



T.C. ANADOLU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

TÜRKİYE'DE VİDEO ve KİTLE KÜLTÜRÜ İLİŞKİSİ

(Doktora Tezi)

M. Ayşe KALAY

ESKİŞEHİR - 1988

İ Ç İ N D E K İ L E R

Sayfa No

BÖLÜM I

GİRİŞ

1-17

SUNUŞ	1
PROBLEM	1
AMAÇ	1
ÖNEM	2
SAYILTI LAR	2
SINIRLILIKLAR	2
YÖNTEM	3
TANIMLAR	3

BÖLÜM II

KÜLTÜR VE KİTLE KÜLTÜRÜ

KAVRAMSAL YAKLAŞIM

18-24

KÜLTÜR	18
POPÜLER KÜLTÜR/KİTLE KÜLTÜR	34
Popüler Kültür	34
Kitle Kültürü	46
İLGİLİ LİTERATÜR	79

BÖLÜM III

VIDEONUN TÜRKİYE'DE
KİTLE KÜLTÜRÜ İLE İLİŞKİSİ

85-120

BUGÜNKÜ TÜRK KÜLTÜRÜ VE KİTLE KÜLTÜRÜ'NE KISA BİR BAKIŞ	85
VIDEONUN TÜRK TOPLUMU'NDAKİ DURUMU	99
Videonun Türk Toplumuna Girmesini ve Yayılmasını Hazırlayan Etkenler ...	99
Videonun Türk Toplumuna Girdikten Sonra Kitle Kültürü Üzerine Yaptığı Etkiler	105
SONUÇ	119

BÖLÜM VI

ÖZET, YARGI, ÖNERİLER

121-126

ÖZET	121
YARGI	122
ÖNERİLER	123
KAYNAKÇA	127

SUNUŞ

Bireylerin, toplumsal yapıda bir ilişkiler ağı içinde yer almaları ve bu ilişkiler sonucunda edindikleri bilgiler, görgüler ve deneyimlerin oluşturduğu bir bütün olarak kültür kavramı, aynı zamanda bu deneyim ve bilgilerin gelecek kuşaklara aktarılması konusunu da içinde taşımaktadır.

Teknolojik gelişmelere bağlı olarak üretim süreçlerinin karmaşıklaşması, yaşam biçimlerinde de farklılıkları gündeme getirmiştir. Bunun sonucunda değişik kültür tipleri ortaya çıkmıştır. Bu kültür tiplerinden biri olan kitle kültürü, teknolojik gelişmeler ve kitle iletişim araçlarının varlığıyla yakından ilgilidir. Özellikle, sinema, TV, video gibi görsel ve işitsel kitle iletişim araçları kitle kültürünün biçimlenmesinde ve gelişmesinde çok önemli bir role sahiptir.

Kozmopolit bir yapıya sahip olan Türk toplumu nda da, teknolojik gelişmelere ve kitle iletişim araçlarına bağlı olarak oluşan bir kitle kültüründen söz etmek olasıdır. Türkiye'de varolan kültürel yapının özelliklerine bağlı olarak, kitle iletişim araçlarının kitle kültürü üzerindeki etkileri de yoğun olmaktadır. Bu anlamda, bir kitle iletişim aracı olarak videonun, Türkiye'de kitle kültürü ile olan ilişkisi önem taşımaktadır.

Bu çalışma, söz konusu ilişkinin ortaya konması amacıyla yapılmıştır.

Türkiye'de video ve kitle kültürü arasındaki ilişkinin kapsamlı biçimde açıklanması amacını taşıyan bu çalışma dört ana bölüme ayrılmıştır. İlk bölümde, çalışmanın amacı, önemi, problemi, sınırlılıklarına yer verilerek, ilgili terimlerin tanımları yapılmıştır.

İkinci bölümde, kültür kavramının açıklanmasına bağlı olarak kitle kültürü ile popüler kültür kavramları ele alınmıştır. Ayrıca bu bölümün bir alt başlığı olarak

çalışmada geçen önemli kaynakların kısaca tanıtıldığı bir ilgili literatüre yer verilmiştir.

Üçüncü bölümde, videonun Türkiye'de kitle kültürü ile ilişkisinin ortaya konması amacıyla önce Türk Kültürü ve kitle kültürüne kısaca değinilmiş, ardından videonun Türk toplumuna girmesini ve yayılmasını hazırlayan etkenler ve Türkiye'de videonun kitle kültürü üzerine yaptığı etkiler, kitle kültürü göstergeleri durumunda olan sinema, tiyatro, müzik, dil, afiş, giyim gibi olgularla ilişkilendirilerek açıklanmıştır. Bu bölüm bir sonuç altbaşlığıyla toparlanmıştır.

Dördüncü ve son bölümde, çalışmanın özeti verilerek, varılan yargı ortaya konmuştur. Ayrıca, yine bu bölümde video kullanımının Türk toplumu açısından daha yararlı bir biçime getirilmesi amacına yönelik önerilere yer verilmiştir.

Bu çalışmanın gerçekleşmesinde katkılarından dolayı Prof.Dr.Yılmaz Büyükerşen ve Prof.Dr.İnal Cem Aşkun'a, gerek biçim gerek içerik olarak bilgilerinden yararlandığım tez danışmanı Doç.Dr.Kezban Güleryüz'e, daktilo edilme ve çoğaltılma aşamalarında çok büyük katkılarda bulunan Yrd.Doç.Dr.Uğur Demiray'a, yardımlarını esirgemeyen Nazlı ve Aydın Kırmızı'ya, manevi desteğinden dolayı eşim Cihan Kalay'a teşekkür ederim.

BÖLÜM I

GİRİŞ

PROBLEM

İletişim teknolojisi ile gelişen kitle iletişimi araçları, toplumsal ve kültürel anlamda son derece etkili bir konuma gelmişlerdir. Kültürel anlamda; özellikle televizyon, video gibi görsel kitle iletişim araçlarının etkisi sonucunda oluşan kitle kültürü göstergelerinin özellikleri, toplumun yapısı ile yakından ilgilidir. Kitle kültürünün, Türk toplumunda ortaya çıkan görünümünde, kitle iletişim araçları içinde videonun yerinin saptanması ve Türk toplumunda kitle kültürünün bugünkü duruma gelmesinde videonun rolünün ortaya konulması araştırmanın problemini oluşturmaktadır.

AMAÇ

Araştırmanın amacı, kitle kültürünün Türk toplumundaki özelliklerine bağlı olarak; videonun konumunun saptanması ve ne gibi bir rol üstlendiğinin ortaya çıkarılmasıdır. Bu amaçla, araştırma kapsamı içinde şu konulara açıklık getirilmeye çalışılmıştır;

1- Kültür, kitle kültürü / popüler kültürün özellikleri nelerdir?

2- Kitle kültürü ile kitle iletişim araçları arasındaki ilişkinin niteliği nedir?

3- Türkiye'de kitle kültürünün görünümü nasıldır?

4- Videonun Türkiye'de yaygınlaşmasına neden olan koşullar nelerdir?

5- Türkiye'de kitle kültürünün etkilerinin somut bir biçimde görüldüğü, sinema, televizyon, müzik, giyim, dil, tiyatro ile video arasında ne gibi bir ilişki kurulabilir?

6- Bu ilişkinin kurulmasına bağlı olarak, Türk Toplumunda kitle kültürünün bugünkü duruma gelmesinde videonun rolü nedir?

ÖNEM

Kitle iletişim araçlarının bir toplumun kültürel yapısı üzerindeki etkileri bilinen bir gerçektir. Bu noktadan hareketle, önemli bir kitle iletişim aracı durumunda olan videonun da bir anlamda kitle iletişim araçlarının etkileri sonucunda oluşmuş bir kültür tipi olarak kitle kültürü ile ilişkisinin ortaya konması önem taşımaktadır. Özelde, Türk Toplumunda bir ilişkinin nasıl olduğu, değişik bazı gözlemleri içerdiğinden, bu alanda yapılacak olan araştırmalar için de yararlı olabilecek bilgilere yer verilmiş olması, araştırmanın önemini daha da arttırmaktadır.

Ayrıca, kitle kültürü üzerinde yapılacak çalışmaların yönlenmesinde rol oynayacak fikirler ve öneriler belirlenmiş ve bu alanda hizmet verecek bir literatür oluşturulmuştur.

SAYILTILAR

Bu çalışmada iki sayılıttan hareket edilmiştir. Bu sayılıtlardan ilki, kitle kültürü ile kitle iletişim araçları arasındaki ilişkinin varlığıdır. Diğer sayıltı videonun bir kitle iletişim aracı olarak kabul edilmiş olmasıdır.

SINIRLILIKLAR

Bu çalışmada araştırmanın ana odağı çerçevesinde bazı sınırlılıklar söz konusudur.

Türkiye'de kitle kültürü ve video bağlantısının irdelenmesi anlamında öncelikle kültür ve kitle kültürü Cumhuriyet'in ilanından sonraki dönemden, günümüze kadar ele alınarak sınırlandırılmıştır.

Türkiye'de kitle kültürü odağında ele alınacak olan ögeler sınırlandırılmıştır. Şöyle ki;

Görsel iletişim araçları sinema, tiyatro, video, televizyon, afiş; sesel ve sözel araçlar müzik, konuşma dili; yazılı araçlar kitap, dergi, gazete ile sınırlandırılmıştır.

YÖNTEM

Bu çalışmada anlatıma dayalı bir yöntem izlenmiştir. Bunun yanında, kuramsal anlamda bilgilerin sağlanması amacıyla, değişik görüş, düşünce ve tanımların yer aldığı kaynakların taraması yoluna da gidilmiştir. Kaynak taraması sonucunda ortaya çıkan görüşlere dayanak sağlaması anlamında araştırmacı yakın çevresinde yaptığı gözlemlere de yer vermiştir. Ancak bu gözlemlerin sınanması amacıyla oluşturulan grup ortamlarında yapılan tartışmalarla, gözlemlerin bireysel bir nitelik taşımasına özen gösterilmiştir.

Araştırma kapsamı ve sınırlılıkları çerçevesinde, önem taşıyan ilişkilerin ortaya konması için, kaynak taraması ve gözlemler sonucunda edinilen bilgilerin irdelenmesi yoluna gidilmiştir.

TANIMLAR

Çalışma ile yakından ilgili bazı terimlerin tanımları yeri geldikçe yapılmıştır. Ancak metin içerisinde geçen lumpen kültür, kitle iletişim araçları, kitle ortamı (mass media), televizyon, uydu, video (teknik anlamda) gibi terimlerin tanımlanması bu bölümde yapılmaktadır.

Kitle ortamı (mass media): Sosyo-kültürel anlamda, sinema, televizyon, radyo, basın gibi kitlelere yönelik araçları içermektedir. Mass media'nın hedefi, maksimum sayıda mesajla, maksimum sayıda bireye ulaş-

maktır. (1) Kısacası mass media iletişim araçlarını da içine alan bir kitle ortamını tanımlamaktadır.

Kitle iletişim araçları: Yapısal özellikleri gereği çok sayıda bireye seslenebilme, mesaj iletebilme özelliğine sahip olan araçlardır. Toplumsal-kültürel anlamdaki pek çok görüş, kitle iletişim araçlarının kitleler üzerinde olumsuz etkileri olduğunu ileri sürmektedir.

Lumpen kültür: Lumpen, sözlük anlamı olarak düzeyi düşük, işsiz güçsüz biçiminde tanımlanabilir. Çoğu kaynakta 'lumpen proletarya' olarak geçmektedir. Bu deyim Marx tarafından ileri sürülmüş, burjuva toplumunda ayak takımı adı verilen işsiz güçsüz, serseriler, hırsızlar gibi sınıf dışı edilmiş unsurları dile getirmektedir. (2) Buradan yola çıkarak lumpen kültürü tanımlanan bu kesimlerin kültürü olarak ele almak olasıdır. Dolayısıyla lumpen kültür de düzeyi düşük bir kültürü ifade etmektedir.

Televizyon: Devinimli görüntülerin kablolar ya da telsiz bağlantısıyla çok uzaklardaki yerlere ulaştırılması ve buralarda izlenmesidir. İzlenmeyi gerçekleştirmek için gerekli olan araçlar ve donanımlar kamera, kablolar, verici, verici anten, alıcı anten ve televizyon cihazıdır. (3)

Uydu ve Uydu yayını: Belirli kanallardan yayın yapan görsel yayın istasyonlarının, dünyanın üzerinde yer alan (uydular) cihazlarla aynı anda çok büyük bir alana yayın yapmalarıdır.

Televizyon izleyicileri artan bir sayıda, televizyon yayınlarına uydu yoluyla ulaşmaya alışmışlardır.

¹ Abraham Moles, Kültürün Toplumsal Dinamiği, (Çev: Nuri Bilgin), E.Ü.Edb.Fak.Yay:21, İzmir, 1983, s.135.

² Orhan Hançerlioğlu, Felsefe Sözlüğü, (2.Baskı), Remzi Kitapevi, İstanbul, 1970, s.194.

³ Nijat Özön, Sinema ve Televizyon Terimleri Sözlüğü, TDK Yayınları, Ankara, 1981, s.295.

Uydu yayınlarındaki tek sorun dildir. Doğrudan uydu yayınındaki en önemli gelişme bireysel alıcılardır. Uydu yayıncılığı çatışan iki gelişmeyi de beraberinde getirmektedir; bunlar yöreselleşme (localisation) ve çekulusluluk (internationalisation)'tur. (4)

Avrupa'da uydu yayınlarının izlenmesi konusunda bazı rakamlar 1987 yılı başı itibariyle şöyledir:

-Sky Channel	-----	8.5 milyon aile
-Superchannel	-----	7.3 milyon aile
-TV 5	-----	4.3 milyon aile
-RAI	-----	2.9 milyon aile
-3 SAT	-----	2.2 milyon aile
-RTL PLUS	-----	2.0 milyon aile
-WORLDNET	-----	1.6 milyon aile
-SAT 1	-----	1.5 milyon aile (5)

Ayrıca Avrupa Topluluğu'nda yapılan bir anlaşmaya göre, 1990 yılından itibaren özel televizyon kuruluşları ülkelerarası serbest yayına başlayacaklardır. Lüksemburg TV şirketi (RTL PLUS)'nin başkanı Gaston Thorn Der Spiegel dergisine yaptığı açıklamada, ticari televizyonculuğun önümüzdeki yıllarda daha da gelişeceğini ve televizyon dizileri ile diyaloglarının da giderek kısılacığını öne sürmektedir. (6)

Video (Teknik Özellikleri): Beards ve Robinson "Videotape" (görüntü bandı) kaydını şöyle tanımlamaktadırlar.

"Videotape kaydı, iyi oluşturulmuş bir yayın sistemi ve oldukça karmaşık ama gereklili ve yararlı ortamdan en iyi sonuçları elde etmek için geliştirilmiş pek çok teknikten biridir. Televizyon yayıncılığının özel alanlarından biridir. Endüstri, hastaneler, okullar, polis ve diğer kuruluş

4 Peter Golding, The Mass Media, Longman Group Ltd, USA, NY, 1974, s.107.

5 Horizons Media International, Focus, April, 1987, s.8

6 "Uydu Televizyon'da Devler Savaşıyor", Cumhuriyet, 29 Ağustos 1987.

ve alanlar videoyu kendi amaçlarına göre kullanmaktadırlar. Bu tür kullanımlarda en önemli gereksinim görüntü sinyalinin daha sonra yeniden izlenmek üzere kaydedilebilmesidir; video kayıt cihazları en çok bu amaç için kullanılmaktadır. (7).

Bye'in tanımı ise videotape kaydı hakkında olmayıp video kaset şebekesi ile ilgilidir. Aslında bu iki konuyu birbirinden ayrı olarak ele almak güçtür. Çünkü videotape kaydı, video kaset şebekesinin ilk aşamasıdır. İlk adım bir video cihazı ile bir videotape'e herhangi bir kameradan gelen görüntü sinyalini kaydetmektir. Kayıtlı olan videotape in değerlendirilmesi aşamasında şebeke gündeme gelmektedir. Sözü edilen tanımı da verirsek, araştırmacı şöyle demektedir:

"Video kaset şebekesi belli bir alanda, kişilere bilgi iletilmesinde ve dağıtılmasında etkili, görsel ve hızlı bir yöntemdir."(8). Aynen alınan bu tanımlarda geçen kaset, videobant, görüntü sinyali vb. video ile ilgili terimlerin burada açıklanmasında yarar vardır. Bir videobant ın üzerine herhangi bir görüntü sinyali kaydedilmezden önce, gerekli olan cihazları ve kullanılan terimleri şöyle sıralamak olasıdır:

Kaset: Bir kaset iki makara içermektedir. Bu makaralarda videobant sarıllı olarak bulunmaktadır. Kaset oynatıcı (videoplayer) cihazın içine herhangi bir kaset konduğunda makaralar bandın cihaz içindeki yoluna sokulmasında yardımcı olmaktadırlar. (9) Görüntü kasetler Beta, VHS, U-Matic 2000 gibi türlere ayrılmaktadır. Beta; Betamax'ın kısaltılmış biçimidir.

⁷ P.H. Beards - J.F. Robinson, Using Videotape, Media Manual, Focal Press, England, 1981, s.9

⁸ A.R. Bye "In Company Communication by VCR", Edited by: D. Kilpatrick, D.S. Proudfoot, Video Production Techniques, Kluwer Publishing, London, 1980, s.5.1.2-01.

⁹ P.H. Beards, J.F. Robinson, a.g.k., s.165.

VHS (Video Home System)'ın avantajı ileri geri sarmada video kafasının bantla temas halinde olmasıdır. V2000, Beta ve VHS'den daha gelişmiş bir sistemdir. Boyut olarak en küçük olanı Beta'dır, bunu sırasıyla VHS ve U-Matic izlemektedir. Yayın kalitesi açısından Beta kasetlerin görüntü kaliteleri VHS'den daha düşüktür. Görüntü kalitesinin iyi olması açısından U-Matic tercih edilmektedir. U-Matic kasetlere yapılan görüntü sinyali kayıtları da nitelik olarak farklı olabilmektedir. Bu açıdan U-matic band kayıtları da low ve high olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Low band kayıta normal bir görüntü sinyali U-Matic bant üzerine kaydedilmektedir. High band kayıta ise FM standardında kullanılan daha yüksek frekanstaki bir sinyal ile renklerde ve genelde görüntüde oluşan düzelme ve kalite söz konusudur. (10)

Video Monitör: (görüntü) Video sinyalinin görüntü olarak görünmesini sağlayan cihazdır. Basit anlamda bir televizyon alıcısıdır, ancak ses ayar düğmeleri yoktur. (11)

Video Bant Kaydı: Terim normal olarak video sinyalinin manyetik bantta kaydının tüm şekillerini kapsamaktadır, VTR olarak kısaltılmış biçimde de kullanılmaktadır. (12)

Video Bant Kayıt Cihazı: En basit bir video bant kayıt cihazı video girdi (input) sinyaline sahip olmalıdır. Bu sinyal, standart seviye denilen voltaja sahiptir. Bir televizyon monitörü ile video bant kayıt cihazı arasında yapılan bir bağlantıyla, kasette kayıtlı olanları izlemek olasıdır. Kayıt cihazı hem kayıt yapabilme, hem sesi kaydedebilme özelliğine sahiptir. (13)

10 Beards, Robinson, a.g.k., s.167.

11 Beards, Robinson, a.g.k., s.170.

12 Beards, Robinson, a.g.k., s.171.

13 Beards, Robinson, a.g.k., s.30.

Video bant kayıt cihazına girdi, vision mixer denen görüntü kontrol masasından geçirilerek her türlü mix (zincirleme) wipe (silme), dissolve (bindirme) diğer görüntü efektlerini de kaydedebilecek bir konumda verilebilir. Evlerde kullanılan video kayıt cihazları (VCR) ev sinema filmleri, slaytların gösterimi amacıyla kullanılmaktadır. Pek çok kuruluş da film den video'ya transfer (telecine) için (arşivleme kolaylığı nedeniyle) bu aktarma yapılmaktadır ve televizyonda yayınlanabilme amacına yönelik olarak yapılan işlerde uzmanlaşmış durumdadır. (14)

Video bant: Görüntü (televizyon) sinyallerini yeniden okumak ve kaydetmek için kullanılan manyetik kayıt bandıdır. (15) Video bant kullanım alanları haberler ve son yıllarda da esas olarak "live-on-tape" denilen stüdyo programlarıdır. Şu anda ise düzenli televizyon dizilerinin yapımı konusunda filmin de alanına girmiştir. Kısaltılmış olarak EFP (Electronic Field Production) denilen sistem ile, ENG (Electronic News Gathering) denilen sistem birleşerek, video yapımlarında televizyon tekniklerinin kullanımını temsil etmektedirler. Bu alandaki büyük gelişme, (1956'da Ampex'in ürettiği 4 kafalı video bant kayıt cihazından beri ilk değişiklik) stüdyolar için yeni bir standard görüntü bant kaydının geliştirilmesidir.

Televizyon yayıncılığında resim kontrol ve özel efektler için kullanılan kompüterler yani dijital televizyon donanımı, tape editör, özel efekt jeneratörleri gibi cihazlara da akın edilmesini gerektirmiştir. Dijital kayıt ediciler, görüntü kalitesinde kayba yer

¹⁴ D.Lachenbruch, "Master Control from the Bedroom to Space", Edited by: Steven H. Scheuer, The TV Annual 1978-79, First Collier Books, USA, 1979, s.194

¹⁵ Beards, Robinson, a.g.k., s.171.

vermeden, ne kadar kopya çıkarılırsa çıkarılsın, jenerasyon sorunu olmayan cihazlardır.(16)

Teletext, viewdata, videofax gibi sistemler de televizyon ekranının kullanımına yenilik getirmiştir. Videofax sistemi ile oluşturulan gazeteler, dergiler, kitaplar söz konusudur. Bu tür sistemler nasıl televizyon ekranının kullanımına yenilik getirdiyse, yayın ve kablolu televizyon da izleyiciler üzerinde çok etkili olmaktadır.

