, 2004:9). Brecht "dün popüler olan, bugün olmayabilir; çünkü insanlar, dün olduklarından farklıdır" derken popüler kültürün değişkenliğini ve geçiciliğini vurgulamaktadır. Dün iyi bugün modası geçmiş olabilir.

Benzer bir şekilde Andy Warhol'un "21.yüzyılda herkes şöhret olacak ama on beş dakikalığına" sözü popüler kültürün ayırıcı bir özelliği olan geçiciliğin altını çizmektedir. Popüler kültürün ayırıcı bir özelliği olan geçicilik, "çabuk kullanım ve hızlı tüketim" ile yakından ilişkilidir. Kullanımdaki ve tüketimdeki hız, popüler kültürün her aşamasında ve ürününde dikkat çekmektedir. Bu özellik sayesinde, kitle üretiminin kalıcılığı ve sürekliliği garanti edilir. Öyle ki; kitlesel üretim bununla beslenir diyebiliriz.

İnsanları bilmedikleri ve tanımadıkları bir yaşama zorlayarak mutsuzlaştıran popüler kültür, onlara tüketerek mutlu olunabileceğini söyler. Sermaye düzeninin "friendlyfascist" yaklaşımını benimseyen popüler kültür, insanlara A firmasının B ürününün "tam onlara göre olduğu", "onların bu insanlara değdiğini öğütler (Erdoğan, 2004, 10). Popüler kültürün her an değişen, çeşitlenen ve çoğalan ürünlerini kullanan bir insan nüfusunun varlığı, kitle üretim sistemini dinç tutar.

Popüler metinler kullanılmak, tüketilmek ve fırlatıp atılmak içindirler, çünkü bunlar yalnızca anlamın ve hazın toplumsal dolaşımındaki failleri ve birer yoksullaştırılmış nesne olarak işlevlerini yerine getirirler. Ayrıca popüler kültür, aşırı olmaya eğilimlidir; fırça darbeleri kalın ve renkleri parlaktır. Bu aşırılık, aşağılayanların ona "bayağı", "melodramatik", "apaçık", "yüzeysel" ve benzeri suçlamalar yönelmelerine davetiye çıkarır. Aşırılık ve apaçıklık yapımçı metinlerin özellikleridir.

Bu özellikler, kendilerinden popüler kültürün oluşturabileceği verimli hammaddeleri sağlarlar. Aşırılık, denetim altına alınamayan anlamdır, ideolojik denetim kurallarını ya da özgül bir metin gereklerini aşan bir alandır (Fiske, 1999: 143). Popüler kültürdeki bu aşırılık, cinsellik, erotizm, argo dil kullanımını normalleştirmektedir. Dolayısıyla popüler kültürde cinsellik, erotizm, argo dil kullanımı ve kadın ön plandadır. Bu noktada güldürü ustası Levent Kırca ve yarışma programlarının değişmez aktörü Mehmet Ali Erbil'in esprileri için cinsellik ve argoluğun hiçbir sınırı yoktur. Yapılan sınırsız espriler, izleyiciler tarafından garipsenmeden, gülerek ve alkış tutarak değerlendirilmesi de işin farklı yönünü ortaya çıkarır.

Kendi yerleşik düzeni içinde ve kendiliğinden oluşturdukları yaşam alışkanlıkları karşısında popüler kültürün zımniyelediği veya gizlediği baskıcı, yıkıcı ve yok edici tutumu, toplumda bir rahatsızlık ve memnuniyetsizlik yaratır. Yabancı ve yerli dili tercih etmektense, yerli olanı bozarak, anlamsızlaştırarak, yeni bir yapı ve anlam katarak kullanan popüler kültür (Erol, 2004: 141), etkisine aldığı insan kitlesinin var olan yaşam standardını değiştirerek mutsuzluğu artırır.

Popüler kültür, bizim günlük yaşantımızı ve deneylerimizi kurar. Kitle iletişimde buna en açık örnek reklamlardır. Reklamlar her an ve her yerdedir. Reklamlar özel gün ve bayramlar yaklaşınca konusuna göre sıklık oranları artırılarak izleyicileri/tüketicileri bazı davranışlarda bulunmaya zorlar. Zaten, anneler, babalar ve sevgililer günü şeklinde oluşturulan özel günler hep tüketime ve reklama yöneliktir (Erdoğan & Alemdar, 1994, 71). Popüler kültür reklama

dayalıdır. Müzik, sinema ve spor yıldızlarının giysilerindeki şekil ve yazılarla belli bir seçeneğin reklamı yapılır. Kullanılan giysilerin rengi, biçimi, markası belli bir statü, zevk ve yaşam tarzını yansıtır.

En güncel olan haber spikerliğinde bile spikerin kıyafetinin markası, alındığı mağazanın ismi, kuaförün ismi ve adresi programın sonunda verilir. Yine sporcuların giydikleri formaları bankaların, sigorta şirketlerinin veya beyaz eşya firmalarının renkli reklâmları süslerken; oyun sahalarını yerli ve yabancı farklı markaların reklâm tabelaları kaplar.

Reklâm yardımıyla popüler kültür, bazı yaşam tarzlarını ve alışkanlıklarını tüketiciye, izleyiciye vermesinden dolayı manipüle etme özelliğine de sahiptir. Çünkü popüler kültür sadece belli markaları, kullanışları, etkinlikleri popüler yapmaz. Bunlarla birlikte gelen, bunlarla iç içe olan dünya görüş ve düşünüş biçimlerini de popülerleştirmeye çalışır (Erdoğan ve Alemdar,1994,10).

Tüketime dayalı olmasından ötürü tüketim kültürüne benzetilen popüler kültür bütün sınıf, gelenek, görenek, zevk engellerini devirir ve her türlü kültürel farklılıkları ortadan kaldırır. Her şeyi birbirine karıştırır, birbiri içine sokar ve homojenleşmiş bir kültür ortaya çıkarır (Erdoğan ve Alemdar, 1994:127). Ancak, iletişim toplumu ya da sanayi sonrası toplumu söylemleri, tümüyle ticarileşmiş ve eğlence sektörüne eklenmiş kitle kültürü aracılığıyla “sınıf çelişkilerinin” Jürgen Habermas’ın sözleriyle “ortadan kaldırılmasını değil, gizlenmesini” sağlar (Oktay, 2001, 28). Dolayısıyla kitle iletişim araçlarıyla şekillenen popüler kültür, bir standartlaşma meydana getirdiği söylene de sınıf farklılıklarını gizleyerek var eder. Çünkü kitle iletişim araçlarında verilenleri kodlayanın niyetiyle kodu çözenin yorumu birbirine uymayabilir. Nitekim medya uzmanları kodlama ve kodu çözme işleminin uyuşmasını dilerler; ancak bunu garanti edemezler (Storey, 2000: 20-21).

Teknolojik çoğaltma, seri üretim, geniş bir işbölümü, pazarlama ve dağıtım dayalı olmasından dolayı popüler kültür, kapitalizm ve sanayileşme ile çok yakın ilişki içindedir. Zira popüler kültür, kitle üretimi yapan pazarın ekonomik, siyasal ve bilişsel ifadesi olan kitle kültürünün somut şekillerinden biridir. Kitle kültürü, tekeli kapitalizmin hem mal hem de imaj sat işini yapan, uluslararası pazarın değişmelerine ve gereksinimlerine kendini uyarlayan, önceden hazırlanmış paket bir kültürdür. Bu özelliği dikkate alındığında popüler kültür, pazar tarafından pazarda tüketim için “sipariş edilen, ısmarlanan” kitle kültürünün en çok kullanılan ürünlerini, bu ürünlerin tüketilmesini teşvik eden düşünceleri ve duyarlılıkları anlatır (Erdoğan, 2004: 9).

Anlatılanlar çevresinde popüler kültürün genel özellikleri veya ayırt edici nitelikleri şu şekilde sıralanabilir veya özetlenebilir: Popüler kültür (a) formüller ve tekrarlarla standartlaştırılmıştır; (b) sistemin ve pazarın çıkarına ise (moda, soda, yiyecek, içecek, eğlence) kolektifliği destekler; çıkarına karşı ise (örneğin: işsizlik, grevler, ücret sorunu gibi.) bireyselliği vurgular; (c) daha çok dileklerin gerçekleşmesini ön plana çıkarır; (d) ahlak ve resmi sansür karşısında risk almaz, çünkü amaca ulaşmak bu tür riski dışlar; (e) halk/folk kültüründen farklı olarak, popüler kültür onu kullanan toplum tarafından üretilen kültürel kaynaklardan oluşmaz; (f) sadece ürün tüketilmez aynı zamanda insanın kendisiyle ve başkalarıyla olan ilişkisel anlamlar da tüketilir ve üretilir; (g) yaratılan duyarlılıkla burjuva üretim ve yaşam tarzı yüceltilir ve idealleştirilir; (h) gösteriş ve imajlar/görüntüler özün üstüne çıkarılır veya önüne geçirilir (Erdoğan, 2001: 73).

Popüler Kültüre Farklı Yaklaşımlar

Bilim çevrelerinin dikkatini her geçen gün daha fazla üzerinde toplayan popüler kültür, yaşadığımız sürecin gözde uğraş alanlarından biri durumundadır.

İlgi fazlalığıyla birlikte popüler kültürle yaşanılıyor olunması, onun tartışma ortamındaki konumunu giderek karmaşıktırmaktadır. Bundan dolayı popüler kültürün ne tek, ne de

herkesin kabul edebileceği evrensel bir tanımı vardır. "popüler kültür yoluyla halk kendini doğrular ve kendini devamlı surette inşa eder" (Yıldız,2004:1).

Konunun karmaşıklığı ve genişliği, farklı yaklaşımlar ve disiplinleri birlikte çalışmaya zorlamaktadır. Farklı yaklaşımlar ve disiplinler, inceleme yöntemlerindeki değişikliklere paralel olarak farklı tanımlamalar getirmektedirler. Yapılan farklı tanımlamaları tek bir gövde içinde birleştirmek, önemli farklılıkların gözden kaçmasına neden olmaktadır. Bu nedenle kavram tanımlamalarında, farklı yaklaşımlara yer vermek, daha geniş ve sağlıklı bilgi elde etmek adına işlevsel olmaktadır. Bu sebeple popüler kültüre ilişkin yaklaşımları birkaç gruba ayırarak ele alabiliriz.

Popüler kültür ve tutucu okullar: Popüler kültürü tutucu okullar değersiz birer olgu olarak görürler. Öyle ki toplumun mahvolması üzerine çalıştığı için modern toplumda popüler kültürü büyük bir tehlike olarak görür.

Tutucu yaklaşımlar popüler kültürü çeşitli biçimlerde tanımlamışlardır:

- a) Sınırlı şekilde entelektüel veya yaratılışça seçkin olmayan ve genel olarak, gerçi zorunlu olarak değil, kitle iletişimi tarafından iletilen " yaşam öğeleridir ". Popüler kültür konuşulan ve basılı sözler, sesler, resimler, şeyler, nesnelere ve eserlerdir.
- b) Önemli sayıdaki nüfusa seslenen ve bu nüfuz tarafından kültürel eserlerdir, kalıntılardır.
- c) Halkın kültürü, davranışı, değerleri özellikle eğlenceleridir.
- d) Popüler kültür seçkin ve folk kültürü arasındaki en görünürde olan kültürdür. Bu anlayışa göre popüler kültür orta sınıfın kültürüdür. (Erdoğan, Alemdar 1994: 114, 115).

Geç orta çağ döneminde "halk" için kullanılan popüler kavramı, günümüzde "birçok kişi tarafından sevilen veya seçilen" anlamında kullanılmaktadır. Bu açıdan bakıldığında popüler kültür, "halk", "nüfusun büyük çoğunluğu", "halk/çoğunluk için" ve "halk/çoğunluk tarafından" terimlerini içerir. Dolayısıyla, kavramın ilk bakışta verdiği anlam; popüler kültürün belli bir grubun ürünü veya sahipliğinden ziyade, çoğunluğun ortaklaşa ürünü ve tercihi olmasıdır (Erdoğan ve Alemdar, 1994: 99). Gündelik kullanıma göre, birçok insan tarafından sevilen olgulardan oluşan popüler kültür, geniş bir nüfus tarafından paylaşılan inançlar, pratikler ve bunların içerdikleri normlara karşılık gelir.

Gramsci'nin etkisinde olanlara göre, popüler kültür ne halk tarafından kendileri için üretilen "halkın kültürüdür", ne de onlar için üretilen ve onlar tarafından yönetilen kültürdür. Popüler kültür, bir tarihsel dönemden diğerine içerik bakımından değişen kültürel biçim ve pratiklerdir (Erdoğan ve Alemdar, 1994:108). Dolayısıyla popüler kültür, herhangi bir toplumun, herhangi bir zamanındaki egemen olan kültürdür desek yanlış söylemiş olmayız.

İkinci yaklaşım popüler kültürü demokrasinin ve bireysel özgürlüğün simgesi olarak ele almıştır. Bu yaklaşım içinde popüler kültür övülmüş ve demokrasiye çok önemli katkıları olduğu ifade edilmiştir. Popüler kültürde direniş, mücadele, başkaldırı gibi öğeler bulunur ve bunlar bireysel özgürlüğe hizmet ederler Popüler kültür, biri elitist diğeri de demokratik yaklaşım olmak üzere iki farklı açıdan değerlendirilir. Elitist yaklaşım popüler kültürü, halkın aşağı kültürü olarak görüp onu sınıfsal bir mesafe koymanın aracı olarak niteler. Kavram, elitler tarafından bir negatif farkı ifade etmek veya Pierre Bourdieu'nun deyimiyle "sınırı belirtmek" için kullanılır.

Kavramın bugün belli bir elitizmi ifade etmek üzere gönderme yapılan yanları, bu eski gelenekten gelmektedir. Demokratik yaklaşım ise, popüler kültürün demokratik yanına vurgu yapar. Demokratik yaklaşıma göre, popüler kültürün herkesin kullanımına ve tüketimine açık olması, toplumun her kesiminin kendinden bir parça bulması veya her toplumsal alana hitap etmesi, onun demokratik özelliğini ortaya çıkarır. Popüler kültürün demokratik özelliği, onun

bir endüstri konusu olmasına neden olmaktadır. Yüksek kültürün endüstri yardımıyla popüler kültüre malzeme teşkil etmesi ve toplumun cahil, eğitimsiz ve görgüsüz kesimi tarafından yüksek kültürün savurganca tüketilmesi, kitle kültürünü yapılandırmaktadır. Toplumun çok az bir kısmına ait olan yüksek kültürün popüler kültürce kullanılması ve kitleselleşmesi, yüksek kültür sahipleri tarafından kaygı, endişe ve büyük bir rahatsızlıkla izlenilmektedir. Dolayısıyla medya aracılığıyla belirginleşen popüler kültüre, demokratik yaklaşım olumlu, elitist yaklaşım ise olumsuz anlam yükler.

Üçüncü Yaklaşımda popüler kültür, kültür üretimi ve mülkiyet ilişkileri içinde ele alınmıştır. Bu yaklaşım içinde özellikle Frankfurt Okulu büyük yankı uyandırmıştır. Frankfurt Okulu popüler kültürün direnme yerine, köleleştirişin etkisi üzerinde durmuş ve popüler kültürün kapsamlı eleştirisini yapmıştır. Popüler kültüre yönelik olumsuz yaklaşımların kaynağında, kültürün seçkinci tanımının ve kültürle toplum arasındaki ilişkinin niteliğine dair indirgemeci tutumu yatar. Bu yaklaşıma göre, toplumun siyasal ve entelektüel kesimine ait öğrenilmiş ve yaratılmış bir seçkin kültür vardır. Bu kültür, toplumun alt kesimindeki sıradan insanlar tarafından alınıp, çoğaltılarak kullanılır. Dolayısıyla, zirveden aşağıya doğru bir kültürel kayış gerçekleşir. İndirgemeci ve belirlenimci bu yaklaşıma göre seçkin ve yüksek kültür, özellikle sıradan hazzın aşılmasıyla inceltilmiş bir yaratım, üretim ve tüketim pratiğidir. Böylelikle büyük kültür, yani yüksek kültür toplumun ayrıcalıklı kesimlerine, küçük, yani popüler kültür ise toplumun sıradan kesimine aittir

Aydınlanma düşüncesinin bize bıraktığı bir kültürel tanımlama biçimi olarak yüksek kültür, kendi dışındaki diğer tüm kültürleri, modernitenin dikotomik düşünme biçimine bağlı kalarak ikincil konuma itmiştir. Aydınlanma düşüncesi yüksek kültür retoriğini, kültürde yaratıcılık şartını sağlamaya bağlarken, kültürün iki aşamadan geçmesinin gerekliliği üzerinde durur.