Günümüzde yayıncılar "videosphere" denilen video alanının merkezi olmama durumunu azaltmak ve daha küçük birimler anlamında "minicasting", "deepcasting", "narrowcasting" gibi terimler kullanmaktadırlar. "Very High Frequency Programming" (Çok Yüksek Frekans Program (VHF), "Ultra High Frequency", eğitim televizyonu ya da yabancı dilde yayın yapan istasyonlar gibi özel ilgi programları (UHF); Community Antenna TV (CATV), Closed Circuit TV (CCTV), Videotape Recording (VTR), Videotape Cartridges (VTC); Electronic Video Recording (EVR); Satellite TV (Uydu televizyonu) (COMCAT, INTELSAT) gibi teknikler dünyadaki iletişim yapısını değiştirmektedir. (17) Burada sözü edilen CATV sisteminde kişi evinden çıkmadan doktoruna, bankaya, alışverişe ya da arkadaşlarına gidebilme rahatlığına sahiptir. CATV sistemleri bazı programları evlere aktarmada, insanlar uyurken VTR aracılığıyla kaydetmede ve daha sonra yeniden izlemeye kullanılmaktadır.

1970 yılında yapılan çalışmada 1980 yılında Amerika'da evlerin %90'ında CATV sistemi bulunacağı tahmin edilmektedir. (18) Bu konuda özet olarak şöyle

¹⁶ D.Lachenbruch; "Master Control from the Bedroom to Space", agm, s.187.

¹⁷ G.Youngblood, Expanded Cinema, E.P.Dutton Co.Inc, New York, 1970, s.260.

¹⁸ G.Youngblood, a.g.k., s.261.

denilebilir. Film yapımları yerlerini hızlı bir biçimde video donanımlarına bırakmakta, gazete ve televizyon şirketleri ve diğer bu tür kuruluşlar kablo televizyona geçiş yapmaktadırlar. Televizyon alanındaki teknik gelişmeler, yeniden gösterim için kaydedilen görsel materyallerin yeni arşivleme biçimleri manyetik videoteyp, vinil laner hologramlar, PVC diskler, elektronik işlemden geçirilen filmleri içermektedir. Kablo ile ilgili teknolojik gelişmeler, izleyicilere ne zaman, neyi izleyecekleri konusunda artan sayıda alternatifler oluşturmaktadır. Öncelikle ticari şirketler yeni cihazlarla donatılmış olmaları ve deneyimleri sayesinde ürünlerinin pazarlanması konusunda sıkıntı çekmemektedirler. Geniş anlamda ürünler popüler eğlence amacıyla ya da eğitsel materyal olarak kullanılmışlardır. (19)

Teknolojik gelişmelerle birlikte iletişim, özellikle de görsel iletişim alanındaki gelişmeler sonucunda sözü edilen video teknikleri, film tekniklerini geride bırakmıştır. VTR ile film karşılaştırıldığında, bandın avantajlarını şöyle sıralamak olasıdır:

Kullanım kolaylığı: Televizyon anındalığa sahiptir. Pozlama yanlışlıkları, görüntünün kalitesi gibi bazı hatalar çok çabuk bir şekilde düzeltilebilir.

Fiyat: Televizyon yapımları, film yapımlarından daha kısa sürede hazırlanır. Bu nedenle de daha ucuza mal olur. Bir saatlik bir renkli filmin maliyeti, bir video bant için yapılan işlemlerin maliyetine eşittir, ancak video bant silinerek, tekrar tekrar kullanılabilir.

Kurgu: Film kurgusu daha kolaydır, ancak elektronik kurgu sayesinde VTR kurgusu daha az karmaşık olmaktadır. VTR kurgusu esnektir ve prova yaparak kurgu

¹⁹ Peter Golding, The Mass Media, Longman Group Ltd, USA, New York, 1974, s.106.

yapabilme olanağı söz konusudur.

Bantta ses konusu daha önemli bir sorundur: Elektronik kurguda bantta ses ve görüntü arasındaki ayrım bir sorun yaratmamaktadır.

Dağıtım: Video sinyallerinin ulaştırılması kolaydır. Televizyon monitörleri çeşitli yerlere monte edilebilir ve sabit bir VTR tesisatından yararlanılabilmektedir. (20)

Görüldüğü ki, video teknolojisinin kullanım kolaylıkları da sağladığı olanaklar filminden çok daha fazladır. Video teknolojisinin kullanıldığı alanları da açıklamak, bu üstünlüğün vurgulanması açısından yararlı olacaktır:

Eğitim alanında video kullanımı (VTR in Education):

- . Karmaşık deneyler kaydedilerek, daha sonra yeniden izlenebilirler.
- . Videonun daha geniş bir izleyici kitlesine ulaştırılması, dağıtılması kolaydır.
- . Bir video kamerası, gürültülü ya da tehlikeli çevrelerden ve izleyicilerden izole edilebilir.
- . Kayıtlar yeni baştan izlenebilir; çok önemli zaman tasarrufu sağlar.
- . Bir televizyon kamerası herhangi bir olaya ya da nesneye çok yaklaşabilir. (Bu insan gözünün yapacağı bir şey değildir.)
- . Gürültülü bazı işlemlerdeki ses seviyeleri, işitilebilecek biçimde ayarlanabilir.
- . Bir öğrenci videotape sayesinde izlediği dersin önemli yerlerine geri dönerek izleyebilir. (Bu işlem dersten sonra yapılmaktadır.)
- . VTR kullanımının en önemli dezavantajı ise tek yönlü bir iletişim aracı olmasıdır. Ders dinleyen-

²⁰ Beards, Robinson, a.g.k., s.26.

lerin derse katılmaları söz konusu olamamaktadır. Ayrıca, uzun bölümlerde izleyicilerin dikkatlerinin dağılması sorunu da söz konusu olmaktadır. (21)

Olay sonrası incelemelerde video kullanımı (Post Event Analysis):

. Spor alanında; VTR, herhangi bir spor dalında eğitim amacıyla kullanımı çok gerekli olan bir araç durumuna gelmiştir. Spor dallarının bazılarında, özellikle tekniğin çok önemli olduğu dallarda kullanımı yarar sağlamaktadır. Futbol, hokey gibi takım sporlarında, maçlardan sonra, yapılan hataların incelenmesinde, ekip halindeki eğitim çalışmalarını sırasında kullanılmaktadır. Golf, tenis, boks, jimnastik, buz pateni, atletizm, atlama v.s. gibi bireysel spor dallarında sporcunun kendini analiz etmek için VTR kullanımı oldukça büyük kolaylıklar sağlamaktadır. Teknik açıdan yapılan incelemeler, slow motion (ağır gösterim) ve still frame (duran kare) gibi olanaklar nedeniyle daha mükemmel olabilmektedir. Rekabete dayalı spor dallarında, televizyon kamerası ve VTR sayesinde 'photo-finish' denilen yöntemle, ayrıntılar çok çabuk olarak incelenebilir. (22)

. Tıp alanında (medical):

Televizyon, bir enfeksiyon riski olmaksızın tıbbi teşhis ve ameliyat sırasında daha çok sayıda izleyici bulunmasına olanak tanır. VTR, bu tür durumlarda öğrencilere analiz yapabilecekleri kayıt olanağı sağlamaktadır.

. Endüstri alanında (Industrial):

Kamera ve VTR, zaman ve hareket çalışmasının gerekli olduğu endüstri alanlarında da kullanılmaktadır.

. Güvenlik sistemleri (Security systems):

İzlenmesi gereken bazı durumlardan istenenler

²¹ Beards, Robinson, a.g.k., s.10-11.

²² Beards, Robinson, a.g.k., s.12.

seçilerek kaydedilebilir. "Continuous time lapse" denilen kayıt sistemi, ya da "silent alarm" sistemi kimlik saptaması amacıyla kullanılabilir. Ayrıca bir bilgi kaydedilerek hızlı bir biçimde başka bölgelere ya da yerlere gönderilebilir. Televizyon, mikrodalga link yoluyla polis merkezleri arasında hızlı bir iletişim sağlar. Polis merkezlerinde kayıtlı bulunan, çalınmış otolar, kayıp ya da aranan kişiler, genel bilgiler video bantlarda toplanabilir. (23)

. Tanıtımlar ve satış amacıyla kullanım
(Demonstrations and Sales Aids):

İyi hazırlanmış video kayıtlar kullanılarak, Ürün hakkında bilgi sahibi olmuş kişilerde yapılan görüşmelerden yararlanarak ürün tanıtımı yapılabilir. Gelecekte ürünü satın alması beklenen bir tüketiciye ürünle ilgili örnekler kayıt edilmiş bir kaset yardımıyla gösterilebilir.

VTR, reklam hazırlama konusunda reklam ajansına değişik olasılıkları müşteriye sunmada yardımcı olabilir. Süpermarketlerde ya da sergilerde kurulan bir kapalı devre televizyon sistemi, muhtemel alıcıyla, satın almaya hazır duruma geldiği zaman kontakt kurulmasını sağlar. Bir video bant, özel sunumlar, indirimler ya da yeni malları, televizyon ekranında stratejik durumlarıyla yerleştirilmiş bir biçimde görülecek biçimde hazırlanabilir. (24)

Bu amaçlardan başka, VTR sahne oyunlarının provalarında, canlı eğlence ya da film yayınları sırasında önemli bir bölüm gösterimi için kullanılabilir. VTR'in yeniden gösterim olanağına sahip olması, sanatçılar tarafından rol çalışması amacıyla kullanımında kolaylık sağlamaktadır. Bunun yanında, yapımcı tara-

23 Beards, Robinson, a.g.k., s.15.

24 Beards, Robinson, a.g.k., s.18.

findan, hareketlerin nasıl olması gerektiğini açıkladığı yerlerde, ya da beceriksizce yapılmış durumların söz konusu olduğu durumlarda bir oyuncuya daha geniş ve açık bir şekilde açıklayabilmesi için de kullanılabilir. Film için yönetmene prova çekimleri ya da efektlerinin film öncesi izlenebilmesinde yardımcı olabilir. Sanatçılar, zor sahnelerdeki ifadeler ve onların gücünü kontrol etmek amacıyla kullanabilirler.(25)

Yayınlanmış bir program daha sonra izlenmek amacıyla kaydedilebilir. Eğer kaydeden cihaz ayarlanırsa, bir kanal izlenirken, diğer kanal kaydedilebilir. Bunun için sadece aerial bir kablonun bağlanması gereklidir. Kaydedici cihazda video girişi (video-in) varsa kamera ile gerekli bağlantılar yapıldıktan sonra kayıt yapılabilir. Hemen playback yapılabilmesi, sonucun anında kontrol edilebilmesi demektir. (26)

Eğitsel amaçlı şebekeler VTR'ı iki nedenle kullanmaktadır:

1- Programlar genellikle komplekstirler, çünkü yapılmamaları daha büyük güçlükler doğuracak olan şeyleri ortaya çıkarmaya çabalamaktadırlar.

2- Programlar normal olarak pek çok kez yeniden izlenmektedirler. (27)

Herhangi bir video programı iki biçimde yapılabilir:

- Çekim sırasında her türlü trik, ya da diğer görüntü ile ilgili efektler yapılabilir. Böyle bir çekimde vision-mixer kullanımı gereklidir. Kurguya gerek bırakmayacak biçimde, çekim aşamasında tüm işler bitirilmeye çalışılır. Bu tür bir çekimde görüntü kaynak-

25 Beards, Robinson, a.g.k., s.20.

26 Beards, Robinson, a.g.k., s.23.

27 Beards, Robinson, a.g.k., s.24.

ları kameralar, telecine (doğrudan doğruya filmde istenilen bir görüntüyü vermeye yarayan cihaz), daha önce kaydedilmiş görüntülerin bulunduğu bantlar olabilir. Bu tür çalışmanın dezavantajı ise, bir aksaklık sırasında çekimin durdurulması ve düzeltilmesi söz konusu olamamaktadır.

-Çekim sonrası çalışmalarda (Post production) işlemler, çekim bittikten sonra, kurgu aşamasında gerçekleştirilir. Bu tür çalışmanın avantajları ise şunlardır:

.Çok kompleks pek çok sayıda sahne ayrı ayrı yapılabilir.

.Sahneler arasında daha hızlı kurgu yapılabilir. Görüntü kalitesi ve seste daha az kayıp sağlanabilir.

.Sahne aralarında, makyaj, maketlerin kurulması, kostüm değişiklikleri için zaman kalmaktadır. "Flashback" ler, mümkün olabilmektedir.

.Sanatçılar daha az yorulurlar. Küçük yanlışlıkların olduğu sahneler kolaylıkla tekrarlanabilir. Yönetmen sahneler hakkında düşünmek için daha çok zamana sahiptir. (28)

VTR'in çeşitli alanlarda kullanılması konusunda son olarak şunları söylemek olasıdır:

-VTR, yönetici ile çalışanlar arasındaki iletişimde kullanılabilir. Çalışanların büyük bir bölümü yönetimdekileri görmek ve tanımak istemektedir. Büyük kuruluşlarda bu mümkün değildir, ancak hazırlanmış video bantlar bu tür eksiklikleri gidermede yardımcı olabilmektedir.

-Yöneticilerle hissedarlar arasında iletişim sağlamak amacıyla kullanılabilir. Yeni tesisler, üretimler ve son gelişmeler, hissedarla yapılan toplantı-

larda çekilerek hazırlanmış video bantlarla duyurula-
bilmektedir.

-Bazı talimatlar video kayıt yoluyla daha iyi
açıklanabilmektedir. Bu yöntem çoğu zaman yazılı ve u-
zun talimatlardan çok daha ekonomik olmaktadır.

-Bir yıkım olduğunda, video bant yoluyla hasarın
ne kadar olduğu kısa zamanda görüntülenerek ortaya ko-
nularabilir.

-Kaydedilen mesajlar dünyanın herhangi bir ye-
rindeki kişilere gönderilebilmektedir. (29)

Videonun teknik özelliklerini kısaca ortaya koy-
duktan sonra son olarak şu söylenebilir; VT, televizyon
değildir. Bazı yönlerden çok benzemelerine karşın, ay-
rıldıkları noktalar da çok fazladır. Kullanılan cihaz-
lar açısından ikisini ayırmak pek olası değildir. Ancak
izleme aşamasında, videodaki herhangi bir görüntü yeni-
den izlenebilme şansına sahipken, televizyon yayınında
böyle bir olanak yoktur.

1986 yılında Avrupa ülkelerindeki video sayıları
şöyledir;

	<u>Nüfus</u>	<u>Video</u>	<u>%</u>
Avusturya	---- 7.5 milyon	---- %6 (2.7 milyon aile)	---- %6
Belçika	---- 9.8 "	---- 600 bin	---- %6
Danimarka	---- 5.1 "	---- 224 bin	---- %4
Finlandiya	---- 4.9 "	---- 350 bin	---- %7
Fransa	---- 55.1 "	---- %6.7	---- %6.7
Yunanistan	---- 9.7 "	---- 149.500	---- %1.5
İrlanda	---- 3.4 "	---- %12(0.85 milyon ailenin) (109 bin)	---- %12
İtalya	---- 57.1 "	---- 18.5 milyon ailenin %3.1	---- %3.1

	<u>Nüfus</u>		<u>Video</u>	<u>%</u>
Hollanda	---- 14.5 milyon	----	(Bilgi verilmiyor.)	
Norveç	---- 4.14 "	----	300 bin (ailele- rin %20' si)	---- %20
Portekiz	---- 10.26 "	----	Ailele- rin %10'u	---- %10
İspanya	---- 37.7 "	----	100 bin evde	---- %0.2
İsveç	---- 8.35 "	----	3,5 mil- yon aile- nin %20' si	---- %20
İsviçre	---- 6.4 "	----	(Bilgi verilmiyor.)	
İngiltere	---- 56.4 "	----	%28	---- %28
B.Almanya	---- 64.2 "	----	(Bilgi verilmiyor.)	(30)

Araştırmanın temel konularından olan popüler kültür ve kitle kültürü kavramları bir bölümde ayrıntılı olarak açıklanmakla birlikte, tanımlarda da çok kısa bir biçimde yer verilmeleri yerinde olacaktır.

Popüler sözcüğü sözlük anlamı olarak güncel olguları ifade etmekle birlikte, araştırma kapsamındaki anlamı daha değişiktir. Popüler kültür, tarihin her döneminde söz konusu olmuş, yaygınlaştırılmış ve güncelleştirilmiş kültürel olguları ifade etmektedir. Kitle kültürü ise endüstrileşmeyle birlikte gelişmeye başlamış, kültürel ürünlerin metalaştırılmalarıyla ve kitle iletişim araçları ile yakından ilişkili bir kültür tipidir. Bazı görüşlere göre de popüler kültür ve kitle kültürü arasında fark yoktur.

BÖLÜM II

KÜLTÜR VE KİTLE KÜLTÜRÜ

KAVRAMSAL YAKLAŞIM

KÜLTÜR

"Kültür sözcüğü, Latince'deki Cul- tura, cultus, agrikultura gibi sözcük- lerden gelme olup, genelinde 'işleme' (toprağı işleme) anlamına gelmekte ve insan emeği, insanın etkin, dönüştürü- cü faaliyeti ile yakın bir bağıntı i- çinde bulunmaktadır." (1).

Kültür kavramının 200 yıl kadar önce filozoflar tarafından ortaya konduğu ve ilk olarak 1793 yılında basılmış olan bir Alman sözlüğünde yer aldığı Moles tarafından belirtilmektedir. (2) 18. yüzyıldan önce daha çok ekip biçmek anlamında kullanılan kültür söz- cüğü, insan zekasının gelişimi ve geliştirilmesi bi- çiminde Voltaire tarafından ele alınmıştır. (3) İnsan zekasının gelişimiyle birlikte kültür kavramı değişik boyutlar kazanmış, daha karmaşık bir yapıya kavuşmuş- tur.

Goldenweiser'a göre, temel ögeler açısından kültür psikolojiktir, ayrıca son çözümleme de bireyler- den doğar. Fakat bütünleşmiş bir varlık olarak kültür tarihsel, birey üstü bir birikimdir. İnsanın kültürle yüz- yüze gelmesi, doğa ile yüzyüze gelmesinde olduğu gibi nesnel deneyimlerinin bir parçasıdır. Bu deneyimlerle kültürü özümleyebilir. Böylelikle de kültür onun ruhsal bütü- nünün bir parçası olur. (4) Görülüyor ki, bir bütün o-

¹ Aziz Çalışlar, Günümüzde Sanatsal Kültür ve Estetik, Cem Yayınevi, İstanbul, 1983, s.10.

² Moles, a.g.k., s.1.

³ Metin And, Ergun Şenlik, Erkan Canak, Kültürel Etkinlikler ve Büyük Kuruluşlar, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları:229, s.91.

⁴ R.E.Turner, "Kültürel Değişmenin Merkezi Ola- rak Endüstri Kenti", (Çev:Ş.Bozok), TÖEF Dergisi, EİTİA Yayını:217/141, s.340.

larak kültür, psikolojik olgulardan hareketle, toplumun yapısını da oluşturan bir yapıya sahiptir. "Bu karşılıklı etkileşim sonucu, kültür dış dünyaya bakan bireyin algılarına, bireyin algılarını yansıttığı bir kavramlar ekranı sağlama işlevi görür." (5).

Bireyin, toplum içinde yaşamını sürdürebilmesi için bir şeyler üretmesi gerekliliği söz konusu olduğunda kültür daha da karmaşık bir yapıya dönüşmektedir. Kültür insanların maddi ve manevi üretiminde gerçekleşen etkin, yaratıcı faaliyetlere dönüşmektedir.(6) Böylece toplumsal açıdan önem taşıyan maddi ve manevi değerler yaratılmaktadır. Genelde üretim sürecinde önem taşıyan araç ve gereçlerin insanların sahip olduğu değer ve inançların tümü de kültür olarak tanımlanabilir. (7) Bu noktadan hareketle Sorokin'in sosyo-kültürel olgu ya da olayların öğelerinin bütünü olarak ele aldığı kültürel sistemde, sözü edilen anlamlar, değerler ve kuralların önemi ortaya çıkmaktadır. Kültürel sistemi oluşturan anlam, değer ve kuralları yaratan işleten ve anlamlı etkileşim etkinliklerinde kullanan bilinçli kişiler ve grupların oluşturduğu toplumsal sistem ile kültürel sistem, kültür kavramını bir bütün olarak içermektedir. (8)

Gerek toplumsal sistem, gerek kültürel sistemi oluşturan öğeler, maddi ve manevi değerler, insanın yaratıcı etkinliğini de içermektedir. Çalışlar'ın belirttiği gibi, "İnsanın yaratıcı etkinliği, kültürel değerlerin tümünde kendi nesnelleşmesini bulur."(9). Antropologlar ve toplumbilimciler kültür konusuna

5 Moles, a.g.k., s.15.

6 Çalışlar, a.g.k., s.11.