Bunlardan birincisi, kültürün üretici olarak yorumlanabilir olması; ikinci olarak da kültürün özgünlük fikrine sahip olmasıdır. Oysa popüler kültür, kültürün belli bir oranda kitlesleşmiş, ticarileşmiş, pazara dönüşmüş ve endüstrileşmiş kitleleri de bu furyaya katma çabasında olan halidir. Bu nedenle popüler kültürün özgünlüğü ve orijinalliği söz konusu değildir. Özgünlük ve orijinallik açısından popüler kültürün tartışmalı oluşu, onu yüksek kültürden uzaklaştırır veya ayrıştırır. Ortega Y. Gasset 1930'larda yayınladığı "kitlelerin başkaldırısı" kitabında egemen sınıfların korkularını dile getirmiştir. Ortega'ya göre seçkindsiz bir toplum asla düşünülemez ve kitle gücü, çeteciliktir. Artan burjuva toplumsal ve siyasal eşitsizliği, kitlelerin hak arama hareketleri ve sosyalist sistemlerin kurulması, II. Dünya savaşı sonrası tutucuları daha da düşündürmüştür. Örneğin T.S.Eliot, bu kaygıyla "Kültür Üzerine Notlar" adlı kitabında, kültür standartlarının giderek gerilediğini ifade ederek, gelecekte "hiçbir kültürün kalmayacağını" savunmuştur. Eliot'a göre tek kurtarıcı Hıristiyanlık ve seçkinciliktir (Erdoğan & Alemdar, 1994:113,115).

Artan kaygı, seçkinci veya yüksek kültür savunucularının, popüler kültüre karşı tutucu ve dışlayıcı bir yaklaşım sergilemelerine neden olmuştur. Yüksek kültür savunucularına göre kültür, ancak belirli bir azınlık kesiminin ürünü, birikimi ve eylemi olacağından, taklide ve çoğaltmaya dayalı çoğunluk kültürü olan popüler kültür negatif bir anlam taşır.

Popüler Kültür, Kitle Kültürü, Halk Kültürü

Kitle kültürü ve popüler kültür halkın toplumsal yapıdaki egemenliği kabul edici, kutsayan, ona katılan bir dünya ve biliş sunmaktadır. Mücadeleci karşıtlığı getiren ve farklı yaşam tarzının ifadesi olan karaktere sahip değildir. Yani öyleki; kitle kültüründe herkes aynılaştırılmaktadır. Sürü psikolojisi hâkimdir de diyebiliriz. Popüler kültür de keza bu zihniyet de bir politika izlemektedir.

Halk kültürü üretimden tüketime kadar bütün aşamalarında halkın içinden çıkan, halkın yaşamının bütünleşik parçası olan, halka ait olandır. Tarihsel olarak kitle kültüründen öncedir. Halk kültürünün devamı olan gelişmiş bir biçimi temsil etmez. (Alemdar & Erdoğan, 1994: 48.)

Halk kültüründen önce kitle kültürün ortaya çıkmış olması devamı anlamına gelmez. Kitle kültürü ve popüler kültür varlığını kullanım ve tüketim yoluyla sürdüren, kitlelerin yaşam pratikleri ve ifadelerini çalan, gasp eden ve pazarda alınıp satılan mala dönüştüren ticari bir kültürdür. Popüler kültür kendi biçimlerinin birçoğunu halk\folk kültüründen almış ve işlevsel dönüşümlere uğratarak kendine mal etmiştir (Alemdar & Erdoğan, 1994: 48).

Çıkarım yapmak gerekirse; popüler ya da kitle kültürü üretimi yozlaştırıp tüketim merkezli bir ivme izlemektedir. Önceden çocuklar oynadıkları oyuncakları kendileri üretirken şimdi hazır oyuncakları tüketmeye başladı. Çocuklar üretken kimliklerini kaybetmeye yok etmeye beklide teşvik edildiler. Bu sadece çocuk oyunlarında değil insanı ilgilendiren hemen hemen her konuda durum böyle olmuştur. Üretim yok denecek kadar aza indirilmiş tüketim ise en zirveye çıkartılmaya çalışılmıştır. Çünkü popüler kültürün genel politikası tüketimdir. Halk kültürü ve popüler kültür arasında niceliksel olarak fark vardır. Halk kültürünün ürünü olan bir mal çoğaltıp bütün Anadolu'ya yayılırsa bu artık popüler kültür olur. Herkesin bir ürünü olmuştur çünkü artık tıpkı popüler kültürün arzu ettiği gibi. Popüler kültür, sadece parayı verip veya zamanını harcayıp düdüğü çalma seviyesinde, yani bitmiş bir malı tüketme düzeyince tüketici kitlelerin malıdır. Bu durum kitle kültürü ve popüler kültür gerçeğinin sadece bitmiş ürünle ilgili bir yüzüdür. Kitle kültürü ve popüler kültüre ilişkin farklı yorumlar bulunmaktadır. Zaman zaman aynı kavrammış gibi kullanılsa da içerik olarak farklıdırlar ve farklı olaylara işaret ederler. Bazı toplumbilimciler kitle kültürünün sanayileşme ve kitle toplumuna geçilmesi ile popüler kültürü yok ettiğini ifade ederken, bazıları da popüler kültür ve kitle kültürünü aynı anlamda kullanmayı tercih etmişlerdir. Kitle kültürü ve popüler kültür kitleleri sürekli tüketime teşvik etmektedirler. Kitle kültürü pazarlanır satılır kültür mümkün olduğunca geniş kitlelere ulaşmalıdır ve kitleler bu ürünleri sadece eğlence vakit geçirme olarak tüketirler. Ahlakattan yoksundur bayağı ve zevksizdir. Cinayet, tecavüz, fiziksel işkence gibi kötü durumlar hâkimdir. Buda psikolojik bakımdan zararlı olması için yeterlidir. Malzemesini kitle toplumundan almaktadır. Ana tema kalabalık ve genel amaç insanların ihtiyaçlarının doyurulmasıdır.

Popüler Kültür ve Toplum

Globalleşme ile birlikte dünya artık küresel bir köye dönüştü. Amerika'da yapılan bir tv dizisi anında dünyanın pek çok ülkesinde yayınlanmaya başlıyor. Popüler kültürü tüketimden ayrı düşünemeyiz. Popüler kültürün böyle bir etkisi var. Toplumsal ve sanatsal kaygılarından ziyade dizilerin birçoğu ekonomik nedenlerle piyasaya sürülüyor.

Popüler kültürün bir diğer özelliği de çok hızlı bir değişim içinde olmasıdır. Tüketim sürekli olarak pompalanması açısından sürekli yeni kahramanların yaratılması kısa süre sonra da gözden düşerek yenilerinin üretilmesi gerekiyor. Sürekli gündem olan değişiyor ve yenileniyor. İki sezon önce popüler bir dizi nedeniyle aldığımız kalem, defter, takı, toka vb. gibi ürünler yani tüketim araçları demode oluyor. Bu sefer yeni diziler ve bu dizilerin yeni eşyaları satışa sunuluyor ve artık günün popülerlerini onlar oluşturuyor. Dolayısıyla ihtiyaç duyulan bir ürünü almak yerine popüler kültürün istediği eşyayı almak zorunluluğu hissediliyor.

Türkiye'de genel olarak televizyon izleme oranları oldukça yüksek. Daha önce yapılan bazı araştırmalarda televizyon izleme süresi bakımından ABD'den sonra ikinci sırada geldiğimiz görülüyordu. Televizyonda en çok izlenen programlarsa diziler oluyor. Diziler hayatın gündemini oluşturuyor. İzleyin ya da izlemeyin tamamen dışında kalmanız mümkün değil. Çocuklar ve gençler aralarında sürekli olarak dizi ile ilgili sohbetler ediyorlar. Bazı gençler sırf arkadaşları tarafından dışlanmamak için dizi izlemek durumunda kalıyor. Televizyon ve diziler eğlenmek için kullanılabilecek birer araçtır. Ancak dizi izleme süresi arttıkça ve kişilerin yaşamlarında çok fazla yer edinmeye başladığında sorun olmaya başlıyor.

Gençler sürekli yenilik arayışında oldukları için birçok yeni diziyi çabucak izlemeye alabiliyorlar. Diziler gençler açısından bir rol modeli oluşturuyor. Dizilerdeki gibi konuşmak, onlar gibi giyinmek, onlar gibi davranmak isteyebiliyorlar. Bu durum diziler için çok önemli bir konu çünkü sürekli benzer dizileri bir topluma izlettirerek toplumun davranışlarını

değiştirebilme şansını elinize geçirebilirsiniz. Dizilerde sürekli pompalanan hedoni (zevk düşkünlüğü) ve sadece kendini düşünme mesajları egoist ve anlık zevklerini erteleyemeyen bireyler oluşmasına neden olabiliyor. Bu durum cinsellik, saldırganlık gibi duyguların da denetlenememesi anlamına geliyor.