7 Emre Kongar, Toplumsal Değişme, Remzi Kitabevi, İstanbul, 1981, s.398.

8 Kongar, a.g.k., s.117.

9 Çalışlar, a.g.k., s.59.

toplum açısından yaklaşmaktadırlar. Yani, kültür toplum tarafından oluşturulmuş ve iletilmiş davranış ve düşünce yapısıdır. (10) Bu tanıma çok benzeyen bir başka tanım şöyledir: "Kültür, toplumda ortak olan davranış kalıplarını ya da alışkanlıkları içerir." (11). F.B. Taylor'un tanımına göre, toplumun ögesi durumunda olan bireyin de, toplum yapısından etkilenmesi ve geçerli kurallara uyma durumu söz konusu olduğundan, aynı şekilde, bireyin kazandığı alışkanlıklar ve tüm yeteneklerin oluşturduğu bütüne kültür denmektedir. (12) Tarihsel görüş açısından insan davranış ve düşünce yapısının evrimi, bir kültürel geleneğin evrimi olarak tanımlanabilir. Davranış ve düşüncenin evrimi konusundaki bu anlayış; aynı zamanda, kültürel gelişmenin, yeniliklerin özümlemesi, eski öğelerin yitirilmesi yoluyla sürekli hızlanmasına karşın kültürel geleneğin içinde derine işleyen rahatsızlıklar olacağını ve bunların uzun süreli bütünleşmeyi bozup, yenisine yol açacağını da öngörmektedir. (13)

Kültürün toplumsal yapı ile birlikte gelişmesi sonucu bireyler değişik davranış ve düşünce biçimleriyle karşı karşıya kalmaktadırlar. Bu değişiklik, toplumsal süreç ile içiçedir. Tarih boyunca insanın, toplumların gelişmesi, karmaşık yapılara sahip olmaya başlamaları sonucunda, kültürel yapı da gelişmeye ve değişmeye başlamıştır. Albert Kreiling, kültürü, "anlamlı bir dünya kuran, gerçekliği daima koruyan ve mantıklı bir ortam oluşturan toplumsal bir süreç" olarak tanımlayarak, kültürel yapı ile toplumsal yapının içiçeliğini ortaya koymuştur. (14)

10 Turner, a.g.m., s.339.

11 And, Şenlik, Canak, a.g.k., s.92.

12 And, Şenlik, Canak, a.g.k., s.91.

13 Turner, a.g.m., s.339.

14 Albert Kreiling, "Toward a Cultural Studies Approach for the Sociology of Popular Culture", Communication Research, Vol.5, No.3, July 1978, s.249.

Matbaa öncesi 'sözlü kültür' dönemi, efsaneler, halk öyküleri, dinsel kitaplar, vaazlar, kulaktan dolma bilgiler şeklindedir. Çok kısıtlı bir çevre içinde varlığını sürdürdüğünden yerel bir özellik taşımaktadır. Ayrıca bireylerin toplumsal statülerine bağlı bir niteliğe sahiptir. Sözlü kültür dönemi tam anlamıyla bir kültür olarak kabul edilemez. Çünkü biriktirme ve aktarma olanakları yok denecek kadar sınırlıdır. Bu nedenle gerçek anlamda kültür, ancak 'yazılı kültür' döneminde söz konusu olmuştur. Böylelikle insan, grup ve devletler arasında bir iletişim yapısına kavuşulmuştur. (15) İnsan, grup ya da devletler arası etkileşimin söz konusu olmasıyla kültürel yapıdaki değişiklikler önem kazanmıştır, yani karşılıklı bilgi alışverişi bu değişimi gerektirmiştir. Margaret Mead değişim konusunda şu görüştedir:

"Her insan kültürü, her dil gibi bir bütündür. Bu nedenle bireylerin ya da toplulukların değişmesi gerektiğinde onların eski modeli tümüyle bırakıp yenisine geçmeleri büyük önem taşır." (16).

Alguadis'in bir yazısında değindiği gibi, Hegel'e göre de, insanın geçmiş kültürüyle ilişkili olarak kültürel yapıda değişiklikler yaratmasının diğer bir yolu da us (akıl)'tur. (17) Us yoluyla bilgilerin öğrenilip, biriktirilip aktarılması kültürel sistemlerin yaşamsal nedenidir. Kültürün evrimi de bu öğrenme ve aktarma yeteneklerinin gelişmesine ve onları gerçekleştiren ilerlemelere bağlıdır. İnsanın doğa üzerinde ege-

¹⁵ Emre Kongar, Demokrasi ve Kültür, Hil Yay., İstanbul, 1983, s.25.

¹⁶ Alvin Toffler, Sok, (Çev:S. Sargut) Altın Kitaplar, İstanbul, 1981, s.309.

¹⁷ Jak Alguadis, "Hepimiz Gericiyiz", Cumhuriyet, 24 Haziran 1987.

menliğinin kurulup artması, teknoloji ve siyasal icatların öğrenilmesi sayesinde mümkün olmuştur. (18) Kültürel yapıların birbirlerini etkilemeleri yoluyla, birikimlerin başka toplumlara aktarılması sonucu teknolojik ilerleme yolu da açılmıştır.

Moles'un belirttiği gibi, kültür özellikle, toplumsal alanda etkide bulunan bir güç olarak ortaya çıkmaktadır. (19) Dolayısıyla kültürel yayılma, toplumlar arasındaki teknolojik, kültürel bilgilerin aktarılması ve böylece kültürel evrimin gerçekleşmesinde söz konusu olmaktadır. (20)

18 Kongar, Toplumsal Değişme, s.288.

19 Moles, a.g.k., s.258.

20 Toplumsal değişme ile kültürel evrim arasındaki ilişkinin özelliğini ortaya koyabilmek için Merton'un toplumsal değişme konusundaki görüşlerine başvurmak yararlı olacaktır. Merton, toplumsal değişmeyi "anomie" kavramı ile açıklamaktadır. Kongar'ın, Merton'ın "Social Theory and Social Structure" adlı araştırmasından yaptığı aktarmalara göre, Anomie göstergeleri şöyledir:

1. Toplum liderlerinin kişi gereksinmelerine karşı ilgisizlikleri hakkında bir algı

2. Temel olarak düzensiz ve kuralsız görülen bir toplumda çok az şeyin başarılabileceği algısı

3. Yaşamın amaçlarının, gerçekleştirilmek yerine, gitgide gerilediği konusunda bir algı

4. Bir boşluk ve hiçlik duygusu

5. İnsanın toplumsal ve psikolojik destek için kişisel ilişkilerine güvenemeyeceği konusunda bir inanç." (Kongar, Toplumsal Değişme, s.155)

Durkheim'a göre de, anomie, bir toplumda ya da bir grupta meydana gelen görece kuralsızlıktır. Anomie kavramı toplumsal değişme konusunu daha çok olumsuz bir biçimde açıklamaktadır. Yine Kongar'ın Ogburn'un "Social Change" adlı yapıtından yaptığı alıntılara göre, Ogburn toplumsal değişimin kültürel evrim sonunda ortaya çıktığını savunmakta, kültürel evrimi açıklayan 4 öge olduğunu belirtmektedir. Bu ögeler;

1) İcat

2) Birikim

Kültürel evrim ve toplumsal değişme sonucunda oluşan kültür, içinden çıktığı ulusun değerlerine özgüdür. Sanat ve bilimin sentezi sonucu oluşmuştur. Bu sentez, sanat ve bilimin o yerde, o çağda, o toplumda gösterdiği düzeyle ilişkili olarak yaşanan bir süreç içinde o yerin, o çağın, o toplumun sanatı ve biliminin bileşiminden ibarettir. (21) Bireyin çevresini oluşturan ortam, toplum tarafından oluşturulmuştur. Bu ortamın yapısı tarihsel süreç içinde durmadan değişmiş ve gelişmiştir. İnsan ilişkilerinin oluşturduğu ortamda birey, fiziksel özgürlüğünü daha geniş ortamlarda somutlaştırma istegindedir. Bu amaçla yeni araçlar geliştirmektedir. Gene Youngblood, 'Expanded Cinema' adlı kitabında, insanoğlunun, fiziksel özgürlüğünün tadına daha çok varabilmek için, kendi kültüründen ortaya çıkardığı yeni bir araca sahip olduğunu ki bu aracın görsel araçlar toplamı olduğunu belirtmektedir. Bu ara-

3) Yayılma

4) Uyum sağlamadır (Kongar, Toplumsal Değişme, s.16)

Yine Ogburn'a göre, toplumda yeni bir icat ortaya çıktığında kültürel sistemin bazı öğeleri değişir, diğer öğeler buna uyum sağlarlar. Ancak, bu uyum sağlama kültürel sistemin tüm öğelerini kapsayacak biçimde olmaz. Bu 'kültür boşluğu' (Kültür boşluğu: Bir kültürün birbiriyle ilişkili olan iki parçasından biri öbüründen daha önce, ya da daha çok değiştiğinde ortaya çıkan uyumsuzluk durumudur.) denen durumun oluşmasına neden olur. (Kongar, Toplumsal Değişme, s.161)

Kongar'ın yaptığı alıntılara göre, "The Proper Study of Mankind" adlı araştırmasında Chase, icatların toplumda kabul edilme süreçlerinin iki aşamalı olduğunu belirtmektedir. 1. aşamada insanlar yeni icada uygun bir şekilde günlük davranışlarını değiştirirler, 2. aşamada ise, halk uzun bir zaman sonra kurum ve inançlarını bu icadın yaşaması ve toplum yararı için kontrol edilmesi yönünde değiştirir. İşte bu iki aşama arasındaki zaman Ogburn'un sözünü ettiği 'kültür boşluğu'dur.

21 And, Şenlik, Canak, a.g.k., s.131.

ca Teilhard de Chardin, 'noosphere' adını vermektedir. Bu deyim, "organize olmuş aklın oluşturdıkları" biçiminde tanımlanabilir. Tüm insanların %25'i noosphere ile ilişki içindedir. Bunun nedeni tüm dünyayı saran iletişim ağı sayesinde, insanların birbirlerine daha çok sayıda mesaj iletebilmeye başlamış olmalarıdır. (22) İnsanların iletişim ağı sayesinde mesaj alışverişinde bulunmalarını Marcuse daha değişik bir biçimde yorumlayarak, sanayileşmiş toplumlardan üçüncü dünya ülkelerine aktarılan kültürü güncel ve etkin bir yeni sömürgecilik aracı olarak nitelendirmektedir. (23) Birey geçmişten aktarılarak öğrenilen, özümlenen kültürel öğelerin ve aklın aracılığıyla, bu ortamı biçimlendirmiştir. Moles'un belirttiği gibi yarattığı yapay çevrenin entellektüel yanı olarak da nitelendirilen kültürü oluşturmuştur. Ayrıca Von Uexküll'ün kullandığı anlamda, kültür bu çevrenin soyut bir parçası durumdadır. (24) Moles'a göre;

"Kültür terimi, belirli bir kişinin zihninde (bireysel kültür) ya da bir toplumsal grubu oluşturan kişilerin zihninde (bir toplumun kültürü) bulunan entellektüel öğeler bütünüdür. Bireysel kültür, bireyin dış dünyadan aldığı mesajları üzerine yansıttığı bilgiler ekranıdır. Kültür düşüncenin malzemesidir, fakat düşünce, a priori (öncel) olarak verilen öğelerden hareketle orijinal bir mozayik kuran etkin bir süreçtir. (25).

Bu tanım, bireysel kültür kapsamı içinde ele alınması gereken bir tanımdır. Toplumsal kişilik bağlamında kültürün ele alınması durumunda, toplumda son

22 Youngblood, Expanded Cinema, E.P.Dutton and Co.Inc., NY, 1970, s.180.

23 Batmaz, a.g.m., s.180.

24 Moles, a.g.k., s.49

25 Moles, a.g.k., s.270.

derece yaygın bazı özelliklerden yola çıkmak gerekmektedir. Toffler'in ifadesiyle;

"Toplumsal kişilik, insanları davranırken toplumsal örneklerle uygun davranıp davranmamak konusunda iradi bir karar verme yerine, bu şekilde davranmaya istekli kılmasını ve kültürün gerektirdiği şekilde davranınca da haz duymasını sağlayacak şekilde etkiler." (26).

Gerek bireysel kültür, gerekse toplumsal kültürün anlamı bilimin gelişmesi ile birlikte değişmiştir. Toplumsal çevrenin teknoloji ile koşut (paralel) olarak değişmesi, üretim ilişkilerinin farklılaşması ve büyük kentlerin doğmasına neden olmuştur. Eğitimin, parasal koşulların toplum yapısında önem kazanması sonucu, toplumda belirli sınıflar oluşmuştur. Toplumsal olarak son derece önemli olan para, eğitim, gelenek ve görenek açısından farklılıklar gösteren grupların varlığı, kültürel anlamda da değişik bir yapının oluşmasına neden olmuştur. Bu anlamda, kültürel yapılanmanın niteliği Sorokin'in söylediği biçimde şöyledir;

"Belirli bir kültürde, yeni bir kültür olgusunu başlatan, yaratan ya da dışarıdan getiren yukarı ve serbest meslek sahibi (profesyonel) orta tabakalardır. Daha sonraları bir miktar gecikmeyle, bu yeni kültür olgusu aşağı tabakaların kültürüne de girer. Kural olarak, yeni kültür olgularının akış yönü, aşağıya, yukarı sınıflardan alt sınıflara doğrudur. Aşağı tabakalar, yukarıları taklit ederler. Böyle olmakla birlikte, yukarı tabakalar kültürün çürüyüş dönemlerinde, yukarı tabakalar, aşağıdakileri taklide başlarlar; şehirler,

²⁶ Alvin, Toffler, Üçüncü Dalga, (Çev: A.Seden) Altın Kitaplar Yayınevi, İstanbul, 1981, s.433.

köyleri taklit eder." (27).

Toplum yapısı içinde önemi çok fazla olan bu toplumsal tabakalar, sahip oldukları olanaklar çerçevesinde, yaşadıkları ortamları oluşturmuşlardır. Üretim biçiminin, teknolojinin ilerlemesiyle birlikte toplumsal yapının değişmesi sonucu, fabrikalar ve büyük endüstri kentleri kurulmuştur. Moles'a göre, bu kentler, girişimciler kar çıkarları doğrultusunda çalıştıkça ve mühendisler de teknolojik yaratıcılıklarıyla bu çıkarlara hizmet ettikçe gelişmişlerdir. Daha sonra, makina endüstrisinin ve iş yaşamının merkezi olmaktan öteye geçmişlerdir. Diğer bir deyişle etkisi altına giren kişiler için davranış ve düşünce yapılarını toplumsal biçimde düzenleme gücüne sahip bir ortam olmuşlardır. Endüstri kenti, (28) şimdi kültürel değişimin matriksi olan toplumsal ortamdır.(29) Endüstri kentleri geliştikçe köylerde yaşayan insanlar kente göçmeye başlamışlardır. Turner'ın belirttiği gibi, göçen bu insanlar, düşünce biçimlerini (yapılarını) de birlikte kente getirmişlerdir. Ancak kentli ol-

27 Pitirim Sorokin, Bir Bunalım Çağında Toplum Felsefeleri, (Çev:M.Tunçay), Bilgi Yayınevi, Ankara, 1972, s.250-251.

28 Turner, kültürel değişime yön vermede, kent-sel ilişkilerin yarattığı koşulların, teknolojik koşullar kadar önemli olduğunu vurgulayarak, endüstri kent ortamının 4 koşulunu açıklamaktadır. Bu koşullar;
1-Geleneklerin ve yerelciliğin çözülüşü,
2-Makina yapısı ürünler, kalıplaşmış hizmetler nedeniyle bireylerin davranış biçimleri ve zevkler anlamında ortak uyumluluğa itilmesini içeren tek düzeylik teorisi,

3-Bireysel davranışların çağdaş kent ortamı içinde çeşitlilik kazanması,

4-Mülkiyet hakkının yeniden düzenlenmesidir. (Turner, a.g.m., s.347-348) Sözü edilen tüm bu değişiklikler bireyler açısından uyum zorluklarını da beraberinde getirmektedir. Çünkü, bireye kente uyum sürecinde yardımcı olacak geleneksel kurum ve mekanizmalar çözülüp dağılmaktadır. (Aziz, Şenyapılı, Gürel, Televizyonun Türk Toplumuna Etkileri, Karacan Armağanı

manın getirdiği değişik koşullar, bu düşünce biçimlerinin ve davranışlarının değişmesini gerekli kılmıştır. (30)

Makinalaşmanın sonucu olarak ortaya çıkan endüstri kentleri kültür açısından oldukça değişik bir ortam oluşturmuşlardır. Williams, Culture and Society adlı kitabında kültürün çağdaş tanımını şöyle yapmaktadır; "Makina ve piyasaya karşı bireyin toplum içinde kökleşmesi, insanın önemsiz bir aygıt, makinanın bir parçası durumuna indirgenmesine karşı yaşamsal bir direniş, bir başkaldırma..." (31) İnsanoğlunun makinalaşma karşısında yeni bir nitelik kazanması, kültürün de bu ortama uygun bir yapı kazanması şöyle bir tanımlı gündeme getirmiştir; "Kültür, robotlar uygarlığında bugünün insanının bir inanç eylemi, yabancılaşmaya (32) karşı bir kurtuluş yolu, eski doğal dengelerin-insan/doğa-insan/toplum gibi, yeniden kurulması, nesnelleşen insan karşısında öz anlatımdır." (33). Bu tanımda olduğu gibi kültürün birleştiriciliğini savunanların karşısında, tersine kültürün çeşitli karşıtlıklarla bölünmüş olduğunu, özellikle politik ve sınıfsal çatışmada bunların karşıtı olanına karşı, savaşım verileceğini savunanlar vardır. Sözü edilen belli başlı karşıtlıklar ise şunlardır;

Yarışması/1976, Milliyet Yayınları, İstanbul, 1977, s.91-92.

29 Turner, a.g.m., s.342.

30 Turner, a.g.m., s.351.

31 And, Şenlik, Canak, a.g.k., s.10.

32 Yabancılaşma (Alienation): Bireyin toplumsal kültürel ve doğal çevresine olan uyumunun azalması. Özellikle çevresi üzerindeki denetiminin azalması ve bu denetim ve uyum azalmasının, giderek, bireyin yalnızlığına ve çaresizliğine yol açmasıdır. (Kongar, Demokrasi ve Kültür, a.g.k., s.405)

33 And, Şenlik, Canak, a.g.k., s.10.

Egemen Kültür	↔	Karşı Çıkan Kültür (Egemenlik altında olanlar, sömürülen kesim)
Tutucu Kültür	↔	Devrimci Kültür
Süs Kültürü	↔	Siyasallaşmış Kültür
Geleneksel Kültür (Klasik, insanı, geçmişçi)	↔	Öncü Kültür
Resmi Kültür	↔	Yeraltı ya da Yaban Kültürü
Seçkinler Kültürü	↔	Yığın (Kitle) Kültürü
Burjuva Kültürü	↔	Emekçi Sınıfın Kültürü (34)

And tarafından ele alınan kültür karşıtıları içinde, araştırma için önem taşıyanlar, "Kitle Kültürü" ile, onu destekleyici nitelikteki karşıtılarıdır. Esas olarak "Seçkinler Kültürü ↔ Kitle Kültürü" karşıtılığı ve destekleyici nitelikte "Egemen Kültür ↔ Karşı Çıkan Kültür", "Geleneksel Kültür ↔ Öncü Kültür" ile bir anlamda "Seçkin Kültür ↔ Kitle Kültürü" karşıtılığının içinde yer alabilecek "Burjuva Kültürü ↔ Emekçi Sınıfın Kültürü"dür.

"Egemen Kültür ↔ Karşı Çıkan Kültür" karşıtılığı ile, "Burjuva Kültürü ↔ Emekçi Sınıfın Kültürü" karşıtıları özde benzeşmektedir. Bunun yanında "Kitle Kültürü" kavramının açıklanmasında da önemli bir yer tutmaktadır. Veblen, bu konuyla ilgili olarak görüşlerini ortaya koyarken, toplumda egemen ve bağımlı konumda iki sınıfın bulunuşuna koşut (paralel) olarak, kültürde de ikili bir farklılaşma olduğu-

34 And, Şenlik, Canak, a.g.k., s.11.

nu ileri sürmektedir; egemen sınıfın emek dışı kalması, aşırı tüketimi ve "egemen aylaklığı"nı yücelten kültürü ile, çalışan insanların tutumluluğu, çalışkanlığı ve tahammülü yücelten kültürü. Ancak, yine Veblen'in görüşüne göre, işçiler bugün artık sebat ve çalışkanlık (diligance), azla yetinme ve tamahkarlık (parsimony) gibi değerlerin yüceltildiği bir kültürden koparak, orta sınıfın alt kesimlerine özenen bir kültür değişimi içine girmişlerdir. (35) Toplum yapısında yer alan bireylerin, toplumun gerektirdiği ilişkilerin belirli değerler aracılığıyla benimsenmesi, denetlenmesi işini egemen kültür üstlenmiştir. (36) Aynı şekilde egemen kültür, bağımlı konumda bulunan sınıfların ve tabakaların toplumsal ilişkilere zarar vermeyecek biçimde, boş zamanlarında ya da günlük yaşantılarında, çeşitli alt kültürlerde yaşamalarına da izin vermektedir. Alt kesimde yaşayan bir birey özel yaşamında ve çevresinde, kendi kültürünün gerektirdiği biçimde yaşamakta kısmen özgür, ancak bunun dışında kalan toplumsal ilişkilerinde başat (hakim) kültürü benimsemiş olduğunu ortaya koymak zorundadır.(37)

Tarihsel açıdan, egemen sınıfın kültürü ile burjuva kültürü arasındaki ilişki de Mehmet Fuat tarafından şöyle açıklanmaktadır;

"Her egemen sınıf kendi kültürünü ve bunun sonucunda kendi sanatını yaratır. Tarih, Antik Çağ'ın ve Doğu'nun kölelik üzerine kurulmuş kültürünün, Orta Çağ Avrupa'sının feodal kültürünün ve günümüz dünyasına egemen olan burjuva kültürünün taniği olmuştur." (38).

³⁵ Ünsal Oskay, "Kitle İletişimi Açısından Toplumsal Egemenlik ve Kültürel Donanımları", EİTİA, TÖEF Dergisi, Sayı:3, Ekim, 1980, s.56.

³⁶ Oskay, a.g.m., s.59.

³⁷ Oskay, a.g.m., s.60.

³⁸ Mehmet Fuat, "Kitle Kültürü", Sanat Adam, Haziran, 1986, Sayı:7, s.6.