Dizilerde yaşam çok renkli, sürekli eğlence var. Hava çok güzel, ışıklar, manzaralar çok renkli. Gerçek sorunlar yerine kız erkek ilişkileri, gençlerin sahip olmak istedikleri her şey var. Bitmeyen bir para, lüks arabalar, liselerde makyaj yapma, fönlü saçlar, kısalan etek boyları gibi. Ama bu dizilerde paranın nereden geldiği, bu paranın nasıl ve hangi koşullarla kazanıldığı, bir şey elde etmek için emek harcanması gerektiği yok. Gençler için ailelerin de etkisi büyük. Evde sosyal ve duygusal paylaşımın sınırlı olduğu, akşamları herkesin kendi dizisine çekildiği evlerde çocukların da dizilere bu kadar düşkün olması şaşılacak bir durum değil. Aileler mutlaka akşamları belirli bir süre televizyonu kapatabilmeliler. Diğer taraftan diziler ve karakterlerle ilgili konuşabilmeliler. Bilinçli televizyon izleme alışkanlığı ailede kazanılması gereken bir alışkanlık.

Popüler Kültür ve Eğitim

Bireyin hayatını dengeli bir şekilde sürdürebilmesi ve içinde yaşadığı topluma sağlıklı bir şekilde uyum sağlayıp, yapıcı bir üye olarak katkıda bulunabilmesi için gerekli davranış örüntüleriyle donanmış olması gerekmektedir. Birey ve toplum açısından çok büyük önem taşıyan bu durum, ancak eğitim yoluyla gerçekleştirilebilir. Bu yönde verilen uğraşlar insanlık tarihi kadar eskidir ve hala da devam etmektedir. Eğitim en genel anlamıyla, insanları belli amaçlara göre yetiştirme sürecidir. Bu süreçten geçen insanın kişiliği farklılaşır. Bu farklılaşma bireyin kazandığı bilgi, beceri, tutum ve değerler yoluyla gerçekleşir. Bireyin yaşamının tümünü kapsayan bu süreç, insanın içinde yaşadığı toplumdan topluma değişiklik gösterir. Bireyin kişiliği de üyesi olduğu toplumdan tarafından belirlenir ve şekillendirilir. Eğitim kelimesi eski Türkçe’de “terbiye” kelimesi ile ifade edilmekteydi. Toplumda güzel konuşan, ahlaklı, hal ve hareketleri benimsenen kişiye terbiyeli, aksi durumdaki kişiye ise terbiyesiz deniyordu. Görüldüğü üzere eğitim insanın davranışlarının istenen niteliklere dönüştürülmesi şeklinde düşünülmektedir.

Kültür genel bir ifadeyle bir halkın tarzı ve yaşam biçimidir (Baykara, 2001: 9). Kültür kavramı Latince ekme, yetiştirme, koruma ve onu anlamları taşıyan “colere” kelimesinden gelir. “Kültür” ile aynı kökten gelen “coulter”, saban demirinin ağzı demektir. İnsan faaliyetlerinin en inceliklisine işaret eden kelimemizi emek ve tarımdan, gelişim ve üründen alırız (Eagleton, 2005: 9).

Eğitim kavramı pek çok eğitimci tarafından farklı şekillerde tanımlanmıştır. Bunlardan bazıları aşağıda verilmiştir. “Eğitim, çocukta fiziksel, entelektüel, ahlaki hallerin uyandırılması, geliştirilmesi halleridir.” “Eğitim, bir cemiyette yetişmiş neslin, yetişmekte olan nesiller üzerindeki etkisidir.” “Eğitim, bireyin davranışlarında kendi yaşantısı yoluyla kasıtlı ve istendik değişimler meydana getirme sürecidir.” “Eğitimi, insanları belli amaçlara göre yetiştirme süreci olarak tanımlanır .” Eğitim kavramının tanımlarını incelediğimizde, kavramın çok değişik şekillerde tanımlandığını görmekteyiz. Bu farklılıklar büyük oranda eğitim kavramının soyut bir kavram olması, kapsamının çok geniş olması, dinamik bir süreci içermesi ve çok farklı teorik temellere dayanmasından kaynaklanmaktadır.

Aralarında önemli farklılıklar olmasına rağmen bu tanımların ortak yönü; eğitimin bireyin bilgi, beceri, tutum ve davranışlarında değişiklik meydana getirme süreci olarak ele alınmasıdır. O halde eğitimi genel anlamda tanımlamak gerekirse eğitim, bireye davranış kazandırma sürecidir. Bireyin yaşamının doğumdan ölüme kadar olan sürecini kapsayan eğitim, bir davranış kazandırma mühendisliği olarak, kültürleme ve sosyalleştirme sürecidir. Bu süreç piko-sosyal bir varlık olan bireyin ilgi, ihtiyaç ve yetenekleri doğrultusunda ve toplumun ihtiyaçları yönünde bireye davranış değişikliği kazandırmadır. Bu davranış

değişiklikleri toplumca arzu edilen özellikleri içerir. Bireyin çocuk, genç ve yetişkin olarak kendi toplumuyla bütünleşmesi, toplum içinde etkin bir birey olması ve yetişmesi sırasında karşılaştığı bilinçli ya da tesadüfî öğrenmeler kültürlenme süreci sonunda gerçekleşir. Eğitimin temel görevlerinden birisi, toplumun kültürel mirasını nesilden nesile aktarmaktır. Dolayısıyla eğitim toplumun kültürel yapısına göre şekillenecek ve toplumun değişmesine ve gelişmesine temel oluşturacaktır. Başka bir ifade ile eğitim sosyal ve kültürel değişimin bir aracı olacaktır. Eğitim ise baştanbaşa bir topluluğun eylemidir. Toplum içinde yaşamının ve buna bağlı olarak da kişiliğin gelişmesidir.

Kültür ve eğitimi, kişiliğin şekillenmesinde maddi ve manevi öğelerin bir toplamı olarak ele aldığımızda, toplumsal düzenin sağlanmasında ve geliştirilmesinde bu iki temel öğenin paralel olarak geliştirilmesi ve gerçekleştirilmesi sağlanmalıdır. Özellikle 21. yüzyıl toplumlarına baktığımızda kültürün maddi ve manevi öğeleri arasında önemli uyumsuzlukların olduğunu görmekteyiz. Popüler kültür, bir toplumda düzen sağlama kültürü değil, bir çatışma, değişim, ilerici bir kültür olarak, bireyin özgürleştirilmesi, umursamazlığı ve duyarsızlığı kültürü olarak egemen sınıfların yeni ideolojik ürünlerinin kültürüdür. Bu yönüyle toplumsal düzenin sağlanması, bu düzenin geliştirilmesi ve toplumun kültürel mirasının genç kuşaklara aktarılması kaygısını taşımadığı söylenebilir.

Her ülke, mevcut sosyal yapısını temel özellikleriyle devam ettirmek, toplumun bilimsel ve teknolojik gelişmesini sağlamak ister. Toplumlar hem bilimsel ve teknolojik gelişmelere ayak uydurmak hem de sosyal yapılarını temel özellikleriyle devam ettirebilmek için kültürel değerlerini yetişen nesillere aktarmak durumundadırlar. Bu da toplumsal bütünleşmeyi ve birleştirmeyi sağlayan önemli bir süreçtir. Oysa popüler kültür benzeşik özellikleri nedeniyle bireyi hem yeni bir kimlik arayışına sürüklemekte hem de toplumsal yabancılaşmaya neden olmaktadır. Yeni bir kimlik arayışına girilen, kendilerine sunulanlarla yetinen birey, bugünkü kültürel yapı içinde dengeli ve sağlıklı bir kişilik geliştiremeyecektir. Popüler kültür afyonu; sormayan, sorgulamayan, açık ve doğru düşünme kararı veremeyen, hoşgörülü, esnek bir kimlik taşımayan, tekdüze bir kimliğe sahip bireyler yetiştirmektedir. Oysa bugünün toplumunun bireyi, aktif, katılımcı, doğru kararlar verebilen, açık, hoşgörülü, soran, sorgulayan, karar verme yeteneği gelişmiş, ekip çalışmalarına katılan, üretken bir birey olmak durumundadır. Bunu sağlamanın en önemli yolu eğitim amaçlarıdır. Eğitim amaçları, bugünün toplumun özelliklerine yeterince yer ve yanıt vermelidir.

Popüler kültür, aynı zamanda egemen sınıfa başkaldırı, direniş kültürüdür. Her toplumda egemen kültür anlayışının dışında din, dil, ırk, sınıf, fiziksel, ruhsal ve zihinsel açıdan sağlıklı olmayan kişilerce oluşturulan farklılaşmış gruplar vardır. Bütün bu gruplar, egemen kültürün dışında kalmış bu farklılaşmış grupların üyeleri, egemen kültür bireylerinden daha saldırgan ve isyankâr olup, yola gelmez özelliklere sahiptirler. Örneğin ülkemiz açısından baktığımızda gecekondu ve sefalet bölgelerinden gelen ve düzensiz aile yaşantısına sahip çocuklar, bu tür farklılaşmış gruplardan gelen bireylerdir. Bu çocukların eğitimi egemen sınıfın çocuklarının eğitiminden farklılaşmaktadır. Çünkü günümüz eğitim sistemlerinin değerleri bu alt sınıf çocuklarının eğitim değerleri ile aynı değildir. Dolayısıyla bu bireylerin eğitimlerinin sağlanması, toplumsal bütünleşme açısından önemli bir değere sahiptir.

İnsanımız, İnsanın yalnızlaşmasının, duyarsızlaşmasının, ayrımcılığın eşitsizliğin ve adaletsizliğin karşısında; hoşgörünün, özgürlüğe olan inancın ve insana duyulan umudun gücü ile direnmeli ve haykırmalıdır. Eğitimle öğretimi birbirine karıştırmadan, ikisinin de önemini kavrayarak gereklerini yerine getirmek gerekmektedir. Öğretim süreci insanlara bilgiyi öğretir. Eğitim ise ulusal yapımızı, gelenek ve göreneklerimizi yaşatarak, inancımızın kişilik yapılarına etki ederek. İyi insan olmalarını hedefler. Nesilleri eğitmeye gayret edenler, sadece ana-babalar, eğitim kurumları değildir. Uluslararası sermaye, medyayı kullanarak, kendi çıkarları doğrultusunda, kültür emperyalizmini moda, gençlik, müzik, film, fastfood ve etnik köken unsurlarıyla gençlerimize aşılama çalışmaktadır. Çağdaş anlayış yutturmacası ile her türlü sosyal değerlerimize yıkıcı bir şekilde saldırılmakta, basit bir hayat tarzı empoze edilmektedir. Bütün bireylerimizi aldırmaz, vurdumduymaz, her şeye boş ver mantığıyla

yaklaşan bir grup haline getirmeye çabalamaktadır. Ülkemizin en ücra köşelerinde bile yoğun bir şekilde izlenmekte olan bu programlar, emperyalist bir etki ile bizleri esaret altına almıştır.

Artık Türkiye’de çağın gerektirdiği bilgi kendisi tarafından üretilmeli, araştırma geliştirme çabalarına önemle yer verilmeli, desteklenmeli, ülkemizden olan üstün beyin göçü yerine, ülkemize doğru olan üstün beyin göçünü sağlayacak çabalara yer verilmelidir. Mevcut bilgilerin geliştirilebilmelerinin bizim kontrolümüzde olabilmeleri için gereksiz festivallere, senfoni orkestralarına, lüks tüketime giden paralar araştırma ve geliştirme için ayrılmalı, bu bir ulusal politika olmalıdır. Bu milletin fertleri olarak bizlere de önemli görevler düşüyor. Artık bizim de eğitim konusunda, istikbal konusunda kafa yapımızı değiştirmemiz şart. Gelecekte bizim ve çocuklarımızın rahat etmesi için mal mülk biriktirme devri geçti.

Şimdi geçerli akçe, çocuklarımıza iyi bir eğitim vermektir. Bugün birçoğumuz, evimizin güzel mobilyalarla döşenmesini, altımızda iyi bir araba olmasını isteriz. Ama maalesef çocuklarımızın iyi bir eğitim alması konusunda aynı hassasiyeti pek gösteremeyiz. Artık, kız-erkek ayırt etmeden çocuklarımızı okutmak, hepimiz için ulusal bir görevdir. Samimi olarak milletimizin yücelmesini istiyorsak, yürüyeceğimiz tek gerçekçi ve kalıcı yol da budur. Bilgi, günümüzün en gelişmiş silahıdır. Silahını kendi üretemeyen ve başkalarından almak zorunda olan milletler ise gerilemeye mahkûmdur.

Popüler Kültür ve Etkileri

Popüler kültür, günümüzde tüm dünyayı ve tabii Türkiye'yi de egemenliğine almış durumda. Önce kitap ve gazete, sonra radyo, daha sonra sinema, derken televizyon ve nihayet bilgisayar, artık tüm davranışlarımızı etkileyen, zihnimize ve yüreğimize egemen olan bir popüler kültür anlayışını yaşamın bütün alanlarında yürürlüğe koydu. Yemekten giyime, çalışma yaşamından eğlenceye kadar hayatın her alanında tutum ve davranışlarımızı popüler kültür beliriyor.

Popüler Kültür ve Televizyon

20. yüzyılın ikinci yarısının popüler kültür formu olan televizyon, dünyadaki boş zaman aktivitelerinden en revaçta olanıdır. Dünyada 3,5 milyarı aşkın saat TV karşısında harcanmış olacak. İngilizler örneğin, uyku dışındaki saatlerinin ortalama üçte birini TV karşısında geçiriyorlar. Amerika’da bu zaman yaklaşık iki katına çıkıyor. Bir Amerikalı hayatının ortalama yedi yıldan fazlasını bu faaliyetle geçiriyor. (Storey, 2000: 45).

Eğitim düzeyi, dünya görüşü, ekonomik geliri, yaşı, cinsiyeti farklı olan milyonlarca insanın hayatında bir yeri olan televizyon, bu insanlarla beklide daha derin bir ilişki içerisindedir. Televizyon sadece teknolojik bir araç değil, aynı zamanda toplumsal ve kültürel bir biçimdir. Televizyon programları ve programların içeriğine yapılan eleştirilere bakacak olursak televizyonun mekaniksel yani teknolojik yönünden çok kültürel yönüne değinilmiştir. Evimizdeki televizyon bir araçtır: Bu araç örgütlü teknolojik bir yapının yoğun örgütlü faaliyetler ağıyla üretilmiş bir üründür. Bu ürünün kendisi popüler bir araçtır. Aynı zamanda televizyon kendini ve kendini yaratan koşulları ve gözde pratikleri popüler yapan popülerlik yaratma ve tutma aracıdır. Aynı zamanda yerel anlatım üzerinde egemenlik kuran televizyon “imparatorluğun merkezi öyküleme” sistemidir (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 103).

Televizyonda tüketimi arttırmak amacı ile basitleştirip kitlelere sunulan popüler kültür ürünleri sürekli tekrar ve yinelemelerle kitlelere benimsetilmektedir. Klişeleşip standartlaştırılan popüler kültür, televizyon vasıtası ile kitlelere sunulmakta ve özellikle de karmaşık olmamasına dikkat edilmektedir ki bireylerin rahatlaması sağlanmış olsun. Karmaşıklaşan ve kendi ile yüz yüze gelmekten kaçan bireyin sığınağı haline gelmiştir adete TV’ler ve bu sayede üretilen popüler kültür ürünlerini benimseyip hızla tüketmektedirler.

Televizyon kanallarının çoğalması ve insanların kafasını bulandırması popüler kültürü yayması açısından kolaylık sağlamaktadır. Bilindiği üzere televizyon toplumsallaşmada önemli bir yere sahiptir. Geleneksel kültürü devre dışı bırakarak popüler kültürün albenili, renkli dünyasını

sıklıkla yinelenen alışkanlıkları öğreterek bunların davranışa dönüşmesi için çabalamaktadır. Örneğin, ayaküstü kahvaltı yapmak, fastfood, günün her saatinde bluejean giymek v.b gibi.

Türkiye’de televizyon özel kanallarla birlikte etkinlik alanını daha da arttırmıştır ve bu da geniş kitlelere ulaşmasını sağlamıştır. Bakıldığında, televizyonda gerçek sanatçıların, bilim adamlarının yerini popüler kişilikler almıştır. Ve bu popüler kişiler izleyicinin bir parçası haline gelmiş ve gerçek sanatçı ve bilim adamlarının göz ardı edilmesine sebep olmuştur. Televizyonda yayınlanan programlar geniş kitlelere ulaşarak popüler kültür ürünlerini iletmekte ve bireyleri sürekli tüketmeye yönlendirmektedir.