"Egemen Kültür ↔ Karşı Çıkan Kültür"
ya da "Burjuva Kültürü ↔ Emekçi Sınıfın Kültürü"
gibi karşıtlıkların açıklanması, "Kitle Kültürü"
ne giriş olarak kabul edilebilir. Yapısal anlamda
"Geleneksel Kültür" ile "Modern Kültür" (mozayik ya
da Öncü Kültür) "Kitle Kültürü"ne daha yakın özellik-
ler içermektedir. Geleneksel ve Öncü Kültür arasında-
ki karşıtlığın açıklanabilmesi için, farklarının or-
taya konması zorunludur. Moles, geleneksel kültürü
daha çok hümanist bir yaklaşımla ele alarak, modern
kültürle arasındaki farkları şöyle açıklamaktadır;

"Bir grubun kollektif kültürü yere
ve zamana göre değişik. Örneğin Batı'
da, Hümanizm Kültürü ve Modern Kültür
arasında önemli farklar var; birinci-
si, temel kavramların akıl yürütme ve
sonuçların düzenli ve tutarlı bir karı-
şımına dayanır, ikincisi ise çelişkili
öğelerin raslantısal toplanışının ya-
rattığı bir mozayik kültürün ifadesi-
dir." (39)'

"Mozayik kültürü büyük ölçüde Batı
üretmiştir; mozayik kültür, mass-media
(kitle iletişim ortamı) teknolojisinin
ve bolluğa yönelen bir uygarlığın so-
nucudur." (40).

Moles'a göre, geleneksel kültür ile modern kül-
türü; bireylerin dış dünyayı algılamalarıyla oluşan
bir ekran gibi kabul edersek, geleneksel kültür geo-
metrik şekilli bir yapıya sahipken, mozayik nitelik-
li modern kültür gelişigüzel parçalardan oluşmuş bir
yapıdadır. Modern kültürde, birey mesajlar bombardı-
manında kalır, her konuda her şeyi bilebilir ve zih-
ninin yapılanması en düşük düzeydedir. Çünkü birey,
fazla yüklü ve sürekli olan bilgi akımıyla karşı kar-
şıyadır. Bu bilgi akımı da kitle iletişim araçları
yoluyla olmaktadır. (41) Bu mesaj ve bilgi akımının

39 Moles, a.g.k., s.49

40 Moles, a.g.k., s.263.

41 Moles, a.g.k., s.15-16.

bireyler üzerindeki etkileri sonucunda "Kültür Taşra-
ları" ortaya çıkmıştır. (42) Özkök, kültür taşrası
konusunda şu açıklamalarda bulunmaktadır; "Herhangi bir
ussal sıralama yok burada. Eline ne geçerse atmışlar
insanların üzerine sanki, Batı'da bazıları buna "Moza-
yik Kültür" ya da "Rapsodik Kültür" diyorlar." (43).
Bunların dışında Özkök, kültür taşrasının özellikleri
ile ilgili olarak şunları söylemektedir;

"Kültür taşrasının insanı tüketici-
dir. Göze ve kulağa aynı anda seslenen
iletişim araçlarının günlük yaşantımız-
da vazgeçilmez birer unsur olarak yer
almalarından bu yana, giderek edilgen-
liğe itiliyoruz. Hemen George Duhamel'
in çığlığını işitiyorum: 'Kültür ancak
entellektüel bir çabanın ürünü olabi-
lir' diyor." (44).

Hazırlanmış paketler biçiminde topluma iletilen
mesajlar, bireyler üzerindeki etkisini en çok edilgen-
lik biçiminde göstermektedir. Dolayısıyla herhangi bir
konu ya da kavram üzerinde düşünmek, yeni düşünceler
oluşturmak gereksiz bir hale gelmektedir. Kitle ileti-
şim araçları tarafından hazırlanan, yayınlanan, çok
değişik mesajlar taşıyan programlar, haberler v.s. yo-
luyla bireyler, görünüşte dilediklerini okuyarak, iz-
leyerek seçme konusunda bir tür bağımsızlığa kavuşmuş
görünümdedirler. Ancak, bu koşullar bireylerin yara-
tıcılıklarını da engellemektedir. Dolayısıyla, kültür,
toplumdaki 'Seçkinlerin Kültürü' olarak ele alınabile-
ceği gibi, halk kitlelerini edilgenliğe iterek onu bo-
zan bir güç olarak da ele alınabilir. (45) Ayrıca,

42 Kültür taşrasının en belirgin iki özelliği,
kültürce yaratıcı olmamaları ve kültür merkezlerinde
üretileni tüketmekle yetinmeleridir.

43 Ertuğrul Özkök, "Taşrayı Aşmak", Olusum,
Ocak, 1978, Sayı:3/45, s.10.

44 Özkök, a.g.m., s.11.

45 Çalışlar, Günümüzde Sanatsal Kültür ve Es-
tetik, a.g.k., s.10.

"Yüksek Kültür" (Seçkinler Kültürü) M.Fuat'ın görüşlerine göre, bir sınıfın kültürü değildir. Bunun nedeni seçkinlerin bir sınıf oluşturmamalarıdır. Çeşitli sınıflardan yetişerek, kişisel çıkarlarına dayanmayan düşünsel seçimlerine göre şu ya da bu sınıftan yana olurlar. (46)

Buraya dek, bazı kültür tanımlarının verilmesine, kültürün tarihsel gelişiminin ortaya konmasına, toplumsal ve bireysel kültürün açıklanmasına çalışılmıştır. Tüm söylenenleri kısaca özetlemek için, Moles'un kültür tanımını vermek yerinde olacaktır;

"Kültür, önce genişliğiyle, yani kapsadığı öğelerin sayısıyla, sonra öğeler arası potansiyel ya da gerçek çağrışımların sayısıyla ölçülür. Günümüz toplumunda kültür, eğitim ve araştırmanın, dolayısıyla özellikle mikro-çevreyi oluşturan bireyler azınlığının gösterdiği sürekli bir çabanın ürünüdür. Fakat özellikle sosyal çevrenin çoğunluğu açısından, çok sayıda mesajla sosyal alanı sulayan mass-media'nın etkisinin ürünüdür." (47).

Ayrıca;

"Kültür, günlük yaşamın 'semantik ve estetik olgusu' anlamındadır. Kültürde, "pencereden dışarı sarmak yaktır." ya da "Kullanma tarifnamesi ve işleyiş kuralları gibi metinler, Ronsard'ın şiirleri kadar önemlidir." (48).

Kültür, geçen yüzyılda geliştirilmiş modern bir kavramdır. Kitle iletişim araçlarının etkin hale gelmeleriyle, kültür de önem kazanmıştır. Cemal, bilim ve teknoloji alanındaki ilerlemeler sonucunda, kültürün

46 M.Fuat, a.g.m., s.6.

47 Moles, a.g.k., s.270.

48 Moles, a.g.k., s.263.

ne konuma geldiği konusunda şunları söylemektedir;

"Bilim ve teknik alanındaki baş-döndürücü ilerlemeler karşısında bu alanlardaki sonuçların çoğu kez kültürle özdeş tutulması, ağırlık noktası giderek belli bir mesleğe hazırlama amacıyla toplanan, bu ölçüde de klasik hümanist kültür öğelerini yapısından ayıklayan bir yüksek öğrenim düzeninin egemen kılınması, bu yolla giderek sığılan bir ortamda kalan toplum-teki'nin (49) üstelik bir de gelişmiş teknoloji ürünü kitle iletişim araçlarının saldırısına uğraması, en azından yaşamı kültür düzeyinde örgütleme diye bir gereksinimin artık duyulmamasına yol açmıştır. Bunun doğal sonucu olarak da bir yaşama biçimi olarak kültür, yerini giderek soyutlaşan bir kültür kavramına bırakmış, uygulama düzeyinden verimsiz bir kuram düzeyine geçilmiştir." (50).

Kültür hakkında ele alınan tüm tanımlardan, düşüncelerden de yararlanılarak genel bir toparlama biçiminde şunlar söylenebilir.

Kültür, bir başka bakışla, özellikle çağdaş anlamda, iletişimseldir. Yani, dil, müzik, resim, kullanılan eşyalar gibi nesnelere iletişim sağlamada önem taşıyan öğelerdir. Bu öğeler, her ulusa, döneme, bireye göre değişiklikler taşıyabilir. Ancak, genelde iletişim amacıyla kullanılan her öğe kültürel bir belirteçtir. Özelde ise bireyin çevresini oluşturan ortamda etkinlik göstermektedir. İletişim yapısının ana öğelerinden olan mesajların, toplumun sanatsal-kültürel ya-

49 Buradaki anlamda birey, kendinin, çevresinin ve yaşadığı dönem koşullarının bilincine bilgi yoluyla varmış insandır; toplum-teki'nde ise bu bilinç, henüz o insanın tüm etkileri kendi düşüncelerinin süzgecinden geçirmesini sağlayabilecek ölçüde yoğunlaşmamıştır.

50 A.Cemal, "Kültür Politikaları ve Kültür Bunalımları", Düşün, Ekim, 1984, s.22.

rasında nesnelleşmesi kültürün en önemli yapı özelliğini belirlemektedir.

POPÜLER KÜLTÜR / KİTLE KÜLTÜRÜ

Popüler Kültür --

Birey zekasının gelişimi ile birlikte, toplumsal yapı daha karmaşık bir hale gelmiştir. Makinalaşma ve artan nüfusa yanıt verebilecek miktarda yapılmaması gerekli olan üretim, çalışan insanların sayısının artmasını da beraberinde getirmiştir. Böylece, toplum yapısında ortaya çıkan farklı gelir düzeyine sahip bireyler, değişik kültürel yapılanmaları da gündeme getirmiştir.

Kültür kavramının açıklanmaya çalışıldığı bölümde, kültür karşıtılarından söz edilmiştir. Bu karşıtıtlıklardan araştırma için önem taşıyanı, Seçkinler Kültürü \longleftrightarrow Yığın (Kitle) Kültürü karşıtlığıdır. Yüksek kültür de denilebilen Seçkinler Kültürü (51) ile Kitle (Yığın ya da Halk) Kültürü, pek çoğu geçmişte kalmış toplumların içinde değişik düzeylerde ama aynı zamanlarda çiçeklenmişlerdir. Ancak, bu bölümün temel konularından birini oluşturan Popüler Kültür, temel niteliklerinde önemli değişiklikler olmaksızın, aşağı yukarı eşit olarak tüm düzeylere nüfuz ederek gelişmiştir. Toplum tümüyle endüstrileştiği zaman, popüler kültür de bir kültür tipi ve toplumsal yaşamın en renkli ve en bireysel konularından biri haline gelmiştir. (52)

51 Seçkinler Kültürü M.Fuat'a göre, bir sınıfın kültürü değildir. Bunun nedeni seçkinlerin bir sınıf oluşturmamalarıdır. Çeşitli sınıflardan yetişerek, kişisel çıkarlarına dayanmayan düşünsel seçimlerine göre şu ya da bu sınıftan yana olurlar. (Fuat, a.g.m., s.6.)

52 Van Den Haag, "Of Happiness and of Despair We Have No Measure", Mass Culture, Edited by: Rosenberg, White, The Free Press of Glencoe, NY, 1964, s.508.

Veysel Batmaz'a göre, endüstrileşme öncesi, aydınlanma çağındaki üretim ilişkilerinin karmaşık bir işleyişe sahip olması Avrupa'da okumuşlar kültürünün ikiye ayrılmasını gerektirmiştir. Seçkinlerin (Aristokratların) dışında az okumuşlar ve çalışan insanların oyalanacakları düzenlemeler öncelikle eğlence alanında başgöstermiştir. Bunu izleyerek, sanatsal ürünler de kitlesel bir yapıya kavuşmuştur. Kitle ile seçkin arasındaki fark gözle görülür bir biçimde ilk kez Aydınlanma Çağı sonrasında ortaya çıkmıştır. (53) Aydınlanma Çağı dışında pek çok dönemde, kitle sanatı folk geleneği içinde kalmıştır. Bazen de folk sanatı da popülerleşmeye başlamıştır. Batmaz, buna örnek olarak feodalizmden sonraki geçiş dönemi içinde yaygınlaşan folk kültürünü ve Türkiye'de günümüzde söz konusu olan kültürel biçimlenmeyi vermektedir. Ayrıca popüler kültürün seçkin kültürle, folk kültürünün yapay bir bileşimi olduğunu belirtmektedir. (54)

Tarihsel olarak, popülerlik olgusu, kentleşme olgusu ile eş anlamlıdır. Kentlerin var olduğu dönemlerde, yaygın kültür olarak, folk geleneğinin dışında bir popüler kültür doğmuştur. Aristoteles'in dönemi bir kentler dönemidir, ayrıca kültürel tüketim anlamında bir farklılığın söz konusu olduğu, hatta Aristoteles'in yurttaşlar ve köleler için yapılan sanatın farklılığı gibi bir görüşe sahip olduğu görülmektedir. (55) Ortaçağ toplumlarında iş dışında kalan zaman bilgi edinme amacıyla kullanılmamıştır. Bu nedenle bilgi farklılaşması söz konusu olmadığından, eğlence ve kültürel tüketim, herkes için hemen hemen aynılaştırılmıştır. (56)

53 Veysel Batmaz, "Popüler Kültür Üzerine Değişik Kuramsal Yaklaşımlar", İletişim, 1981, Sayı:1, s.166.

54 Batmaz, a.g.m., s.175.

55 Batmaz, a.g.m., s.167.

56 Batmaz, a.g.m., s.168.

Endüstri öncesi büyük toplumlarda elit (seçkin) ve diğer gruplar arasındaki fark daha büyüktü ve hareketlilik söz konusu değildi. Bu nedenle, o dönemde popüler kültür, hem yüksek kültürün hem halk kültürünün yerini almıştır. Denilebilir ki, kent proleterya kesiminin varolduğu her yerde, ya da kitle üretiminin bazı biçimlerinde, popüler kültür öğeleri de bulunmaktadır. (57)

Rönesans sonrasında popüler kültür ele alınmaya başlanmıştır. Daha çok üretim için, insanlar bireysellik gerektirmeyen koşullarda çalışmaya başlamışlardır. Bu da daha çok kazanç ve boş zamanı gündeme getirmiştir. (58) Popüler kültür ile bağlantı kurulması anlamında boş zaman konusunda Batmaz şunları söylemektedir;

"Boş zamanın artması ve bilginin yeniden egemen olması seçkin bir kültür yaratmıştır. Bu kültürün karşıtı olarak ele alınabilen, folk kültürü, hem seçkin kültürden, hem de kendi biçimlerinden aldığı bazı özellikleri, kentlerde yaşayan çalışanların oylanmasına, yani eğlenmesine olanak sağlayacak biçimlere sokmuştur. Kitle halinde üretime geçilmesiyle de bu kültür 'Kitle Kültürü' niteliğine bürünmeye başlamıştır." (59)

Toparlanırsa;

"Popüler kültür, seçkin kültürün altında, folk (halk) kültürünün üstünde, en genel yaşama alışkanlıklarının görsel ve sözel olarak yeniden üretilmesini sağlayan bir kitle kültürünü kapsamaktadır." (60)

Popüler kültür, gündelik yaşamın kültürü olup, eğlenceyi de içermektedir. Popüler kültür belirli bir

57 Van Den Haag, a.g.m., s.508.

58 Van Den Haag, a.g.m., s.513.

59 Batmaz, a.g.m., s.168.

60 Batmaz, a.g.m., s.164.

yaşam tarzının ideolojik olarak yeniden üretilmesi için gereken ön koşulları sağlar ve bu ideolojinin yaygınlaşıp onaylanma ortamını yaratır. (61) Kellner, sanayi toplumlarında ideolojinin işlev görmekte olduğu alanları açıklarken, popüler kültüre değinerek, kültürel alanda yer alan ideolojileri şöyle belirlemektedir; "Kültüre, değerlere, bilime, teknolojiye, felsefeye, sanata, dine, popüler kültüre (ya da yayılğan kültüre) kitle iletişim araçlarına v.b. ilişkin ideolojiler." (62)

Kellner'in sözünü ettiği bu ideolojileri en iyi biçimde açıklayan örnekleri Oskay şöyle sıralamaktadır;

- "-Teknolojiye egemen olan güçlüdür.
- Parası yok ama okumuş adam.
- Gazetede yazdıysa doğrudur.
- Gazeteciler yalancı olur.
- Felsefe yapma, gerçeği söyle.
- Felsefesiz devlet yönetilmez.
- Az izm, çok iş.
- Paran kadar konuş.
- "Batsın bu dünya!"
- "Yarab beni baştan yarat!"
- Çar halkın babasıdır.
- Führer biziz. v.b." (63)

Kellner'in sözünü ettiği başat ideoloji, aydınların, yöneticilerin, bürokratların ideolojisinde tutarlı ve örgütlenmiş bir yapıya sahipken, halkın içindeki ideolojilerde böyle bir yapı görülmemektedir. Bu nedenle toplum içinde farklı iki ideolojik yaşam söz konusu olmaktadır. Bu kesimlerde tüketicilik ideolojisi ile tutumluluk ideolojisi, self-determinizm (yükselmek için çok çalışmayı ve sadece kendine güvenmeyi

61 Batmaz, a.g.m., s.163.

62 Ünsal Oskay, "Popüler Kültür Açısından İdeoloji Kavramı", A.Ü.SBF Dergisi, Cilt:XXXV, Ocak-Aralık, 1980, Sayı: 1-4, s.239.

63 Oskay, "Popüler Kültür Açısından...", a.g.m., s.240.

aşıl原因an ideoloji) ideolojisi ile haz düşkünlüğü (hedonizm) ideolojisi birlikte yaşanmaktadır. Bunun yanında, tanımı oldukça güç olan, ama gitgide önem kazanan popüler kültür alanında da bu çelişkiler yeniden üretilmektedir. Oskay, bu konuda örnek olarak televizyondaki bazı dizi filmleri vererek, eskiden aile yaşamının yüceltilmesine karşılık, artık tek ebeveynli yaşamın yüceltildiğini belirtmektedir. (64) Popüler kültür, belirli bir yaşam tarzını ideolojik olarak yaratmakla birlikte, aynı zamanda eğlenceyi de içeren gündelik yaşam kültürüdür. 1800 yılıyla birlikte, eğlence sanayinin büyük atılımlara girişmesi, özgün sanatın durumu ile ilgili konuları da gündeme getirmiştir. Bu dönemde Goethe, Faust oyununda şair ile tiyatro sahibini konuşturarak, izleyiciye ne istiyorsa onun verilmesi gerektiği görüşünü savunur. Yöneticiye göre izleyici edilgen olduğu için eğlenceden başka amacı yoktur. Sanatçı izleyicinin istediği hafif ve sudan şeyleri vermek zorundadır. (65)

Lowenthal, Goethe ile birlikte eğlence tartışmasına üç yeni ögenin girdiğini belirtmektedir;

1. Eğlencede gizli olan manipulatif etkinin ayardına (farasına) varılmıştır.

2. Sanatçı ve toplum arasındaki ilişki ticari bir niteliğe bürünmüştür.

3. Özgün sanat yaratıcısı ile kitlenin istedikleri arasında bir uyumsuzluk ortaya çıkmıştır. (66)

Lowenthal'in sözünü ettiği bu ögeler, günümüzde kitle iletişim araçlarının yoğun etkisi altında kalan toplumlar için de söz konusudur. Tek ayırım, o dö-

64 Oskay, "Popüler Kültür Açısından...", a.g.m., s.245.

65 Batmaz, "Popüler Kültür Üzerine Değişik...", a.g.m., s.172.

66 Batmaz, a.g.m., s.172.

nemde yönetici, tiyatro yöneticisiyken, günümüzde televizyon, film şirketi, gazete sahibi v.b.'dir. Goethe izleyicinin her verileni alan, edilgen, yaratıcı olmayan, uyumlu bir yapı içinde bulunmasının nedeninin, o dönemin kitle iletişim araçları olduğunu belirtmektedir. Goethe'ye göre, bunun nedeni bu araçların sosyal normları düşük beğeniye göre üretmeleridir. (67)

Toplumsal yaşam çerçevesi içinde, eğlence konusuna değinen Huizinga görüşlerini şöyle açıklamaktadır;

"Yaşam, her ilişkide, bir tarafın kuralları koyan taraf; diğer tarafın ise, bu kurallara uyan taraf olmasına dayandığı ve insanlar arasındaki ilişkilerin insanın insan üzerindeki egemenliği aracılığı ile, egemen insanın doğa ile etkileşimde bulunmasının bir aracı haline gelmiş bulunduğu için, işlikte de, işliğin dışındaki saatleri dolduran müzikte, sporda, tatil endüstrisi etkinliklerinde, resmi geçitlerde, eğlence endüstrisinin etkinliklerinde, bilimde, sanatta v.b. bir tür 'ileri yaş çocuklaştırımına' dönüşmüş bulunmaktadır." (68)

Huizinga insan yaşamının her döneminde bu çocuklaştırma olgusunun söz konusu olduğunu belirtmektedir. Bir yorum getirmek gerekirse, insanın kurallarla dolu olan toplumsal çevresi, bir anlamda oyun oynamayı (yaşamın her döneminde ve her tür ilişkide) gerektiriyor denebilir. Çünkü oyun klişesi hep aynıdır. Gündelik yaşamda, okulda, işte kendilerinden ne beklenecekse, bu oyunlar da aynı şeyi istiyor: Uyum gösterme, istendiği biçimde işlemleri yerine getirme, zamana karşı yarış. Günlük yaşamdan farklı olarak başarı bu oyunlarda sürekli yinelenabiliyor. (69)

67 Batmaz, a.g.m., s.173.

68 Oskay, "Popüler Kültür Açısından...", a.g.m., s.253.

69 Cumhuriyet Gazetesi - Video Eki, 1983.

İlk tohumları 1750'lerde atılan eğlence sanayisinde bile, belirli kurallara uyma, edilgen olma kitle iletişim araçları yoluyla bireylere işlenmektedir.(70) Eğlence kavramının niteliği günümüze gelene dek çok değişmiştir. Her toplumun kendi yapısına uygun olarak da farklılıklar göstermektedir. Pascal'a göre, eğlence insan gereksinmelerinden biridir. Ancak bu gereksinim ahlak düşüklüğünden kaynaklanır. İnsanoğlumun değişmeyen bir içgüdü mütsuzluğa yönelmektir. Bir tür şeytan olan bu içgüdü, insanı mutsuzlaştırıcı eğlenceye iter. İnsan kişisel bunalımı yüzünden gürültüye ve kalabalığa yönelir. (71)

Pascal'ın bu görüşlerini destekleyici anlamda, Peter Golding de Mass Media adlı incelemesinde, endüstrileşme çağında da kitle eğlencelerinin kaba bir bezginliğe sahip olduğunu vurgulamaktadır. (72) Daha sonraki dönemlerde mass media (73)'nin ortaya çıkmasıyla, kültür için bir kitle pazarı oluşmuştur.