Medya Üzerindeki Etkisi

Popüler kültür ve medya günümüz toplumunda birbirinden ayrılmaz iki kavram olarak kullanılmaktadır. Popüler kültürün geniş kitlelere ulaşmasında medya oldukça önemli bir işleve sahiptir. Haberleşme ve kitle iletişim alanındaki teknolojik gelişmeler medyanın popüler kültürün ana maddesi haline gelmesini sağlamıştır. Öyle ki, büyük ün ve servet kazanmış, popülerleşmiş futbolcular, şarkıcılar, film yıldızları, skandal mankenler ya da popüler yiyecek, giyecek maddeleri arkalarındaki medya desteği çekildiğinde bütün popüleritelerini yitirebilmekte ya da medya desteğiyle daha da popülerleşebilmektedirler.

Popüler kültürün kitlelere yaygın üretimini dağıtımını sağlayan başlıca araç medyadır. Medya aracılığı ile bu popüler kültür ikonaları hızlı bir şekilde servis edilir, televizyondan gazeteye, dergilerden reklam billboardlarına kadar tüm bir kitle iletişim araçları bunun için teyakkuz hale getirilir. Televizyon ise bu kullanılan araçlar içinde en öne çıkandır. Revaçta olan reklamlardan çıkarsamaya çalışırız.

Diziler, gösteri programları, haber süsü verilmiş reklamlar, hepsi televizyonun getirdiği o “canlı” olma, gözle görülebilme ve duysal olarak da deneyimlenebilme özelliği ile hayatımızın en mahrem yerine bile sokulur. Televizyon ve şimdilerde biraz daha gerilerden gelmekle birlikte internet yoluyla bugün en ücra yerdeki insan bile bu kültür endüstrisi içinde kendisine açılan bir kapı bulur ve bir ucundan buna dahil olur. Medya popüler kültür üretiminin tam merkezinde bulunmakta onun üretiminden pazarlanıp tüketilmesine kadar sürekli biçimde yanı başında bulunmaktadır. Medya olmadan popüler kültür de olmaz (www.webhatti.com)

Kitle kültürü bizlere bir yapay gerçeklik ortamı sunarak, sistemin sorunlarını gözlerden uzak tutsa bile, insanların yeni arayışlar içine girmesinden onları alıkoyamaz. Çünkü insanlar durmadan yeni sıkıntılar, yeni acılar, yeni öfkeler, yeni beklentiler vs. edinirler. Popüler kültür işte bu noktada devreye girer ve seri üretim tarzıyla ucuz, basit, herkesin kolayca erişebileceği, tüketilmeyi talep eden ikonlar -pop müzik ürünleri, yiyecek, içecek, ve giyim malzemeleri, dergiler, spor, tv dizileri, çeşitli teknoloji ürünleri vs. üreterek, kitle kültürünün yarattığı yanılısmanın daha da güçlenmesini sağlar. Bu yanılısama sayesinde insanlar hem ayrılaşan yaşam karşısında bir ait olma duygusu ve bir statü kazanırlar hem de sorunlarından biraz uzaklaşıp yaşamlarını öyle ya da böyle sürdürebilmek için enerji toplarlar. Öfkelerini, acılarını, açmazlarını, beklentilerini, farklılıklarını... vs. popüler kültürün bu ikonlarında bulur ve yaşarlar.

Arabesk müzik konserinde dinleyicilerin kendini jiletlemeleri, etrafı kırıp dökmeleri acılarını ve ezilmişliklerini dışa vururlar. Ya da geri kalmış, Avrupa'ya karşı tüm toplumsal alanlarda "hezimete uğratılmış" bir ülkenin bir futbol takımının, Avrupa'nın büyük kulüpleri karşısında aldığı galibiyetler sayesinde o geri kalmış ülkenin popüler kültüre bağımlı kitleleri, tüm ezikliklerini unutarak "Avrupa'yı devirmiş olmanın" coşkusunu yaşarlar." Hatta, bazen, İngiltere'de Beatles topluluğunun konserini sıradan insanlar ile kraliyet ailesi üyelerinin birlikte izlemesi ve kraliyet ailesi üyelerinin bu "ne idüğü belirsiz" şarkıcılar tarafından açıkça hakarete uğratılışına tanık olunması gibi uç örnekler de yaşanabilir. İnsanlar, böylelikle, popüler bir müzik konserinde kraliyet ailesine "fark atabilirler". Ama konser bittiğinde ya da konser salonunun dışına çıktığımızda, toplumun tüm alanlarında kimin kime kaç "fark

atacağını" unutmamanın yaşatabileceği bir yanılısamadır bu. Gerçek hayata uyumlaşmamızı kolaylaştıran bir yanılısma (www.gazete.halkcephesi.com)

Popüler kültürün egemen olduğu günümüz medyasında reel dünyada istediği statü ve kimliği edinme olanağı bulamayan bireyler, TV dizilerindeki karakterleri (Adını Feriha Koydum 'un Emir'i, Aşk-ı Memnu'daki Bihter v.b) popüler futbolcuları (Arda Turan, Emre Belözoğlu vb) popüler manken ve şarkıcıları (Murat Boz, Ajda Pekkan vb.) kendileri ile özdeşleştirerek popüler kişilikleri yaşamlarının bir parçası haline getirirler. Gündelik yaşamlarında ne kadar sıkıntılı olurlarsa olsunlar medyanın sunduğu popüler kültür ürünleri ile bütün sıkıntılarını kurtulup yeni farklı bir yaşamın kapılarını açarlar. Açıköz televizyonun olumsuz etkilerini Eroğlu'nun maddeleriyle açıklamıştır (Açıköz, 2003: 185).

1. Televizyon çocukların ve gençlerin düşünmelik ve yaratıcılık faaliyetlerini engellemektedir
2. Tek taraflı iletişim sağlamakta ve izleyicilerini pasifleştirmektedir.
3. Nitelikçe çok farklı programlar peşi sıra sunulmakta dolayısıyla sistematik düşünce ve hissediş parçalanmakta böylece çeşitli psikolojik kimlik ve karakter bozukluklarına yol açmaktadır.
4. Abartma anlayışı ve tekniğini ön plana çıkararak realite ile kurgu arasında bir dengesizlik ve bozukluk oluşturarak hayalperest tipler oluşturmaktadır.
5. Komedi nitelikleri türündeki programlar aynı şekilde çeşitli psikolojik kimlik ve karakter bozukluklarına yol açmaktadır.
6. Kanal ve program çeşitliliği sayesinde seyircinin zamanını çalmakla birlikte insanın doğal gelişim sürecini tehlikeli bir şekilde kesintiye uğratmaktadır.

Yaşam Tarzı

Genel anlamda yaşam tarzı kültürel yapılarla bağlı olmakla birlikte, tüketim bağlamında eşyayı, mekânı ve zamanı kullanım biçimidir. Bir başka ifadeyle bir şeyler üretmekten çok kullanma ve tüketme biçimleridir (Chaney 1996: 15). Basit anlatımla "bir kişi nasıl yaşar" (howonelives) sorusuyla tanımlanır (Hawkins ve diğerleri 1989: 392). "Yaşam tarzı, bireyin bir tüketim modeli içinde parasını ve zamanını nasıl harcadığına işaret eder. Fakat birçok araştırma tutum ve değerlerin de bu davranış modelleriyle bağlantıları olduğunu gösterir. ...Yaşam tarzı grup aidiyeti olarak da düşünülebilir"(Solomon ve diğerleri 1999: 401).

Problem

Bireylerin yaşam tarzı ile popüler kültür arasında sürekli bir kuşak çatışması yaşanmaktadır. İnsanların günlük rutin işlerinden, davranış geliştirme aşamalarına kadar çevrelerini izleyerek ait olma duygularını gösterme çabaları vardır. Yaşam tarzı aile ve çevreden etkilenerek düzenlenir. Model alma belirleyici işlemdir. Baskın toplum kültürü, çevrenin baskısı, ekonomik koşullar, gelenekler, görenekler, moda vs. yaşam tarzını belirleyen en önemli öğelerdir. Toplumun baskın yaşam tarzı ile bireyin kendi beklentisi bazen çatışma durumunda kalır. Bireyin akranlarına özentisi, dünyadaki trend, kendi beklentileri ile toplumun beklentileri arasında uyumsuzluklar oluşturur. Toplumun ve ailelerin beklentileri ile bireyin beklentileri çoğu zaman zıtlasmaya neden olmaktadır. Popüler kültür, özü itibariyle işgalci, yıkıcı, yok edici ve güçten düşürücü bir özellik taşır. İletişim teknolojisinin imkânlarını kullanarak yapılan sistem, popüler kültür ile insanları belli bir düzende yaşamaya, tüketmeye, inanmaya ve hareket etmeye zorlar. Kitle iletişim araçlarından yoğun bir şekilde faydalanan popüler kültür, kitlelere kendisinin sınırları ve özelliklerini belirlediği bir yaşam alışkanlığı dayatır. İşgalciliği, yıkıcılığı ve yok ediciliği buradan gelir. Popüler kültürün etkisine giren kişi, bir başkası olmaya ve bir başkası gibi yaşamaya mecbur kalır.

Çalışmanın Amacı

Bu çalışmada, popüler kültür ile öğretmen adaylarının yaşam tarzları arasındaki ilişki belirlenmeye çalışılmış ve bu konuda alınması gereken tedbirler ile ilgili öngörülerde bulunmak hedeflenmiştir.

Alt Amaçlar

1. Öğretmen adaylarının yaşamları ile popüler kültür arasında bir ilişki var mıdır?
2. Popüler kültür öğretmen adaylarının yaşam tarzlarını etkilemekte midir?
3. Popüler kültür ve öğretmen adaylarının yaşamları cinsiyete göre değişmekte midir?
4. Popüler kültür ve öğretmen adaylarının yaşamları yaşlarına göre değişmekte midir?

Sayıtlar

5. Araştırmaya katılan öğretmen adaylarının yaş değişkeninin katılımcılar arasında değişiklik göstermediği varsayılmıştır.

Sınırlılıklar

1. Araştırmada veri toplama araçları anketlerle sınırlıdır.
2. Araştırma 2017-2018 eğitim-öğretim yılında Samsun On dokuz Mayıs Üniversitesi'nde öğrenim görmekte olan 200 öğretmen adayıyla sınırlıdır.

YÖNTEM

Araştırma, tarama modelinde yapılmış betimsel bir araştırmadır. Bu çalışmada betimsel araştırma yöntemlerinden genel tarama modeli seçilmiştir. Genel tarama modelleri, çok sayıda elemandan oluşan bir evrende, evren hakkında genel bir yargıya varmak amacı ile evrenin tümü ya da ondan alınacak bir grup, örnek ya da örneklem üzerinde yapılan tarama düzenlemeleridir (Karasar, 2010; 79).

Bu araştırma, amacı bakımından açıklayıcı niteliktedir. Açıklayıcı araştırma türünde, ilişkiler üzerine kurulan hipotezler test edilerek, aralarında sebep-sonuç ilişkisi ortaya konulmaya çalışılır. Araştırmada, popüler kültürün Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi öğretmen adaylarının üzerindeki etkileri tartışılmıştır.

Popüler kültürün ve ürünlerinin, öğretmen adayları üzerinde olumlu etkilerinden çok olumsuz etkileri olduğu bu makalenin temel hipotezidir. Bu çalışma, sosyal grupları kapsayan evrenden seçilmiş bir örneklem grup üzerinde yapılan çalışmalarda kullanılan tarama araştırmasıdır. Belirlenen örnekleme görüşme formu olarak hazırlanan bir ölçek uygulanmıştır.

Araştırmanın Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubunu 2017-2018 Eğitim Öğretim Yılı 1. Döneminde Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Eğitim Fakültesinde çeşitli bölümlerde okuyan 120 kız 80 erkek toplam 200 öğrenci oluşturmaktadır.

Verilerin Toplanması ve Analizi

Araştırmacı tarafından geliştirilen kapalı uçlu toplam 20 madde den 5'li likert tipi bir ölçek geliştirilmiş ve uygulanmıştır. Ölçeğin Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayısı 0.92 olarak hesaplanmıştır. Öğretmen adaylarından elde edilen veriler bilgisayar paket programı olan SPSS programı kullanılarak çözümlenmiştir. Ölçeğe ilişkin açımlayıcı faktör analizi işlemlerine göre KMO (Kaiser Meyer Olkin Measure of Sampling Adequacy) = .90120, Bartlett (Bartlett' s Test of Sphericity) = 3935,875, Cronbach Alpha güvenilirlik katsayısı, .92 olarak bulunmuştur. Ölçek 50 kişilik bir gruba deneme amaçlı uygulanmış, Alpha güvenilirliği .92 görülmüştür. Denemden sonra hedef kitleye uygulanmıştır. Geçerlik için ayrıca alanında 3 uzmana danışılmış onların görüşleri doğrultusunda ölçek uygulanmıştır. Elde edilen bu sonuçlara göre ölçeğin güvenilir bir ölçek olduğu söylenebilir. Faktör analizi sonucunda 20 maddenin bir faktör altında

toplandığı anlaşılmaktadır. Faktör yük değerleri, 30 altında olan ve ölçeğin yapısını bozan maddeler çıkarılmıştır. Verilerin normal dağılım gösterip göstermediği için "Kolmogorov Smirnov" testi yapılmış, değerler "%95 güvenle normal çıkmıştır. Verilerin çözümlenmesinde ortalama, t-testi ve varyans analizi, korelasyon ve regresyon analizlerinden yararlanılmıştır. Anlamlılık düzeyi.05 olarak alınmıştır. Ayrıca öğrenciler ile yüz yüze görüşülerek, daha detaylı bilgi edinilmeye çalışılmıştır. Bu yönüyle araştırma sadece nicel değil, aynı zamanda nitel bir çalışma özelliği de taşımaktadır. Elde edilen veriler, bilgisayar ortamında sosyal bilim araştırmalarına uygun olarak hazırlanan SPSS paket programı kullanılarak analiz edilmiştir.

BULGULAR

Tablo 1. Popüler Kültür ile Yaşam Tarzı Arasındaki İlişkinin Öğrencilerin Cinsiyetlerine İlişkin Düşüncelerinde Farklılık Olup Olmadığına Yönelik T- Testi Sonuçları.

Sınıf Öğrencileri	N	X	S.S.	t	Önem Düzeyi
Kız	130	61,5692	10,10790	,345	,894
Erkek	70	61,0571	9,86560	,347	P > 0,05 Anlamsız

S.D.=198

Tablo1 'deki verilere göre popüler kültür ile yaşam tarzı arasındaki ilişkinin öğrencilerin cinsiyetlerine ilişkin düşüncelerinde farklılık olup olmadığına yönelik t- testi sonuçlarına göre kız ve erkeklerin düşünceleri arasında anlamlı farklılıklar bulunmamıştır.

(t 345, p<0.894). (kız X = 61,5692, erkek X = 61,0571).

Tablo 2. Popüler Kültür ile Yaşam Tarzı Arasındaki İlişkinin Öğrencilerin yaşlarına İlişkin Düşüncelerinde Farklılık Olup Olmadığına Yönelik Tek Yönlü Varyans Analizi Bulguları

Puanlar	Kareler toplamı	S.D.	Ortalama Kare	F	Önem Düzeyi
Gruplar arası	295,411	3	98,470	,984	,401
Gruplar içi	19612,169	196	100,062		P > 0,05 Anlamsız
Toplam	19907,580	199			

Tablo 2'ye göre popüler kültür ile yaşam tarzı arasındaki ilişkinin öğrencilerin yaşlarına ilişkin düşüncelerinde farklılık olup olmadığına yönelik tek yönlü varyans analizi bulgularına göre anlamlı fark bulunmamıştır. (P > 0,05, .401, F. 984)

Tablo 3. Popüler Kültür ile Yaşam Tarzı Arasındaki İlişkiye Yönelik Korelasyon Analizi

	Popüler Kültür	Yaşam Tarzı
Popüler Kültür	1	
Yaşam Tarzı	,220**	1

Tablo 3'e göre popüler kültür ile yaşam tarzı puanları arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmadığını belirlemek için yapılan Pearson korelasyon analizi sonucunda aralarında pozitif yönde bir ilişkinin olduğu bulunmuştur.(r=220,p<.01)buna göre öğrencilerin yaşam tarzları artarken popüler kültürleri de artmaktadır.

Tablo 4. Popüler Kültürün Yaranmasına Yönelik Basit Regrasyon Analizi

Değişken	B	Standart Hata	β	t	p
Popüler kültür	9,139	,940	,220	9,720	,000
Yaşam tarzı	,093	,029		3,167	,002

Tablo 4 incelendiğinde basit doğrusal regresyon analizi sonucunda popüler kültürün yaşam tarzı ile yüksek düzeyde ve anlamlı bir ilişkiye sahip olduğu bulunmuştur. ($R= .220$, $R^2=.048$, $p<.01$) buna göre popüler kültür yaşam tarzındaki toplam varyansın % ,048'ini açıklamaktadır. Standardize edilmiş (B) katsayısı ve t değerleri incelendiğinde popüler kültürün yaşam tarzının anlamlı bir yordayıcısı olduğu söylenebilir.