Ekonomilerde otomobillerin kitle halinde üretimi, kitle eğlencesini de elde edilebilir bir duruma getirmiştir. Böylelikle popüler kültür üreticileri yeni bir kitle pazarı sağlamışlardır. (74) İleri teknolojiye dayalı toplumlarda eğlencenin konumu konusunda Toffler görüşlerini şöyle açıklamaktadır;

"Geçici eğlentiler ileri teknolojiye dayalı toplumları birbiri ardından gelen dalgalar biçiminde kaplamaktadır. Geçen bir kaç yıl içinde ABD, Batı ve Avrupa ve Japonya 'Bardot' saç

70 Batmaz, "Popüler Kültür Üzerine Değişik...", a.g.m., s.171.

71 Batmaz, a.g.m., s.171.

72 Peter Golding, The Mass Media, Longman Group Ltd., NY, 1974, s.1.

73 Kitle ortamı (mass media) sanatı içermez. onun yerine popüler kültürüne alır. (Golding'e göre)

74 Van Den Haag, a.g.k., s.518.

biçimlerinin, 'James Bond'un, 'Yarasa Adam'ın, 'Tiffany' biçimi lambaklıkların, değişik güneş gözlüklerinin, üzerinde sloganlar ya da pornografik şakalar yazılı düğmelerin, Humphrey Bogart'ın afişlerinin, yapay kirpiklerin ve pop kültüründeki hızlı değişimi yansıtan bir çok yabansılıkların, yükselişine ve düşüşüne tanık oldu. Kitle ortamının dürtüsü ve ilginç pazarlama yöntemlerinin etkisiyle bu tip geçici modalar kısa süre içinde pazarı sarıyor ve aynı çabuklukla kayboluyor. Bu işle uğraşanlar malların yaşam süreçlerinin kısalmasına karşı hazırlıklı durumdadırlar." (75)

Toffler, böyle kullan-at ürünlerle başa çıkabilmek için, ona uygun bir kafa yapısına sahip olmak gerektiğini belirterek, bunun diğer düşünceleri de etkilediğini belirtmektedir. Böylece insan-nesne ilişkilerindeki süre de gitgide kısalmaktadır. (76) Toffler'ın düşüncelerinden yola çıkarak, insan-nesne ilişkilerinde birlikte olma süresinin kısalmasının, kültürel değişimi de orantılı olarak çabuklaştırdığını sövlemek pek yanlış bir görüş olmayacaktır. Hızlı değişim, toplumun tüm yapısında da bir hızlanmayı beraberinde getireceğinden, kalıcılık önemini yitiren bir olgu halini almaktadır. Bu da, satın alma konusunda önemli bir değişiklik oluşturmaktadır. Toplumda bu tür bir yapılanma, her alanda düzeysizleşmeyi de beraberinde getirebilir. Henry Rabassiere'in söylediği gibi, popüler kültür, dünün sınıf kültürünün düzeyi düşürülmüş bir biçimi olabilir. (77) Toplumdaki hızlı değişime ayak uydurabilme amacına yönelik olan, metalaştırma; hem

75 Toffler, Şok, a.g.k., s.68.

76 Toffler, Şok, a.g.k., s.52.

77 Henry Rabassiere, "In Defense of Television", Mass Culture, Edited by: Rosenberg, White, The Free Press of Glencoe, NY, 1964, s.373.

değerler, hem nesnelere için söz konusu olabilmektedir. Kültürün popülerleştirilmesi sonucunda oluşan yeni yapıda satın alma çok önemli bir duruma gelmiştir. Hatta eğlence olgusu bile satın alınabilmektedir. (78) Kültürel ürünlerin de metalaşarak, ticari biçimde üretimi sonucunda popüler kültür üzerinde bireysel etkiler azalmıştır. (79)

Daha önce popüler kültürle ilgili tanımlardan birinde, popüler kültürün gündelik yaşam kültürü olduğundan söz edilmişti. Gündelik yaşamda önemli bir yeri olan boş zaman değerlendirme ve eğlence olguları üzerinde durulmuştu. Adorno'nun belirttiği gibi, popüler kültürün kapsadığı alan bu kadarla sınırlı değildir, sanatsal tüm alanlarda geçerlidir. (80) Hatta Haag'ın belirttiği gibi;

"Kültürün değişik bir tipi, popüler kültür, inanç, eylem, düşünce, duyguların ayrı biçimi olarak yaşamın içindedir. Böylece, doğal olarak kitle üretimi biçiminde bir gereksinme haline gelir."(81)

Popüler kültürün bu özellikleri onun yenilikler konusunda, diğer kültür tiplerinden daha ileride olduğunu da ortaya koymaktadır. (82)

Haag'a göre endüstri, halk kültürü ve yüksek kültürü kemiren bir olgu ve popüler kültürün önkoşuludur. Bu anlamda endüstrileşmenin söz konusu olmadığı tarihlerde makineleşmenin yaygınlaşmış olmaması, Roma'da popüler kültürün dar bir alanda kalmasına neden olmuştur. Ancak günümüzde popüler kültür koşulları ile,

⁷⁸ T.W.Adorno, "TV and the Patterns of Mass Culture", Mass Culture, Edited by: Rosenberg, White, The Free Press of Glencoe, NY, 1964, s.475

⁷⁹ T.W.Adorno, "TV and the Patterns of Mass Culture", Mass Culture, a.g.k., s.475.

⁸⁰ Adorno, a.g.k., s.475.

⁸¹ Haag, Mass Culture, a.g.k., s.504.

⁸² Haag, Mass Culture, a.g.k., s.512.

geçmişteki popüler kültür koşulları tümüyle farklıdır. Sadece şöyle bir genelleme yapılabilir, popüler kültür öğeleri tarihin her döneminde varolmuştur. (83) Endüstrileşmiş toplumlarda ise çağdaş popüler kültür halk sanatından ayrı bir yapıya bürünmüştür. Bir hayal ürünü gibi, insan deneyimlerini başka yönlerde doyum sağlamaya yönelir, gerçeğin tersi olarak bir yanılsama (illusion) verir. (84)

Adorno ise popüler kültür konusunda şunları söylemektedir;

"İlk zamanlarda, popüler kültür, tüketicilerin içinde yaşadıkları gerçek toplumsal koşullar ve toplumsal ideoloji arasındaki kesin denge ile beslenmiştir. Bu, 18. yüzyılda popüler sanat ile ciddi sanat arasındaki çizginin korunmasına yaramıştır." (85)

Rolf Meyerson, Amerikan Sosyoloji Birliği'nin bir toplantısında sunduğu bir bildiri (Amerikan Sosyoloji Birliği'nin 72.yıllık toplantısında sunulan bildiri, 5 Eylül 1977, Chicago, Illinois) 1930 ve 1940'larda, popüler kültürün politikadan bağımsız bir olgu olarak ele alınmadığını, özellikle faşizm ile bağlantısının söz konusu olduğunu belirtmektedir. (86)

Nazi iktidarı sırasında ve 2. Dünya Savaşı süresince popüler kültür ve yüksek kültür materyalleri propaganda amacıyla kullanılmıştır. 1942'de Adorno, şöyle yazmıştır;

"Nazi egemenliği altındaki Avrupa'da dış dünya ile ilişkileri kesilmiş

83 Haag, a.g.k., s.522.

84 Haag, a.g.k., s.533.

85 Adorno, Mass Culture, a.g.k., s.477.

86 Rolf Meyerson, "The Sociology of Popular Culture (Looking Backwards and Forwards)", Communication Research, Vol.5, N.3, July 1978.

insanlar için her ses politik bir anlam taşıyordu. İnsanlar için, popüler müzik ile oluşan dolaylı uyarı, doğrudan verilen politik mesajdan çok daha etkili olmuştur." (87)

1960'lı yıllarda, popüler kültür, politikadan tümüyle ayrı bir yapıya kavuşarak toplumsal bir olgu olarak incelenmeye başlanmıştır. Gençlik hareketleri gelişmeye başlamış, pek çok müzisyen bu hareketlerden ilham almıştır. Bob Dylan, The Beatles, The Rolling Stones, The Grateful Dead gibi.

Vidich Bensman'a göre, popüler kültür incelemelerinde, birbirini izleyen ve toplumsal gruplarla bağlantılı olan önemli biçimsel değişmelerin ortaya çıkarılması gerekmektedir. Adetler ya da tarihsel ilk mit örnekleri ile ilişkili olan, kültürel anlamda insan yapıtlarının incelenmesi için buna gerek vardır. Bir insan yapıtı sürekli bir miti sembolize etmekle kalmaz, aynı zamanda içinde bulunulan zamana ait özlemlerin bir ifadesi olarak, belirli bir grup tarafından ortaya çıkarılan, mit türü ya da özel bir imgeyi de sembolize eder. Değişen, ilerleyen bir toplum, kültür mirasını devralarak, yönetebileceği yeni imgeler, modeller, biçimler kurar. Bu yeni modeller eski mitlerin değişik bir biçimi olabilir, ama tümüyle yeni gelenekler oluşturan topluma aittir. (88)

Benzer biçimde Cawelti de Popular Culture and Expanding Consciousness adlı araştırmasında kültürel nesnelere 2 türü olduğunu belirterek, 1.türün icatlar ya da sanat yapıtları olduğunu, 2.türün ise toplumsal stereotype'ler, mitler, kültürel miras ya da 'topluluk bilinci' (Collective mind) içinde yer alan kültür kalıpları olduğunu ifade etmektedir. (89)

87 Meyerson, "The Sociology of...", a.g.m., s.332.

88 Kreiling, a.g.m., s.256.

89 Kreiling, a.g.m., s.252.

Ayrıca köktenci görüş açısından, Marcuse'a göre, popüler kültür, yaşamı ve kişilerin gerçek gereksinimlerini ve istemlerini yansıtmayan, aksine gerçek yansıtma biçimlerini engelleyici bir kültürdür. (90)

İzleyicinin seçimi kuramı, bireyi yalnız değil, toplum çerçevesinde iletişimde bulunan birim olarak ele almaktadır. Bu kurama göre, grup içindeki birey, popüler kültürü (yaşanan kültür) bir sosyalizasyon ögesi olarak 3 türlü kullanabilir:

1. Biçimini alıp, genel bir simge yerine kullanmak,

2. Görüşleri açıklayabilmek için, popüler kültür konularını ortaklaşa kullanmak,

3. İlişkilerde söz konusu olabilecek yeni olayları belirtebilmek için popüler kültürün içeriğinden yararlanmak. (91)

Popüler kültürü seçici algı ve seçici sunum başlığı altında ele alan görüşler de 4 gruba ayrılmaktadır:

1. Catharsis Kuramı: Bireylerin günlük yaşamlarındaki sıkıntılarına sanatsal yolla arındırdıklarına ileri sürmektedir. Günümüzün sıkıntı ve gerilimlerini, bu yaşam tarzına tekabül eden popüler kültür ürünleri arındırmaktadır.

2. Etki Kuramı: Popüler kültürün, bireyde anti-sosyal olan tüm duygu ve düşünceleri tahrik edip, bireyi anti-sosyal bir konuma ittiğini ileri sürmektedir.

3. Görerek Öğrenme Kuramı: Bireyin, davranışları-

⁹⁰ Batmaz, "Popüler Kültür Üzerine Değişik...", a.g.m., s.180.

⁹¹ "Toplumsallaşma ögesi olarak kullanım için Türkiye'den güncel bir örnek, arabesk müzik verilebilir. Türkiye'de temel olarak bu müziği tüketenler, onun müzik formunu, birbirlerini ayırtedebilmek için: konularını sevda, umut, gizemsi başkaldırı aracı ve hüznün içinde buldukları konumu anlatabilmek ve toplumdaki sosyo-ekonomik dalgalanmaları, yükledikleri anlamlarla verebilmek için tüketiyorlar olsa gerek." (Batmaz, a.g.m., s.189)

nı büyük ölçüde, sanatsal bağlamlarda gözleyerek öğrendiğini ve kendini özdeşleştirdiği sanatsal kahramanları taklit ederek edindiğini ileri sürmektedir.

4. Pekleştirme Kuramı: Bireyde toplumsallaşma sürecinde oluşan ve toplumsal sistem aracılığı ile düzenlenen duygu, davranış ve tutumların popüler kültür aracılığı ile pekiştiğini söylemektedir. (92)

Kitle Kültürü

Kitle kültürü kavramının çok yakından ilişkili olduğu önemli olgulardan biri kitle iletişim araçlarıdır. Ayrıca araştırmancının odak noktalarından birisi olan video-nun bir kitle iletişim aracı olarak kabul edilmesi nedeniyle kitle iletişim araçlarının genel anlamda niteliklerine, etkilerine ve yapılarına değinmekte yarar vardır.

Çağdaş anlamda, endüstrileşmiş bir toplum içinde yaşayan bireylerin, kültürel, toplumsal açılardan kendilerini toplumdan soyutlamaları olanaksızdır denilebilir. Lazarsfeld ve Merton, Mass Culture adlı çalışmada yer alan "Mass Communication, Popular Taste and Organized Social Action" isimli makalede bu konuya değinerek iletişim konusunda, kitle ortamları (mass media) ile ilgili üç olgudan söz etmektedirler. Bu olgular şunlardır:

1. Kitle ortamlarının potansiyel güçleri ve her yerde olabilmelikleri,
2. Kitle ortamlarının çok sayıda bireyle yakından ilgili olmaları,
3. Teknik açıdan gelişmiş kitle iletişim araçlarının, popüler kültür standartlarını ve estetik düzeyi düşürme tehlikesini taşımalarıdır. Kitle ortamları

rının toplumsal rolü ile ilgili genel konu, estetik eğilimler ve popüler kültüre hakim olan etkileridir.(93) Bu 3 olguya, bir tane daha eklemek olasıdır. Şöyle ki; kitle ortamları toplumsal ve kültürel gelişimde de çok önemli bir role sahiptir. Toplumsal ve kültürel gelişim ya da çağdaşlaşma süreci içinde yer alan altı kurum Lerner tarafından ekonomi, polis, aile, topluluk, okul ve iletişim biçiminde ele alınmıştır. (94) Kitle ortamları olarak kitle iletişim araçları, bu anlamda toplumsal ve kültürel gelişim sürecinde yer almaktadır. Lerner, modernleşme süreci içinde, toplumun kitle iletişim araçlarının etkisine girmesi konusunda bazı basamaklar oluşturarak konuya açıklık getirmektedir. Lerner, modernleşmenin temelinde kentleşmenin yattığı düşüncesinden hareket eder. Ona göre, bir toplumdaki gönüllü kentleşme oranı %25'i geçtiği zaman, artık modern üretim gerekliliği ortaya çıkar. Böylece modernleşme başlamış olur. Bunu izleyen aşama okur-yazarlık oranındaki artıştır. Bu artış, hem endüstrileşmenin bir sonucu, hem de onun gerçekleşmesi için gerekli bir koşuldur. Bunun ardından kitle iletişim araçlarının etkisine girme başlar. (95) Lane de Political Ideology adlı kitabında modern toplum konusuna değinerek, "empati" (96)'ye sahip olan insanlardan kurulu olan toplumu modern

93 Lazarsfeld, R.K.Merton, "Mass Communication, Popular Taste and Organized Social Action" Mass Culture, a.g.k., s.458.

94 Lerner "Çağdaşlaşma Sürecinde İletişimin İşlevi", Çev: N.Avcı, İTİA-TÖEF Dergisi, Sayı:3, Ekim 1980, s.109.

95 D.Lerner, The Passing of Traditional Society, The Free Press of Glencoe, New York, 1969, s.61-63" F.Kongar, Toplumsal Değişme, a.g.k., s.219'daki alıntı.

96 "Siyasal, ekonomik ve kültürel tüm toplumsal etkinliklere katılmanın ardında insanın kendisini başkasının yerine koyabilme yeteneği, empati yatar. Empatiye sahip olan insan, benzetmek istediği kişileri ve kendisine benzeyenleri belirleyebilir, onlarla birleşebilen, böylece yaşam görüşünü işletebilen insan demektir." (R.Lane Political Ideology, The Free Press, New York, 1967,p.432)

olarak kabul etmektedir. Modern bir toplumun insanları da, kitle iletişim araçları yoluyla kendilerini başkalarının yerine koyabilme güçlerini (empatilerini) geliştirmektedirler. Kısacası modern toplum, bu insanların her türlü toplumsal etkinliklere katılımı sonunda geliştirdikleri fikir birliğine (consensus) dayanır.(97)

Lerner'in bir toplumun modernleşme süreçleri konusundaki görüşleri içinde kitle iletişim araçları çok önemli bir yer tutmaktadır. Lerner kitle iletişim araçları ve empati arasındaki ilişkiyi ise şöyle açıklamaktadır:

"Kitle iletişim araçları halka yeni ve garip durumlar sunup, aralarında seçim yapabileceği bir dizi görüş geliştirerek bu tür bir katılım öğretmektedirler. Bazı insanlar da diğerlerinden daha iyi öğrenmektedirler. Aradaki farklılık, onların empati konusundaki becerilerini yansıtmaktadır; çünkü değişik boyutlardan görülmektedir ki empati, çağdaş insana gerekli en temel iletişim becerisidir. Empati kişinin kendisini önemli birinin yerine koymasını, dünyada olup bitenlere ilgi duymasını, deliğinde büzülüp kalmamasını sağlayan imgelerin gücüdür. Daha önce sessiz sedasız yaşayıp giden bir topluma merak ve imgelerinin yaygınlaşmasıyla ki, toplumsal büyüme ve ekonomik gelişme için gerekli iman becerileri ortaya çıkmaktadır." (98)

Çağdaşlaşma sürecinde kitle iletişim araçlarının bireylere ve toplumlara olan etkileri ile özelliklerinin ayrıntılı olarak ele alınmasının yanında öncelikle günümüzde modern toplumlarda yaşayan bireylerin konularına da değinmekte yarar vardır. Aslında bu konu çift yönlü olarak ele alınması gereken bir konudur. Çünkü modern bir toplum yapısında kitle iletişim araçlarının durumu toplum yapısını etkilemekte, ilerleyen

⁹⁷ "Lane Robert, Political Ideology, The Free Press, New York, 1967", Emre Kongar, Toplumsal Değişme, a.g.k., s.219'daki alıntı.

⁹⁸ Daniel Lerner, "Çağdaşlaşma Sürecinde İletişimin İşlevi", a.g.k., s.126.

teknoloji sonucu gelişen yeni toplum yapıları da kitle iletişim araçlarının komumunu etkilemektedir. Modern toplumun yapısından ileri gelen bazı gelişmeler, olumsuzluklar da bireylerin toplum içindeki konumlarını etkilemektedir. Bu konuda F.Dürrenmatt şöyle diyor:

"Öyle bir dönemde yaşıyoruz ki, insan çevresinde olup biteni anlayamıyor bir türlü, büyük güçlerin elinde oyuncak gibi duyuyor kendini. Dünyadaki olaylar öylesine büyük boyutlarda ki, bireyin bir katkısı olamıyor, dünya ona yabancı geliyor. Ve böylece, ipliği pazara dökülmüş çeşitli dünya görüşlerinin etkisiyle filizlenen kitle üretimlerinin kurbanı oluyor." (99)

Dünyadaki olaylara bireyin katkısının mümkün olmaması şöyle dursun, kitle üretiminin doğal sonuçları, kitle kültürü ve kitle iletişim araçlarının varlığı nedeniyle bireyler dünyaya yabancılaşmakta, reel yaşamdan kopmaktadır. Çağımızda modern toplum yapısının görünüşleri hakkında Walter Benjamin, Estetize Edilmiş Yaşam adlı çalışmasında modern dönemin özelliklerini şöyle maddeleştirmektedir:

"1.Modern dönemin betimleyici özelliği metaların kitlesel üretimi ve insan ilişkilerinin seyselleşmiş (reification) oluşudur.(100).

2.Bunun nedeni teknolojik değişimdir.

3.Bunun sonucunda gelenek ve geleceğe dayalı yaşam biçimi yok olmaktadır.

4.İmgeler (imajlar) ve nesnelere

99 "Friedrich Dürrenmatt, Theater Schriften und Reden, Zürich, 1966" Canan Zehra İpşiroğlu, "Friedrich Dürrenmatt ve 'iyatrosu'", Göstere, Haziran, 1987, Sayı:9 s.16'daki alıntı.

100 Reification: Sözlük anlamı olarak reify, maddeleşme olarak geçmektedir. Buradan yola çıkarak ilişkilerin maddi temele dayanması biçiminde bir tanımlama yapılabilir.

metalaşmışlar, algılamaların materyalize olmuş biçimlerine dönüşmüşlerdir. Yani; yaşam-denemelerimiz algılama ve fantazyaya düzeyinde de tranforme olmuşlardır.

5.İmgeler ve nesnelere, (algılamamızın nesnelere, fantazyamızın materyalize olmuş biçimine dönüşüp metalaşmış bulduklarından, yaşamdaki seyselleşmeyi çözümlenmek için) günümüzde çok önem kazanmışlardır.

6.Günümüz yaşamının gerçekliğinin anlaşılmasında, fantazyaların ve imgelerin tarih ve kültür açısından açıklanmaları önem taşımaktadır." (101)

Oskay da, metalaştırma ve fantazyalara işlerlik kazandırılmasında kitle iletişim araçlarının etkisine değinerek, bu araçların düşün biçimlendirme süreçlerinde bir zorlama söz konusu olmadığını, bireylerin gönüllü olarak kitle iletişim araçlarını izlemeleri ile kendi toplumsal gerçekliklerinden soyutlandıklarını, fantazyalar ürettiklerini, yanlış özdeşleşmeler ile bu sürecin işlerlik kazanmasını sağladıklarını belirtmektedir.(102)

Günümüz toplumlarında, bireylerin düşün biçimlendirme, kendilerine bir kişilik oluşturabilme yönündeki durumlarına bir çözüm bulunabilmesi ve bu durumun nedenleri konusunda Toffler, kitle iletişim araçlarının etkilerine daha değişik bir açıdan yaklaşmaktadır. Toffler, ikinci dalga diye adlandırdığı dönemde, bireylerin kitlesel olarak üretilmiş imajların arasında kaybolduklarını, tek merkezden yönetilen az sayıdaki kitle iletişim araçlarının eklemsiz ve tekdüze bir bilinç yarattığını belirtmektedir. Bireylerin kendilerini kıyaslayabilecekleri, yaşam biçimlerini tercih edebilecekleri ve toplum-

¹⁰¹ Walter Benjamin, Estetize Edilmiş Yaşam, (Çev: Ünsal Oskay, Dost Kitabevi, Ankara, 1982, s.131.

¹⁰² Ünsal Oskay, "Kitle İletişimi Açısından Toplumsal Egemenlik ve Kültürel Donanımları", a.g.m., s.30.

ca onaylanan kişilik türlerinin az sayıda olmasının söz konusu olduğunu, ancak günümüzde iletişim düzeninin kitleselliğini yitirdiğini, blok halinde imajlar yerine, küçük parçalar vermesi nedeniyle, bireylerin seçim yapma yerine, daha güç olan bu parçaları birleştirme zorunda kalmaları nedeniyle kişilik arayışı içine girdiklerini savunmaktadır. (103) Toffler'a göre "Üçüncü Dalga'nın iletişim sistemi, sadece kişisel olan yanlarımızı kristalize etmekle kalmaz, bizi kendi imajımızı üretmeye de iter." (104) Yeni iletişim araçlarının karşılıklı ilişki kurulmasına olanak veren yapıda olduklarını belirten Toffler, çift yönlü kablolu televizyon, video kaset, ses alma makineleri gibi iletişim araçlarının, bireyin emrine yeni iletişim olanakları verdiği görüşündedir. Böylece, iletişimdeki devrimin kişisel özellikleri daha arttırdığını, çünkü herkesin kendisiyle ilgili imajının daha karmaşıklaştığını belirtmektedir. (105)

Birey, yaşamında, bilgiler evreniyle doğrudan ilişki içindedir, sonsuz büyüklükteki bilgiler ağının, insan beyni tarafından kavranabilecek mütewazi bir bilgi ağına indirgenmesinde, ilke olarak önemli bir bozulma yoktur ve bu işlevi yerine getirmek mass-media'nın rolüdür. (106) "Mass-media'nın hedefi, maksimum sayıda mesajla, maksimum sayıda insana ulaşmaktır; ancak çeşitli mesajlar, kitlenin dikkatini çekmek için birbirleriyle yarışma halindedir." (107). Mass-media ve ona bağlı olarak da kitle iletişim araçlarının sosyo-kültürel anlamda önemini ortaya koymak için Moles'un Temel Sosyo-Kültürel Devre adını verdiği bir şemayı koymakta yarar vardır.

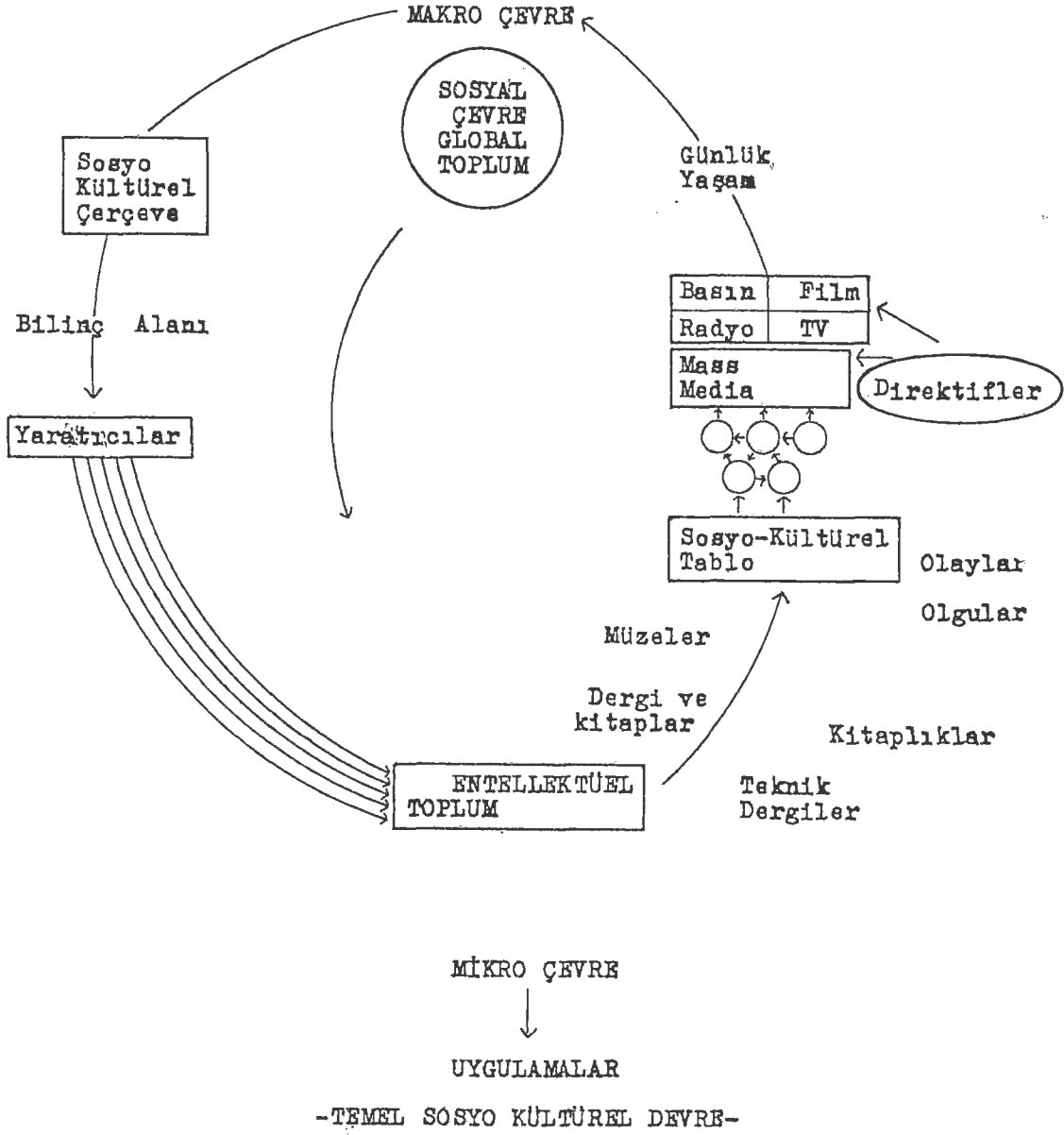
103 Alvin Toffler, Üçüncü Dalga, (Çev:Ali Seden) Altın Kitaplar Yayınevi, İstanbul, 1981, s.441.

104 Toffler, a.g.k., s.442.

105 Toffler, a.g.k., s.442.

106 Abraham Moles, Kültürün Toplumsal Dinamiği, a.g.k., s.232.

107 Abraham Moles, a.g.k., s.135.



Kaynak: Abraham Moles, Kültürün Toplumsal Dinamiği, s.73.

Bu tablodan yola çıkarak Moles, mass-media'nın sosyo-kültürel (108) tabloyu biçimlendirenlerinkinden farklı amaçlara ve farklı değerle tablosuna sahip olduğunu belirtmektedir. Kitle iletişim araçlarından geçmeyen mesajların ise toplumun evrimi üstünde çok küçük bir etkiye sahip olduğunu söylemektedir. (109)

Mass media'nın taşıdığı önem, kitle iletişim araçlarının incelenmesi, özelliklerinin ortaya konulmasıyla daha da belirginleşecektir. Horkheimer, bugünkü toplumun herşeyi dümdüz ederken, kitlelerin kültürel tüketimleri için seyirlik olaylar yarattığını, 'tuhaf' mizaçlı, 'özgün' kişileri piyasaya sürdüğünü, farklılık yanılmasını güçlendirdiğini belirtmektedir.(110) Bu kitlesel ortamın oluşmasının tüm aşamalarında kitle iletişim araçları devreye girmektedir. Bunun yanında, yeni kuralların oluşması ve eskilerin yerini almasında öteki değişkenlerin yanısıra kitle iletişim araçları önemli rol alır." Toplumların etkilenmeye ve yönlendirilmeye özellikle açık olduğu çalkantılı dönemlerde kitle iletişim araçları, bir toplumun 'kitle toplumu'na dönüştürülmesinde kullanılacak en etkili güdüleme (manipulation) aracıdır. (111) Kitle iletişim araçlarının geniş halk kitlelerini ideolojik ve kültürel olarak etkilemedeki önemlerinin büyüklüğüne Çalışlar da değinerek, kitlelerin toplu olarak yönlendirilmesi amacıyla olduğu kadar, manevi-kültürel gereksinmelerinin karşılanması amacıyla da kullanıldıklarını belirtmektedir. Ayrıca toplumsal demokrasinin bir araç olarak, kitlelerin bilinçlendirilmesi için, güncel haber gereksinimlerinin karşılanmasında, sinema, televizyon, müzik,

108 Abraham Moles, a.g.k., s.73.

109 Abraham Moles, a.g.k., s.78.

110 M.Horkheimer, Akıl Tutulması, (Çev: Orhan Köçak, Metis Yayınları, İstanbul, 1986, s.33.

111 Altay Gündüz, "Kitle İletişim Araçları Üzerine", Cumhuriyet, 9 Şubat 1988 Salı.

gibi üretim istasyonları olarak sanat ve eğitim amacıyla kullanımda önemleri çok fazladır. Bunun yanında iletişim ve sanat araçlarının medyaya özgü biçimlerinin gelişmesini sağlamada, değişik kesim ve toplulukların çeşitli kültürel gereksinmelerine karşılık verebilmesi bakımından ve böylece toplumsal yaşam tarzının gelişmesine yardımcı olmaları açısından önemlidirler. (112)

Lerner, toplumsal değişme anlamında kitle iletişim araçlarının önemiyle ilgili olarak 3 önermeyi şöyle sıralayarak açıklamaktadır:

"1. Kitle iletişim araçları halka yeni özlemler aşulamakta ve empatik bireysel hızla (görünüşe bakılırsa) logaritmik olarak toplumsal başarıların ötesine geçmekte, bu da düşün kırıklığı dediğimiz doyumsuzluğa yol açmaktadır.

2. Düş kırıklığının artık görülen tehlikelerine karşın, kitle iletişim araçları dünyanın dört bir yöresinde hızla yayılmaktadır. (113).

3. Doyumun en çoğa çıkartılması olarak düşünülen çağdaşlaşma ancak ve ancak aydınlatıcı bir iletişim kuramı ve uygulaması yürürlüğe konabilirse başarıya ulaşabilir." (114).

Lerner'a göre, kitle iletişim araçları, alıcılara (izleyicilere) yaşantılarından değişik bir yaşam biçimi sunarak, o yaşam biçimlerini kavrama, kapasite-

112 Aziz Çalışlar, Ansiklopedik Kültür Sözlüğü, Altın Kitaplar Yayınevi, İstanbul, 1983, s.253.

113 Lerner, kitle iletişim araçlarının yaygınlaşma koşullarını şöyle açıklamaktadır: "Önemli bir koşul ekonomiktir. Bir ülkede ekonomik kalkınma düzeyi kitle iletişim araçlarının yaygınlaşp yaygınlaşmamasını belirler. Bütün endüstrileşmiş ülkeler kitle iletişim dizgeleri (sistemleri) üretirler. Endüstrileşmemiş bir ülke bunu yapamaz. Bizi ilgilendiren ise gelişme yolundaki uluslardır." (Lerner, "Çağdaşlaşma Sürecinde İletişimin İşlevi", a.g.m., s.116)

114 Daniel Lerner, "Çağdaşlaşma Sürecinde İletişimin İşlevi", a.g.m., s.118.

telerini arttırma olanağı sağlarlar. (115) Toplumsal gelişme ve ilerleme anlamında konuya eğilen Mc Clelland ise, kitle iletişim araçları yoluyla yayınlanan mesajların içeriklerinin alıcılarda (izleyicilerde) bir ilerleme ve gelişme güdüsü (motivasyon) yarattığını savunmaktadır. (116) Ithiel de Sola Pool ise kitle iletişim araçlarının gelişme ve ilerleme açısından toplum ve birey üzerindeki etkilerinin, dikkat, bilgi ve haber, zevkler, kavramlar, belirlilik ve kısa dönemli küçük tutum değişikliklerinde önem taşıdığını belirterek, kitle iletişim araçlarının etkilediği değişkenlerin dikkat, belirlilik, haber ve bilgi olduğunu, hareketlerdeki değişikliğin ise, ancak önemli özdeşim gücüne sahip kişilerin yüzyüze temaslar yoluyla yaptıkları etkilere bağlı bulunduğunu savunmaktadır. (117)

Çağımızda etkilerini çok daha fazla olarak hissettiren sinema, televizyon, basın, radyo, video gibi kitle iletişim araçlarının toplumsal ve bireysel anlamda etkilerini Mills, İktidar Seçkinleri adlı kitabında ele alarak, bu araçların günümüzde bir tür bilgisizliğe yol açtığını belirterek, kafamızdaki görüntülerin düşünce ve bilgilerimizin büyük bir bölümünün kitle iletişim araçlarından edinildiğini, kendi başımıza edindiğimiz bilgi ve düşüncelerin oranının gitgide azaldığını, kitle iletişim araçlarının etkileri nedeniyle kişisel yaşam dönemlerinin de basma-kalıp bir hale gel-

115 "Daniel Lerner, "Toward a Communication Theory of Modernization, A Set of Considerations, a.g.k., s.350" Kongar, Toplumsal Değişme, a.g.k., s.252' deki alıntı.

116 "D. Mc Clelland, The Achieving Society, Princeton, N.J. Van Nostrand, 1961", Kongar, a.g.k., s.252' deki alıntı.

117 "Ithiel de Sola Pool, "The Role of Communications, in the Process of Modernization and Technical Change", UNESCO Dökümanı, SS/NAC/1960", E. Kongar, Toplumsal Değişme, a.g.k., s.253' deki alıntı.

diğini; bireylerin dış dünyadaki olguları hiç bir etki altında kalmadan algılayabilmelerinin ancak çok iyi eğitilmiş ve aydınlatılmış olmalarıyla olası olabildiğini açıklamaktadır. (118) Kitle iletişim araçları üzerinde tekel kurulmadığı sürece, bireylerin bu araçlardan birine karşı diğerini seçerek denge kurulabileceği ve böylelikle bireylerin bu araçlara direng gösterebileceği görüşüne karşı çıkararak, bireylerin kendi yapılarına uygun içeriğe sahip olan kitle iletişim araçlarını izlediklerini belirtmektedir. (119) Mills'in sözünü ettiği konu, yani bireylerin kendi görüşlerine, düşüncelerine, yaşamlarına uygun olan kitle iletişim araçlarını izlemede, teknoloji alanındaki yeni gelişmelere koşut olarak olanaklar gitgide artmaktadır. Varolan kitle iletişim araçlarına uydu yayınları gibi yeni boyutlar eklenmektedir.

Uydu yayınlarının etkililiği dışında, yüzyılımızda, radyo-TV, kolay ulaşılabilir olmaları nedeniyle sinemayı, algı kolaylığı nedeniyle kitabı, çabukluğu nedeniyle günlük basını geriletmektedir. (120) Genel anlamda kitle iletişim araçlarının insanı yönlendirici yönü artık yadsınamaz bir olgudur. Teknolojik ilerlemeler sonucunda kitle iletişim araçlarının egemenlik alanları neredeyse sonsuzdur." (121)

Daha önce değinilen, ancak küçük ayrıntılar için uzaklaşmış gibi görünen kitle iletişim araçlarının özelliklerine, toplum ve bireyler üzerindeki etkilerine döndürsac, A.Moles şöyle diyor;

118 Wright Mills, İktidar Seçkinleri, (Çev:Ü.Os-kay), Bilgi Yayınevi, Ankara, 1974, s.436-437.

119 W.Mills, İktidar Seçkinleri, a.g.k., s.440.

120 A.Moles, Kültürün Toplumsal Dinamiği, a.g.k. s.258.

121 Ahmet Cemal, "Kültür Politikaları ve Kültür Bunalmaları", Düşün, Ekim 1984, s.23.

"Kitle iletişim araçlarının günlük grafiği, kültürel olguları yapay olarak heyecansal bir değerle boyamaya dayanmaktadır." (122) Bu yapaylık nedeniyle, Anders dünyanın sadece evlerin içine girdiği biçimiyle görüldüğünü, olaylara gidilmeyip olayların evin içine düzenlenmiş bir biçimde girdiklerini, böylece pasif tüketiciler durumuna gelindiğini belirterek, dünyanın evin içine radyo ve televizyon aracılığıyla alçaltılmış, adileştirilmiş bir biçimde girdiğini ve sahte görünümün yabaneılaşmanın bir başka biçimi olduğunu söylemektedir.(123) Mills'e göre ise kitle iletişim araçları, kitledeki bireylere yeni bir özkıyılık vermekte, benimsetmekte, o kişilere nasıl olmaları gerektiği konusunda telkinde bulunmakta, edinilen yeni kişiliklere tam anlamıyla sahip olmak için teknik kazandırmakta, bu yeni kişilikli bireyin rahatlamasını sağlamaktadırlar. Ayrıca bireylerin özel yaşamları da kitle iletişim araçları yüzünden ortadan kalkmaktadır. (124) Bazı görüşler özel yaşamla bağlantılı olarak, kitle iletişim araçlarının aile yapısının çökmesine neden olduğu biçimindedir. Toffler, bu görüşe karşı çıkararak, çekirdek aile tipini ölkü haline getirenin kitle iletişim araçları olduğunu savunmaktadır. (125)

Kitle iletişim araçlarının ortaya konulmaya çalışılan özellikleri konusunda üzerinde durulması gereken bir konu da, kitle iletişim araçlarının milyonlarca insana seslenmek zorunda olması nedeniyle, kültürel açıdan

122 A.Moles, Kültürün Toplumsal Dinamiği, a.g.k., s.38.

123 Gunther Anders, "The Phantom World of TV", Mass Culture, a.g.k., s.362-365.

124 Wright Mills, İktidar Seçkinleri, a.g.k., s.440-441.

125 Alvin Toffler, Üçüncü Dalga, a.g.k.,s.284.

bir düzeysizleşmeye neden olduğudur. Haldun Taner bir yazısında televizyonun dünyanın her yanında 12-14 yaş zekası ortamına düştüğünü belirtmektedir. (126)

Toplumsal bir yapının içinde yaşayan bireyin toplumdaki ayrı kalmama, toplumla bütünleşme çabaları toplumsal değişikliklere ayak uydurması gerekliliği her çağda önemli bir yer tutmuştur. Toplumun sahip olduğu değerler, inançlar gibi kültürel değerlerin bireylerin davranış ve düşünce yapısındaki önemi ortaya konmuş durumdadır. Çağdaş endüstri toplumlarında, gelişen teknolojik koşulların toplum yapısı üzerindeki etkilerinin varlığı tartışılmaz bir gerçektir. Artan insan sayısı, bu insanlara sağlanan her türlü hizmetin gerçekleştirilmesi için gerekli üretim sistemlerinin kurulması, onların belirli merkezlerde toplanmalarını, yani kentleşmeyi gündeme getirmiştir. Lerner'e göre, Batı'da görülen kentleşme artan okuryazarlığa, artan okuryazarlık kitle iletişim araçlarının daha etkili olmasına, artan kitle iletişim araçlarının etkisi ise daha geniş ekonomik ve toplumsal katılıma yol açmaktadır. (127) Lerner, bu süreçlerin bu sıra ile tüm dünyada geçerli olduğunu belirtmektedir. (128) Toffler, Lerner'in sözünü ettiği süreçlere üretim ve tüketim açısından yaklaşarak görüşlerini şöyle açıklamaktadır;

"Bir an için durup geriye bakınca, üretimle tüketimin birbirinden gittikçe daha çok kopmasından kaynaklanan ve görevi bir bütünlük sağlamak olan seçkinlerce yönetilen fosil yakıtına dayalı, fabrika üretimine, çekirdek aileye, şirkete, kitle eğitimine, kitle iletişim araçlarına bağlı bir uygarlık gö-

126 Haldun Taner, "TV Denen Şu Işıklı Pencere", Milliyet, 11 Ağustos 1974.

127 Kongar, Toplumsal Değişme, a.g.k., s.217.

128 Kongar, a.g.k., s.217.

rürüz." (129).