Sonuç ve Öneriler

Tüm dünyada olduğu gibi bugün Türkiye’de de, halk için halk tarafından üretilen ve halka ait olan kültürü ifade etmek için kullanılan popüler kültür, anlam kaymasına uğrayarak ticari bir meta olarak üretilip pazarlanan ve her geçen gün daha fazla tüketilen gündelik tüketim kültürü şeklini almıştır. Bu kültür, teknolojiye olan gelişmelerle televizyon ve internet gibi kitle iletişim araçlarının artmasının da etkisiyle yaş, cinsiyet, eğitim, meslek ve sosyal sınıf farkı gözetmeksizin toplumun her kesiminin, özellikle de eğitim çağındaki üniversite öğrencilerinin üzerinde büyük ölçüde etki eden bir kültür haline gelmiştir. Bu makalede popüler kültürün, On dokuz Mayıs Üniversitesinde ki öğretmen adaylarının üzerinde ki etkisi ele alınmış, büyük oranda hipotezi destekleyen alan verileri ve yapılan değerlendirmeler aşağıda özetlenmiştir. Kültür bir toplumun ana çizgisini oluşturmaktadır. Tanzimat döneminde Batının etkisiyle oluşmaya başlayan yaşam tarzında, kültürel alandaki Batılı ve geleneksel eksenler sosyal değişme sürecinde standartlaşarak, ticarileşerek günümüzde popülerleşerek gençlik kültürüne de yansıyor. O topluma özgü, o toplum içinde yaşayan kişilerin gelenek, görenek, örf, adet vb değerlerinin bütünüdür. Ve bu değerler bütün toplumlarda farklılık gösterir biri diğeriyle aynı değildir. Popüler kültür gibi her topluma ve herkese uygulanacak tekdüzeleştirilecek sömürgeleştirilecek bir değer değildir. Yaptığımız çalışma sonuçları bize gösterdi ki gelişen ve değişen dünya her şeyde bir değişim gösterdiği gibi kültür de değişme göstermiştir. Öğrenciler çağın popüler kültürü diye adlandırılan furyaya eğilim göstermektedirler. Bunda TV’ye, internete ayırdıkları vakit olsun yiyecek, giyecek tüketmedeki alışkanlıklar olsun, aile ya da arkadaş ilişkilerine gösterdikleri eğilim olsun hepsi göstermektedir.

Eski ve yeni diye ikiye ayırmak gerekirse toplumları ve eskiye kültür adını verip yeniye popüler kültür dersek, bu ikisi arasında o kadar büyük değişimler olmuştur ki; önceden aile kavramımız vardı ve bireyler arasında dayanışma, sohbet muhabbet, birlikte hareket etmek vardı ama anket cevapları gösterdi ki artık aile bireylerinin tekil hareket ettiği ve bir araya geldiklerinde de popüler kültürün ürünlerinden biriyle vakit geçirdiği tespit edilmiştir. Aynı durum arkadaş ilişkilerinde de geçerlidir. Sosyal paylaşım sitelerinin yaygınlaşması ile yüz yüze ilişkiler yerini sanal ortam görüşmelerine bırakmıştır. Günümüz medya, televizyon ya da internette sergilenen ya da özendirilen hayatlar gençlerin oldukça ilgisini çekmiş ve o tarz yaşamlara meyil göstermektedirler. Modernizm adı altında empoze edilmeye çalışılan düşünceler bugün toplumu etkisi altına almıştır. Robotlaştırılan tekdüze sürü insan modeli oluşturulmaya çalışılmış ve büyük bir kesimde de oldukça başarılı olunmuştur.

Üniversite demek aydınlık yarımlar yetiştiren kurum demek, üniversite öğrencilerinin bu özelliğin farkında olması ve bilinçli hareket etmesi gerekir ve herkes kendi kültür ve değerlerine sıkı sıkıya sarılıp kendinden sonraki nesillere aktarmak telaşında olmalıdır. Araştırma sonucunda çoğunluğun kabul ettiğini popüler olandır diye alışverişte “Dikkat ettiğim çoğunluğun kullanıyor olmasıdır” düşüncesi öne çıkmış, giysilerinin marka olmasını tercih edenlerin sayısı yüksek çıkmıştır.

“Süper marketleri olmazsa olmaz görenlerin sayısı oldukça yüksek görülmüştür. “Günde ortalama 3 saat ve üzeri TV izlerim” diyenlerin oranı oldukça yüksek çıkmıştır. “Gündemi internette takip ederim” diyenlerin oranı ise orta seviyededir. “Hakkında hiçbir bilgim olmadığı halde reklamdan etkilenip ürünler almışlığım vardır” diyenlerin oranı düşüktür. Günlük hayatımda kültürel değerlere önem veririm diyenlerin oranı ise yüksek çıkmıştır. Arkadaşlık ilişkilerimi sosyal paylaşım sitelerinden ya da telefonda takip ettiririm in oranı orta seviyelerde görülmüştür. TV izlemeyi vakit geçirme aracı olarak düşünenlerin oranı oldukça yüksek görülmüştür.

Öneriler

- Yaşam kültürü ve popüler kültür çalışmaları önemi bilimsel çalışmalar ile yaygınlaştırılmalı,
- Gençler bu konuda bilinçlendirecek etkinliklere yönlendirmelidir,
- Üniversiteler popüler kültürün tehlikeleri ile ilgili çalışmalara yer vermelidir,
- Aileler bilinçlendirilmeli, çocukları yaşam tarzı ve popüler kültürün kötü etkilerinden koruyacak düzenlemeler geliştirilmelidir.

KAYNAKÇA

- Açıköz, M. (2003) . İletişim Felsefesine Giriş, Birey Yayınları, İstanbul.
- Baudrillard, J. (2006). Sessiz Yığınların Gölgesinde Toplumsalın Sonu, (Çev. Oğuz Adanır), 3. Basım, Doğu Batı Yayınları, Ankara.
- Baykara, T. (2001). Türk Kültür Tarihine Bakışlar, Atatürk Kültür Merkezi Yayını, Ankara.
- Chaney, D. (1996). Yaşam Tarzları. (Çev. İrem Kutluk), Ankara, Dost Kitabevi. Yayınları.
- Eagleton, T. (2005). Kültür Yorumları, (Çev. Özge Çelik), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Erdoğan, İ. & Alemdar, K. (1994). Popüler Kültür ve İletişim, Ümit Yayınları, Ankara.
- Erdoğan, İ. (2004). Popüler Kültürün Ne Olduğu Üzerine, Eğitim, Özel Sayısı, Yıl: 5, Sayı: 57, Milli Eğitim Bakanlığı Yayını, Ankara.
- Erol, M. (2004). Memnuniyetsizlik Felsefesi ya da Popüler Kültür Dayatmaları, Eğitim Özel Sayısı, Yıl: 5, Sayı:57, Milli Eğitim Bakanlığı Yayını, Ankara.
- Fiske, J. (1999). Popüler Kültürü Anlamak, (Çev: Süleyman İrvan), Ark Yayıncılık, Ankara.
- Gans Herbert, J. (2005). Popüler Kültür ve Yüksek Kültür (Çeviren: Emine Onaran İncirlioğlu), Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Hawkins I. D, R. Best., K.A. Coney. (1989) Consumer Behavior, 4. Ed., Boston, Richard D. Irwin Inc.
- Kızıldağ, Ş. (2001). Pop Müzikten Popüler Kültüre Medya Çocukları, Şehir Yayınları, İstanbul.
- Oktay, A. (2000). Postmodernist Tahayyüle İtirazlar, İnkılap Yayıncılık, İstanbul.
- Solomon, Michael., G. Bamossy., S. Askegaard. (1999). Consumer Behaviors. London, Prentice Hall Inc.
- Storey, J. (2000). Popüler Kültür Çalışmaları, (Çeviren: Koray Karaşahin), Babil Yayıncılık, İstanbul.
- Oskay, Ü. (2001). Yıkanmak İstemeyen Çocuklar Olalım, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları
- Yıldız, S. (2004). Televizyonlarda Yayınlanan Magazin, Eğlence ve Yarışma Türü Programların Toplumsal Kültür Üzerine Etkileri - Kırıkkale ve Ankara Örneği", Bilim ve Aklın Aydınlığında Eğitim Dergisi: "Popüler Kültür ve Gençlik" Özel Sayısı, Sayı: 57, Ankara.