Toffler'in sözünü ettiği üretim, Marcuse'a göre, iktisadi gereklerini, savunma ve yayılma siyasetini, çalışma zamanı üzerinde, dinlenme zamanı üzerinde maddi ve manevi kültür alanında duyurmaktadır. Çağdaş sanayi toplumu, teknolojik temelini düzenleyiş biçimiyle, bü-tüncüllüğe yönelmektedir. (130) Üretimle çok yakından ilişkili olan diğer bir kavram, serbest zaman - vakit geçirme zamanı yani üst bir etkinlik için ayrılmış zamandır. (131) Üretim süreci içinde serbest zaman olgusu bireyler için çok büyük bir öneme sahiptir. Aziz Çalışlar, bu konuya değinerek, kitle kültürü ürünleri ile boş zaman arasındaki ilişkilerin yeni bir konum aldığı-nı belirtmektedir. (132) Üretim yapısının hızlı işleyi-şine ayak uydurmaya çalışan çağdaş insanın konumu konu-sunda Oskay görüşlerini şöyle açıklamaktadır:

"Atomlaştırılmış, reel yaşamdaki varoluşsal alanların sistem açısından rasyo-nelleştirilmesine ve örgünleştirilmesine karşılık, işliğin dışındaki serbest za-man için diğer insanlardan uzaklaştırıl-mış çağdaş insanın kendi toplumsal varoluşunun bilincine varabilmesi, kalabalık lar içindeki yalnızlığında kendi bireyliğini bulabilmesi, çözümü olanaksız denecek ka-dar: güç bir sorun olmuştur. (133).

129 Toffler, Üçüncü Dalga, Altın Kitaplar Yay., İstanbul, 1981, s.115.

130 Herbert Marcuse, Tek Boyutlu İnsan, (Çev:A. Timuçin, T. Tunçdoğan, May Yayınları, İstanbul, 1975, s.17.

131 "Karl Marx, Grundrisse der Kritik der Poli-tischen Oekonomie, s.599", Marcuse, a.g.k., s.16'daki alıntı.

132 Aziz Çalışlar, Ansiklopedik Kültür Sözlüğü, Altın Kitaplar Yayınevi, İstanbul, 1983, s.258.

133 Ünsal Oskay, Kitle İletişiminin Kültürel İs-levleri, Ankara Üniversitesi SBF Yay., 495, Ankara, 1982, s.7.

Çağdaş üretim süreci içinde yaşayan bireylerin, ekonomik yönden olsun, kültürel yönden olsun, seçkin sınıf bireyleriyle aralarındaki farklar çok belirgin bir duruma gelmiştir denilebilir. Bu nedenle, iş saatlerinin dışında, birbirlerinden ayrı bile olsalar, hep birlikte, üst tabakaların güldüklerinin, söylediklerinin, yediklerinin, giydiklerinin, kullandıklarının ucuz ve seri imalat ürünü olan benzerlerini alıp donanmaktadır. (134) Gerçek yaşamlarının en önemli eğlencelerinden ve unutmaya araçlarından biri olan televizyonlarını da neredeyse fetişleştirmektedirler. Bu aracın karşısında, kendilerine belli reklamlarla önerilen ürünleri kullanarak, seçkinler arasında yer aldıklarını sanarak mutlanmaktadır. Böylece egemen sınıfın egemenliğini pekiştirmeye yarayan, bireyci felsefeye tutkun 'kitleleştirilmiş bireyler' olarak kalmayı kabullemektedirler. (135) Çalışlar, Günümüzde Sanatsal Kültür ve Estetik adlı kitabında seçkin ve kitle kültürü olgularının teknik ilerlemeler sayesinde yakınlaştıklarını belirtmekte, tek biçimli bir kültüre doğru gidilmekte olduğunu ileri sürmektedir. Ancak, burada da ama-

134 Alt sınıflardaki bireylerin bu seri imalat ve ucuz olan ürünleri kullanmaları, sanat ve kültür anlamında da kitlesel tüketimi beraberinde getirmektedir. Oskay bu konuda şöyle diyor;

"Bu sorun, Adorno'nun üzerinde durduğu, fakat geçerli yanlar kadar, entellektüel ve aristokrasisine öзде aşırı duyarlı sayılabilecek yanları da olan bir "terreddi" sayılmak gerekir. Çünkü buradaki iş bir tablomun çok başarılı da olsa yeniden öğretimindeki ya da müzik eserinin plaktan yayınlanmasındaki özgünlük sorununu da aşmakta; sanat yapıtının içeriksel değerleri de gerilemektedir."

Ünsal Oskay, "Kitle İletişimi Açısından Toplumsal Egemenlik ve Kültürel Donanımlar", EİTİA-TÖEF Dergisi, Sayı:3, Ekim 1980, s.62.

135 Oskay, a.g.m., s.83.

cın, egemen burjuva kültürünün kitle kültürünü içinde eritmek olduğunu, bu görüşün pratikte modern burjuva sanatına kitleselcilik kazandırılması olarak ortaya çıktığını, bunun da halkın gerçek yaratıcı etkinliğinin bastırılması anlamına geldiğini belirtmektedir. (136) Seçkin kültürü ve kitle kültürünün yakınlaşmakta olduğu görüşünden yola çıkarak Toffler kültürel bütünlüğe yönelme görüşünün doğru olmadığını savunmaktadır. Ona göre, sanatta, öğrenimde ve kitle kültüründe bölünmeler, türlelendirmeler görülmektedir.

Çağdaş kitle kültürünün en çarpıcı yanının türlelendirmeye konu olması ve çeşitli kültürel seçimler yapma olanağının bulunması olduğunu belirtmektedir. (137) Oskay'a göre kültürel seçim yapma konusu, değişik görüşlerin kitlelere ulaşabilme durumuyla yakından ilgilidir. Çağımıza gelene değin, kitleler toplumsal gerçekliğin sadece bir bölümünü görebilmişlerdir. Ancak, günümüzde kitle iletişim araçlarının teknolojik olarak gelişmeleriyle birlikte, kitlelerin bilgi edinebilme olanakları da artmıştır. (138) Ancak bu gelişmenin de sakıncalarından söz etmek gerekmektedir. Kitle kültürü olgusunun özellikleri, gelişimi konularındaki görüşlere yer verildikçe, bu sakıncalar da ortaya çıkacaktır.

Kitlelerin seçim yapabilme olanaklarının, kitle iletişim araçları sayesinde arttığı konusundaki görüşlere bağlı olarak mesajların benzerlikler taşımaya başlamış olduğu günümüz kitle kültürü konusunda Marshall McLuhan "Ortamın melezleştirilmesi" kavramıyla konuya

136 Aziz Çalışlar, Günümüzde Sanatsal Kültür ve Estetik, Cem Yayınevi, İstanbul, 1983, s.19.

137 Alvin Toffler, Sok, a.g.k., s.226-227.

138 Oskay, "Kitle İletişimi Açısından Toplumsal Egemenlik ve Kültürel Donanımlar", a.g.m., s.86.

Yaklaşarak, kitle kültürünün kitle üretim sisteminin taşınma kapasitesini, melezleştirilmiş olan geleneksel eğlence kültürü, eğitim ve bilginin yaygın hale geldiğini, kitlelere paket halinde aynı anda ve aynı ileti biçiminde yayıldığını belirtmektedir.(139)

Oskay, iletileri özdeş olan kültürel metaların kitlelere, dışsal öğeleri farklılaştırılarak verildiğini belirtmekte, böyle gelir düzeyi, cinsiyeti, eğitim düzeyi vb. bakımından belirli kategorilerde toplanan herkese bir şeyler hazırlanmış olmakta, böylece hiç kimsenin kaçamaması sağlanarak, estetiğin gerilemesi konusunun gündeme geldiğini belirtmektedir. (140) Kitleleri etkileyebilmek amacıyla yönelik kültürel metaların içerik ve biçim olarak düzeylerinin düşmesi sonucunda, herşey basitleşmiş ve kitlelerin yapısına uygun duruma getirilmiştir. Max Horkheimer ve T.W. Adorno, Aydınlanmanın Diyalektiği (Dialectic of Enlightenment)de bu konuya değinerek görüşlerini şöyle ifade etmektedirler;

"Kant'a göre, ruhta gizli bir mekanizma vardır, bu mekanizma dolaysız sezgilerimizi 'Saf Aklın' sistemine denk düşecek bir biçimde hazırlamaktadır. Bugün ise bu gizil mekanizmanın sırrı çözümlenmiştir: Kültür endüstrisi bu mekanizmanın işleyişini planlayabilmektedir. Bunun ardında yer alan ise, ussal kılmak için ne denli uğraşsak, gene de ussallık dışı kalan toplumsal egemenlik olacaktır. Her şey basitleştirilmiş, sı-

139 Yvan Lamonde, "Mass Media and Culture", Fransızca'dan İngilizce'ye Çev: D.Liebermann, The Journal of Popular Culture, Autumn 1975, s.12.

140 Oskay, Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri, a.g.k., s.XV.

nıflandırılmış; kitleler içindeki bireylerin düşleri bile kendilerinin düşleri olmaktan çıkarılmıştır. Ne var ki herşey düşsever idealizmin ölçülerine uygun düşecek biçimde kurgulanmıştır." (141).

Horkheimer ve Adorno yine aynı çalışmada kültürün günümüzde herşeye aynı damgayı bastığını, siyasal yönden farklı görüşte olanların bile, müzikte aynı ritmlere özenle boyun eğmekte olduklarını, dekoratif sanayi yapılarının aynı görünümde olduklarını belirterek, yine günümüzde kentlerin ruhunu yitirdiğini; bireylerin de bu kentlerde kendi birimleri (evleri) içinde yaşadıklarını belirtmektedirler. (142) Kentlerde bireylerin yaşadıkları birimlere kısaca değinirsek toplumsal yaşamında birey, çalıştığı ortamın dışında, içinde dilediği gibi yaşadığı bir mekana sahiptir. Oskay Çağdaş Fantazya adlı çalışmasında bu konuya değinmekte ve bu mekanın "Interior" (iç uzamı) olduğunu belirtmektedir. Baudelaire döneminde, burjuvazinin kendi sınıfının kurduğu reel yaşam karşısındaki tek sığınağının evi olduğunu: reel toplum yaşamına katılmaya direnen Flaneur'un ise, düşünür-aylak olarak gezintiye çıktığı bulvarların, cafele- rin dışında böyle bir interior'dan bile yoksun olduğunu belirtmektedir. (143) Çağımızda ise, birey gerçek yaşamın, yani işlikteki zamanının dışında, kapalı birimi olan evinde, kendi dünyasında yaşamaktadır. Daha önce

141 "M.Horkheimer. - T.W.Adorno, Dialectic of Enlightenment, İngilizce Çev: Cummig Allen Lane, London, 1973," Oskay, Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri, a.g.k., s.XV'deki alıntı.

142 Horkheimer - Adorno, Dialectic of Enlightenment ss.120-121", Oskay Kitle İletişimi Açısından Toplumsal Egemenlik ve Kültürel Donanımlar", a.g.m., s.62'deki alıntı.

143 Ünsal Oskay, Çağdaş Fantazya, Ayko Yay:5, İstanbul, 1982, s.289/19.

değinildiği gibi, bazı görüşlere göre tekipleştirilmiştir, bazı görüşlere göre ise çok değişik iletilerin (mesajların) ayağına geldiği bir dünyadır bu. Gunther Anders bu konuya değinerek, sözü edilen bu dünyanın (kendi deyisiyle penceresiz menadın yaşadığı bir dünya) kendisine gidilmeyen, ancak kendisi gelen bir dünya olduğunu, o nedenle olayların evlere girer meta halinde girdiğini, çağdaş iletişimin bireyselliği kaldırdığını, kısacası insanların birbirlerine benzediklerini belirtmektedir. (144)

Çağımızda bireylerin çalışma yaşamları dışında evlerinde kendilerine ait olan zamanlarının da gelişen iletişim teknolojisiyle koşut olarak değiştiğini söylemek olasıdır. Daha önce Horkheimer ve Adorno'nun günümüzde herşeye aynı damgayı basan kültürel yapı konusundaki düşüncelerine değinilmişti. Buna bağlı olarak da, bireylerin işlik dışı zamanlarında da kitle iletişim araçlarının benzer iletileriyle karşı karşıya kaldıkları ortaya konmuştur. Bu görüşlere destek olucu anlamda E.Leed 'Communication Research'de yer alan bir makalesinde Amerika Birleşik Devletleri'ndeki radyo yayınlarının alt kültürler ve alt gruplar içinde kültürel sağlamlığı pekiştirdiğini, televizyonun ise, egemen popler kültür öğelerini yani değişik alt grup öğelerini biraraya toplamada gruplar arasındaki iletişim işlevlerini yerine getirmekte olduğunu belirtmektedir. (145)

Çalışlar ise, Günümüzde Sanatsal Kültür ve Estetik" adlı çalışmasında A.Malraux'nun teknolojik ilerle-

144 Gunther Anders, "The Phantom World of TV", Edited by: Bernard Rosenberg-D.M.White, Mass Culture (New York: The Free Press, 1966, First Edition, 1957), s.362-363.

145 Eric Leed "Communications Revolutions and the Enactment of Culture", Communication Research, July 1978, Vol:5, No3, s.311.

meden dolayı kültür farklılaşmasının ortadan kalktığına dayanarak öne sürdüğü 'kültürel yakınlaşma' sonunda tek bir bütün Avrupa; 'tek bir bütün Dünya kültürü' oluşması yoluyla kitle kültürünün aşılamayacağını ileri sürmekte, uluslararası kültür endüstri te-kellerinin yarattıkları 'bölünmesiz evrensel kitle kültürüne' bölünmesiz burjuva kültürü ile karşı koyulamayacağını belirtmektedir. Çünkü, uluslararası burjuvazinin dünyaya yerleştirdiği kendi gerçek kültürü, evrensel kitle kültürüdür. (146) Ayrıca, iletişimin herhangi bir biçimi, duyguların ve toplumsal ilişkilerin yapısının özel bir ifadesi olarak ortaya çıkmakta, bu yapı ile, toplumsal ilişkilerin doğurduğu iletişimin alternatif biçimlerini içine alan alternatif kültürler ve iletişimin kontrolü altındaki egemen kültür arasında sürekli bir ilişki ve çalışma söz konusu olmaktadır. (147)

Rabessiere'e göre ise; salt teknik yanları ile günümüzdeki iletişim teknolojisi ve kitle iletişim araçları çağdaş insanın yaşam deneyimlerinin ufkunu daraltmamakta tersine genişletmekte, çağdaş insanın kendini ifade etme olanaklarını arttırmaktadır. (148) İletişim araçlarının kültürel yapıyı aynılaştırma, bireyleri düşünce yönünden sınırlama ya da bireylerin çok değişik görüşlerle karşı karşıya kalması gibi farklı görüşlerin pek çoğunu ele almak olasıdır.

146 Aziz Çalışlar, Günümüzde Sanatsal Kültür ve Estetik, a.g.k., s.86.

147 Raymond Williams, Cultural Interpretation and Mass Communication, Communication Research, July 1977, Vol:4, No:3, s.346.

148 Oskay, Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri, a.g.k., s.15.

Kitle iletişim araçlarının etkilerine bağlı olarak toplumda, bazı özellikler ortaya çıkmaktadır. Bu tür bir etkiyle karşı karşıya kalan kitle toplumunun özellikleri konusunda Mills şunları söylemektedir:

"Kitle toplumunda; başkalarının fikir ve kanaatlerini ifade edenler pek az; tamamen bir soyutlama ve aslında toplama bireyler yığını durumuna indirgenen kamu, kitle iletişim araçlarıca etkilenip, biçimlendirilmekte;

Kitle iletişiminin örgütlenme biçimi bireylerin anında ve etkinlikle yanıtta bulunmalarına olanak bırakmamaktadır. Kitle toplumunda başat (hakim) iletişim biçimi, eğitim tartışmanın dışında, biçimsel bildirgenim araçlarıyla yapılan ve kamuyu sadece bir kitle iletişim tüketicisi ve kendisine verilenlerin alıcısı sayan, kitle iletişimdir. Kamu, bu kitle iletişim araçları kendisine ne veriyorsa sadece onlara öğrenebilme durumundadır." (149).

Oskay'a göre; eğlence endüstrisinin bir görünümünü alan günümüzün düzen içi iletişisi ağır basan komedilerinde, kitle toplumu insanı reel toplum karşısında bir başına yalnız ve çaresiz bırakılmaktadır. (150) Araştırmanın içeriğinin kitle iletişim araçları çerçevesinde konuya yaklaşmak olduğu görüşüne sahip olunmakla birlikte, genel anlamda kitle üretimi/kitle tüketimi sanatın kitleselleşmesi gibi olguların da çok kısa olarak ele alınması, bunun yanında yine genel anlamda kitle toplumunun (ve dolayısıyla kitle bireyinin) konumuna da değinilmesi gerekmektedir. Kitle toplumu olgusunun Mills tarafından kitle iletişim araçları açısından ele

149 Wright Mills, İktidar Seçkinleri, a.g.k., s.426.

150 Ünsal Oskay, Çağdaş Fantazya, a.g.k., s.303.

alınışı yanında, sosyal-psikolojik anlamda da kitle toplumu olgusuna ilişkin bir görüş de Prof.Dr. Altay Gündüz tarafından şöyle açıklanmaktadır:

"Kitle toplumu, toplumsal olaylar karşısında öngörülen tepkiyi gösterecek bireylerden oluşan toplumdur. Psikolojik yönlendirme ve telkinle güdümlenen kitle bireyinin belirgin özelliği; tutum ve davranışını kendi özgür iradesiyle belirlediğini sanmasıdır." (151).

Herhangi bir olgunun, kitlesel bir özelliğe kavuşması ve bir kitle toplumu ürünü olarak, kitle kültürü içinde yer alması konusuna Lang de değinerek, bu süreci şöyle açıklamaktadır: İnsanların zihinlerinde olan popüler bir tat haline geldiği zaman, kitlelerin de çekiciliğini kazanan bir hale gelir. Bundan başka, herhangi bir televizyon gösteri programı ya da bir komedi programı, popüler kültürün tipik bir sunumunu yaparsa, kitle beğenisini kazanır, çünkü az sayıda insanın değil, çok sayıda kişinin aynı tadı paylaşmalarını sağlamaktadırlar. (152) Kitleselleşme sürecinde, ya da bir toplumun kitle toplumuna dönüşmesinde teknolojik gelişmelerin yanısıra, bireylerin birbirlerinden etkilenmeleri, benzer davranışlarda bulunmaları da önemli bir etkidir. Bireylerin aynı davranış özelliklerine ya da diğer bireysel özelliklerde birbirlerinden etkilenmeleri bir yerde kaçınılmazdır. Bu konuda Flesch'in görüşlerine yer vermek gerekmektedir. Flesch'e göre, herkesi ilgilendiren tek şey insanlardır. Bu görüş mass-media anlamında doğrudur, çünkü kitle şeylerden daha çok insanlarla ilgilenmektedir. Ayrıca şeyler (ya da

151 Altay Gündüz, "Kitle İletişim Araçları Üzerine", Cumhuriyet, 9 Şubat 1988 Salı.

152 Kurt Lang, "Mass Appeal and Minority Tastes" Mass Culture, a.g.k., s.379.

nesnelere) yüzyıllar boyu homo-faber tarafından yapay olarak geliştirilen bir kültürün ürünüdür, oysa insanlar, diğer insanlarla yüzbinlerce yıldır birlikte yaşamaktadırlar. (153) Toplumsal bir yapı içinde yaşayan bireyler, ortam koşullarının farklılaşması sonucunda kendilerini, tüketici bir toplum yapısı içinde bulmuşlardır denilebilir. Kitle toplumu ve kitle kültürünü hazırlayan koşullara da değinildiğinde, kitle kültürünün, kent yaşamının ürünü olduğu görülmektedir. Kentte yaşayan endüstriyel toplumun üyesi olan insanlar sürekli olarak boş zamanlarını nasıl değerlendirecekleri, çalıştıkları iş zamanları ile boş zamanlarını nasıl organize edecekleri sorunuyla karşı karşıyadır. (154) Böylece bir eğlence gereksinimi ortaya çıkmaktadır. Diğer yandan, hareketsizlik ve sıkıntı gibi modern toplumların ayrılmaz bir parçası haline gelen duygusal davranışlar da kitle kültürünü takviye etmektedir. (155) Yine Howe'a göre; kitle kültürü, bilinçsiz olarak ortaya konulan bir konuyu bastırarak için ortam ile izleyici arasında söz konusu edilecek bir anlamı da içermektedir. Sanat, ryaların zengin ve bir e kadar da özgür olan malzemelerini harekete geçirdiğinde, kitle kültürü bilinçsizliği ortadan kaldırmaya çabalasa da bunu başaramamaktadır. Bu durum kitlede iki düzeyde görülmektedir:

1. Düşeysel bilinçsizlik (heçça zaman geçirmek)
2. Bastırılmış bilinçsizlik (popüler kültür konularının bezuk hatırlatmaları) (156)

153 A.Moles, Kültürün Toplumsal Dinamiği, a.g.k., s.140.

154 Irving Howe, "Notes on Mass Culture", Mass Culture, a.g.k., s.496.

155 Howe, a.g.k., s.497.

156 Howe, a.g.k., s.499.

Howe'un sözünü ettiği bu düzeylerin toplum yapısı içinde görünüşleri kitle iletişim araçları yoluyla olmaktadır demek yanlış olmayacaktır. Bu aşamada kitle kültürünün tarih içindeki gelişimine de bakmak gerekmektedir. Araştırma açısından, önemli olan konu kitle iletişim araçları çerçevesinde kitle kültürü olmakla birlikte, genel anlamda kısaca kitle kültürü tarihi vermek, konunun sürekliliğini sağlayacaktır.

Kitle kültürünün ortaya çıkma ve gelişme sürecini ekonomik, sanatsal vb. gibi yönlerden ele almak olasıdır. Ancak kitle kültürünün ilk ortaya çıkışında ekonomik ve teknolojik koşullar ağırlıkta olmuştur. Çalışmalar'a göre;

"Kitle kültürü, 19.yüzyılda, sanayileşme etkinliklerinin büyük boyutlara ulaşmasına, kentlerde emekçi kesimlerin yığınlar halinde yoğunlaşmasına bağlı olarak ortaya çıkmış; özellikle de kapitalizmin emperyalizm aşamasında, burjuva toplumlardaki karmaşık toplumsal bir olgu biçiminde belirginleşmiştir. Bu olgunun temelindeki gerçek, ileri gelişmiş kapitalist üretim biçimi ile kitlelerin kültürel gereksinimleri arasında yatan gelişkidir." (157)

Çalışmalar'a göre, kitle kültürü aslında teknolojik ilerlemenin değil, kapitalist üretim biçiminin gelişkin sonuçlarından biridir. Mehmet Fuat'da bir alıntısında kitle kültürü olgusuna ekonomik açılarından değinmekte, kitle kültürü deyiminin kapitalist Batı'nın sosyo-politik dilinde ancak 1950'lerden sonra kullanılmaya başlandığını, işçi sınıfı ideolojisinden yana olan düşünürlerin yorumlarına göre, kapitalizmin, Marksist görüşe göre "işçi sınıfı-proleter kültürü" kavramına karşılık olarak "kitle kültürü" kavramını icat ettik-

¹⁵⁷ Aziz Çalışlar, Günümüzde Sanatsal Kültür ve Estetik, a.g.k., s.55.

lerini belirtmektedir. (158) Çalışlar, 1920'lerden bu yana kitle kültürünün en yüksek gelişme noktasına ulaştığını belirtmekte, insan imgesi ve gerçeklik arasındaki ilişkilerde stereotip örneklere sahip olduğunu, buna da kitle kültürüne ilişkin tüm sanatsal olaylarda rastlanıldığını, insani olmayan olayların fetişleştirilerek, insanın "değişmez doğası" gibi gösterildiğini, bu tür olumsuz tiplerin yanı sıra, olumlu ve uyumlu insan tiplerine de yer verildiğini, bunların en çok serüven, cinayet, bilim-kurgu edebiyatında, sinema, televizyon filmlerinde gösterilen başarı, ün ve güzellik idollerinin yüceltilmesinde rastlandığını, gerçekliği ürktücü ve karanlık olarak, bireyi de güçsüz ve çaresiz olarak gösteren görüşün egemen olduğunu açıklamaktadır. (159)

Kitle kültürü olgusuna kitle iletişim araçları yönünden yaklaşıldığında, özellikle son yüzyıla en önemli kitle iletişim araçları olarak kabul edilebilecek olan televizyon üzerinde durulursa, sözü edilen aynı tipleri yinleme, yani stereotip örneklere, televizyon kültüründe çok yer verildiği ve bunun kitle iletişim araçlarına (özellikle televizyon) yöneltilen eleştiriler içinde en önemli yeri tuttuğu görülmektedir. Özkök sözü edilen kitle kültürünün televizyon kültürü açısından aynı standart yapıya sahip olması konusundaki eleştiriye değinerek, bu kültürün diğer bir özelliğinin düzey düşüklüğü olduğunu belirtmektedir. Ayrıca kitle kültürü kapsamı içinde, televizyon kültürünün düşük düzeyde olmasının nedeni olarak kitle beğenisine seslenmek zorunluluğunu göstermektedir. Televizyon kültürü

158 Ceyhun Demirtaş, "Seçkin Aydınlar Kültürü-Kitle Kültürü mü?" Gösteri, Nisan 1986, Mehmet Fuat, "Kitle Kültürü", Adam Sanat, Haziran 1986, Sayı:7, s.5'deki alıntı.

159 Aziz Çalışlar, Ansiklopedik Kültür Sözlüğü, a.g.k., s.256.

konusuna yöneltlen eleştiriler içinde önem taşıyan bir diğeri bu kültürün kitleleri uyutucu bir özelliğe sahip olmasıdır. (160) Kitle iletişim araçları, yani sinema, televizyon, basın vb.gibi araçlarla, kitlesel eğlence türlerinde, kitlesel bir yapıya sahip olan edebiyat türlerinde ve genelde insan yaşamının içinde kitle kültürünün nasıl yerleştiği konusunda Walter Benjamin şöyle bir eleştiri getirmektedir:

"...Cinsel yaşamın baskıcı hoşgörü oluşturma amacıyla normalize edilmekte olan sapkınlaştırılmış biçim ve alanlarında, tüketimin özünden yoksunlaşmış statülerin telafisi için tüketmeyen bir ikame olarak kabulünde, çalışma dışındaki serbest zamanlarımız için reel toplumun work-ethics'inin dışında bir etik'in oluşturulamamasında, korkunun toplumdaki alt kesimlerden üst toplumsal kesimlere kadar yaygınlaşmış olmasında ve daha nice görünümünden sonra, psikiyatrinin eskisi kadar etkin olamayışına yol açan hasta ile hekim arasındaki etkileşim sonrasında hastanın süblimasyon için yönelebileceği bir dış gerçekliğin kalmamış oluşunda, bugünkü kitle kültürü yaşamımızın nerelere doğru yaşamakta olduğunu gösteren apaçık belirtiler gündelik yaşamımıza yayılmış bulunmaktadır." (161)

Rabassiere ise konuya daha farklı bir açıdan yaklaşmakta, eleştirilmesi gerekenin televizyon (ya da diğer kitle iletişim araçları) ya da teknoloji olmayıp, iletişim tekeliğini ellerinde bulunduran ticari ve siyasi çıkar çevreleri olduğunu belirtmektedir. Ona göre, ken-

160 Ertuğrul Özkök, Sanat, İletişim ve İktidar, Tan Yayınları, Ankara, 1982, s.192.

161 Walter Benjamin, Estetiğe Edilmiş Yaşam, Haz: Ünsal Oskay, Dost Kitabevi Yayını, Ankara, 1982, s.51.

dileri de yabancılaşma içinde bulunan bu aydınlar, kitle kültürü diye bir olgu gerçekten de varmış gibi, yüzeysel bir eleştiri yapmakla yetinmekte; bu yaptıkları eleştirilerinin bir tür sözde-köktencilik (pseudoradicalism) ve siyasal bir nihilizm olduğunu gözlerden saklamaya çalışmaktadırlar. (162)

Bağlı olarak Çalışlar, kitle kültürünün uluslararası ölçekte yaygınlaşmasının nedeninin, teknolojik üretimdeki gelişmeler sonucu, kültür endüstrisinin kitle iletişim araçlarına egemen olması olduğunu savunmaktadır. (163) Kitle kültürünün kitle iletişim araçları aracılığıyla açıklanmasının bir nedeni de Yuan Lamonde' a göre kitle iletişim araçlarının birer ev aletine dönüşmesidir. Ortamın ürettiği nesnelere ve kültürün, bir bireyin evinde ve zamanla kişiliğinde görülmesi, kitle kültürünün doğal bir sonucu olarak kabul edilebilir. Diğer bir deyişle, ev kültürü kitle kültürünün bireysel ve ayrı bir biçiminin eve yansımalarıdır. Kısacası, televizyon ya da radyo düğmesinin erişilebilir bir yerde olması ya da istenildiğinde düğmeyi çevirme özgürlüğü biçimindeki yerlerde kitle kültürü ortamlarının temel yapısını açıklamaktadır. (164)

Bu bölümün sonuna doğru yaklaşırken, buraya dek ele alınan görüşler ve açıklamalar ışığında kitle kültürünün özelliklerine ve bazı tanımlarına değinmek konunun toparlanması açısından sağlıklı olacaktır:

* Kitle kültürü en genel anlamda bir tüketim kültürünü ifade etmektedir. Hannah Arendt'in tanımla-

¹⁶² Henri Rabassiere, "In Defense of TV", Mass Culture, a.g.k., s.374.

¹⁶³ Aziz Çalışlar, Günümüzde Sanatsal Kültür ve Estetik, a.g.k., s.58.

¹⁶⁴ Yvan Lamonde, "Mass Media and Culture", The Journal of Popular Culture, Autumn 1975, s.11

diği gibi; "Kitle kültürü klasik yapıtları anlamaya değil, onlardan bir tüketim malı üretmeye hizmet eder."(165).

* Kitle kültürü, kitle üretiminin bir bölümü ya da konusu olarak ele alınmamaktadır, kitle üretim sistemi üzerine kurulmuş, kentleşmiş ve endüstrileşmiş bir toplum yapısına bağımlıdır.

* Kitle kültürü, kırsal (endüstri öncesi anlamında da kullanılabilir) kültür bağlamında; sanatsal, maddi ya da sözlü kültürden farklı bir üretim ve toplum tipini ifade eder. (166)

* Kitle kültürü, gerçekliğin yansıtılmaması amacıyla hizmet etmesi nedeniyle 'sözde gerçekler', 'yanılsamalar' ve 'aldatmacalar' üstüne kurulmuştur.(167) Bu amacına yönelik olarak kitle iletişim araçlarını kullanmaktadır. Özellikle görsel iletileri ağır basan kitle iletişim araçları kitleleri etkilemede çok önemli bir yere sahiptir. Kitle kültürünün bu özelliğine bağılı olarak kitle kültürü sanatı da toplumsal gerçeklikten kaçma, ya da sahte gerçeklikler üstüne kurulmalarla doludur. Bağılı olarak da kadercilik, kötümserlik, umutsuzluk, zorbalık, vurdu-kırdı, suç dünyası, bilim kurgu, felaketler, savaşlar kitle kültürü sanatında önemli bir yer tutmaktadır.

* Kitle kültürü; kültürün, sanatsal ürünlerin ticimsel (ticari) meta haline getirilerek kitlelerin tüketimine yönelik 'eğlence ürünleri' biçimine sokul-

165 Ertuğrul Özkök, Sanat, İletişim ve İktidar, a.g.k., s.192.

166 Yvan Lamonde, "Mass Media and Culture" The Journal of Pop Culture, Autumn, 1975, s.12

167 Aziz Çalışlar, Günümüzde Sanatsal Kültür ve Estetik, a.g.k., s.18.

muş halidir. Bu aslında (yabancılaşma) 'Kültürsüzleşme'nin (168) bir aracıdır. Kitle kültürü ile kitleler gerçek kültürlerinden yoksun bırakılırlarken, gerçek kültürel değerler üretmeleri de engellenmektedir.(169) Buna bağlı olarak kitlelerde soysuzlaşma, çarpıklıklaşma, gitgide bozulma ve niteliksizleşme söz konusu olmaktadır. Kitle kültürü Mass Media'nın deposu niteliğinde bir mozayik kültür biçimidir.

* Moles'un ifade ettiği biçimle son 50 yılda özerk bir bütün olarak belirmiş olan kitle kültürü, her bireyde istatistiksel yasaların birleştirdiği bilgi parçalarının çelişkili bir bileşiminden oluşan ve bireylerin beyninde mass-media'nın bir tür deposunu meydana getiren bir 'mozayik' kültür' biçimini almaktadır. (170)

* "Kitle Kültürü, aynı zamanda kendi içinde zıtların birliğini de taşımaktadır. Hem büyük 'Ütopya-lar', hem büyük 'kadercilik; hem büyük kahramanlar, hem saldırganlık, hem boyun eğme, hem terör, hem çilecilik; yani insani olmayan tüm birbirine karşıt, ama birbirleriyle bütünleşen insan özellikle kitle kültü-

168 Herbert Marcuse kitle kültürüne bağlı olarak yabancılaşma konusunda şunları söylüyor;

"Bireyler kendilerine benimsetilen yaşayışlar, gerçekleşmeyi ve doygunluğu buldukları yaşayışla özdeşleştikleri zaman yabancılaşma kavramı sorun haline gelir. Bu özdeşleşme hayal değil, bir gerçekliktir. Yine de, bu gerçeklik, özü bakımından, yabancılaşmanın oldukça ileri bir evresinden başka bir şey değildir; bu gerçeklik tümüyle nesnelleşmiştir; yabancılaşan kişi, yabancılaşmış olan yaşamında özümlenmiştir, tek bir boyut vardır artık: bu tek boyut her yerde, her biçimdedir."

Herbert Marcuse, Tek Boyutlu İnsan, Çev:A.Timuçin - T.Tunçdoğan, May Yayınları, İstanbul, 1975, s.26.

169 Aziz Çalışlar, Günümüzde Sanatsal Kültür ve Estetik, a.g.k., s.19.

170 Abraham Moles, Kültürün Toplumsal Dinamiği, a.g.k., s.270.

ründe biraraya gelmiştir." (171)

* Sanatın tecimsel (ticari) amaçlar doğrultusunda yaygınlaştırılmaya çalışılması sonucunda sanat "kitle sanatı" haline gelerek niteliksizleşmiştir. Sanatın kitlelere yönelik bir hal alması, kitle kültürünün oluşumuna yardımcı etkenlerden biri olmuş ve sanat da "sahte sanat" haline gelmiştir. (172)

Kitle kültürü kapsamı içinde ve yozlaşmasının, sanatın bayağılaşmasının nedeni, serbest piyasa koşullarının sanatı egemenliği altına alması, korsanlıklar yoluyla sanatçı sömürüsüne neden olmaktadır. Hem sanatın yozlaşması, hem sanatçının sömürüsü, sanatın bir toplumdaki öncü niteliğini yok eden koşulları da beraberinde getirmektedir. (173) Sanatın yozlaşması konusunda söz konusu olan gerçekler, kültürel yozlaşma için de geçerlidir denebilir. Kültürel yozlaşma konusunda Refik Zerengil şöyle demektedir:

"Kültürel yozlaşma kavramının bir boyutu beğeni düşüklüğü (zevksizlik) ise, asıl önemli olan boyutu ahlaki bunalımdır. Çünkü kültürel yozluk soyut bir kavram değildir, doğrudan doğruya insan ögesinin köreltilmesiyle ilgilidir. Bu ise esas olarak ahlaki boyutlarda bencilliğin ve bireyciliğin artmasında, insan bireyinin manen körelmesinde, dolayısıyla toplumdaki bireyler arası ilişkilerin çürümesinde, toplumda genel kabul görmüş bir çok olumlu değer yargısının göçmesinde ya da önemsizleşmesinde, kimi toplumsal kurumların dejenere olmasında kendini gösterir." (174)

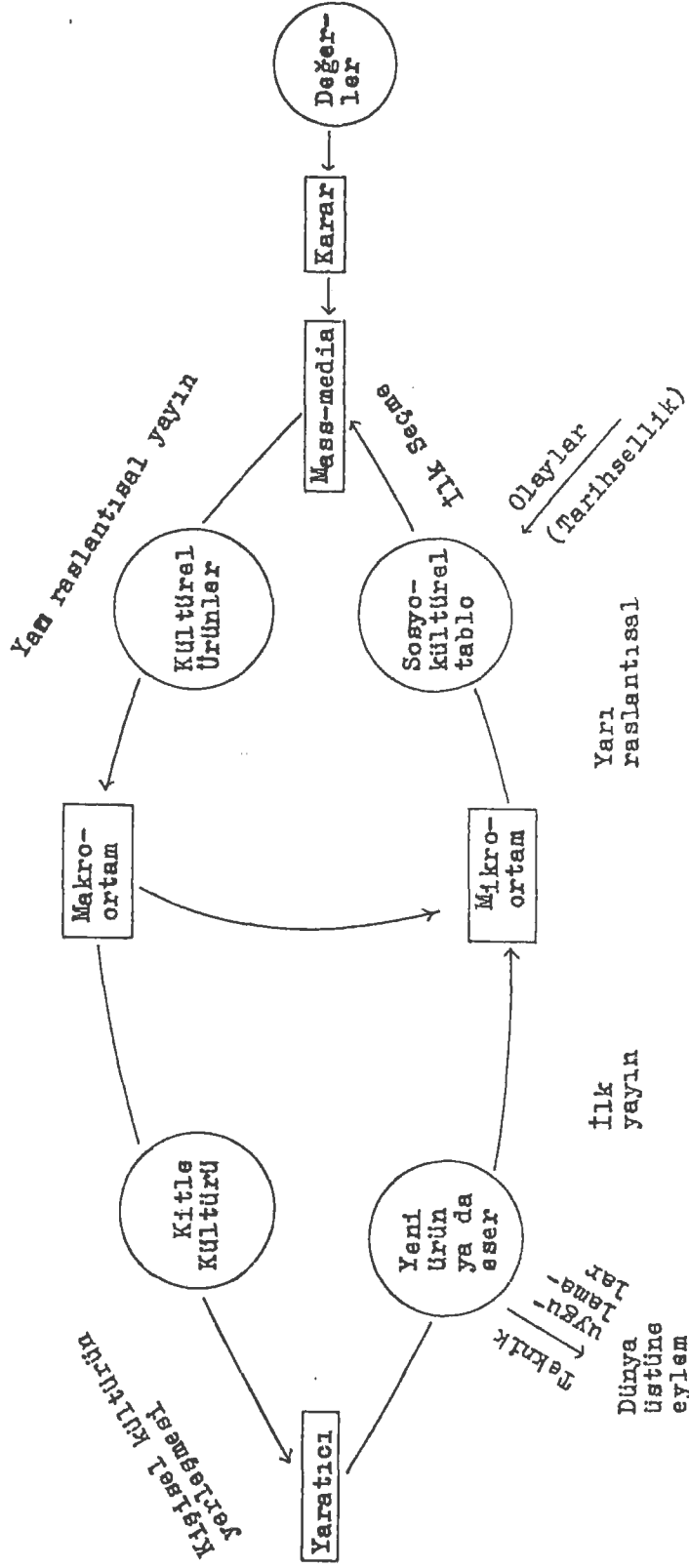
171 Aziz Çalışlar, Günümüzde Sanatsal Kültür ve Estetik, a.g.k., s.65.

172 A.Çalışlar, a.g.k., s.175.

173 Emre Kongar, Demokrasi ve Kültür, a.g.k., s.66.

174 Refik Zerengil, "Kültürel Yozlaşmanın Ahlaki Boyutu", Düşün, Ekim 1984, s.18.

Popüler kültür ve kitle kültürü olgularının amacına yönelik olarak buraya dek pek çok görüşe, düşünceye ve tanıma yer verilmiştir. Araştırmanın içeriği açısından önemli olan konu kitle iletişim araçları çerçevesinde kitle kültürü olgusunu ele almak ve daha sonraki bölümlerde ele alınacak olan bir kitle iletişim araçlarından videonun kitle kültürü ile bağlantısını kurmaktır. Bu bölümün sonunda Abraham Moles' un bir şemasını vermek konuyu özetlemek bağlamında yararlı olacaktır:



175 Kaynak: Abraham Moles, Kültürün Toplumsal Dinamizi,
a.g.k., s.71.

Sonuçta söz edilen popüler kültür ile kitle kültürünün en önemli özelliklerine yönelik olarak bir karşılaştırma yapmak gerekirse, şunlar söylenebilir:

Kültürün ve sanatın yozlaşması konusunda, kitle kültürü, popüler kültürden farklı olarak, endüstrileşmenin tüm sanat (ve eğlence) türlerine getirdiği dönüşümü, kitle halinde üretilen kültürle ilgili olguların yaygınlaşmasını ve bunun sonucu olarak bayağılaştırılmasını vurgulamaktadır. Popüler kültür ise, kentin varolduğu her türlü üretim biçiminde gözlenen halklaştırılmış kültürü ifade etmektedir. Kitle kültürü ve popüler kültürün kesiştiği nokta, belirli yaratım süreçlerini gerektiren özgün kültür parçacıklarını, bu yaratım süreçlerinden bağımsızlaştırarak yaygınlaştırmalarıdır.(176)

Kitle kültürü, yaygınlaşma aşamalarında kitle iletişim araçlarından çok fazla yararlanmaktadır. Belirli ürünlerin, düşüncelerin, nesnelere büyük kitlelerce benimsenmesi ve bunun sonucu olarak tüketilmelerinde kitle iletişim araçlarının rolü çok büyüktür. Bu nedenle kitle kültürü içinde bulunduğumuz yüzyılda, teknolojik gelişmeyle birlikte önem kazanmıştır. Bununla birlikte popüler kültür ve kitle kültürü konusunda ileri sürülmüş olan düşüncelerin, incelemelerin genelde pek farklı olmadığı ortaya çıkmaktadır. Popüler kültür gündelik yaşam kültürüdür ve eğlenceyi içerir, düşüncesine benzer biçimde, kitle kültürü de kültürel ve sanatsal ürünlerin ticari meta haline getirilerek, tüketime yönelik eğlence ürünleri biçimine sokulmuş halidir, tanımlaması arasındaki benzerlik ortadadır. Hem popüler kültür, hem kitle kültürü bazı görüşlere göre aynı amaçlara hizmet etmektedir. Ancak kitle kültürü, sanatsal ya da kültürel bazı değerlerin metalaştırılmasını ve ticari kullanımını, tüketime yönelik bir a-

¹⁷⁶ Batmaz, "Popüler Kültür Üzerine", a.g.m., s.176.

maçla yapmaktadır. Bu amaç için daha çok kitle iletişim araçlarını kullanmaktadır. Bu anlamda, bir kitle iletişim aracı olarak video'nun kitle kültürüne hizmet etmesi, ya da kitle kültürünün amaçlarına ne derece uygun olduğu bu kullanımla orantılıdır.

İLGİLİ LİTERATÜR

Kültür, kitle kültürü, popüler kültür, kitle iletişim araçları, (özellikle video) ile ilgili olarak, bu çalışmadan yararlanmak isteyenler için ilgili bir literatür verilmesi gerekli görülmüştür.

Kültür konusunda yararlanılan belli başlı kaynaklar şunlardır;

Edward Hall'un The Silent Language adlı çalışmasında kültürel sistemin özelliklerine değinilerek, kültür ile iletişim arasındaki ilişkiler ile iletişimin temel öğelerinden olan mesaj sistemlerine yer verilmiştir. (177)

Editörlüğü Rosenberg ve White tarafından yapılmış olan Mass Culture (178) adlı kitap iletişim, kültür, kitle iletişim araçları konusunda söz sahibi olan bilim adamlarının görüşlerinin yer aldığı yazılardan oluşmaktadır. Bu yazılardan genelde kitle iletişim araçlarının özelde televizyonun insanlara olan etkilerine değinen, Gunther, "The Phantom World of TV" adlı yazısından Anders'in, yine televizyonun kültürel etkileri, eğlence ve popüler-kültür konularına değinen Henry Rabassiere'in "In Defense of TV" adlı yazısından, Kun Lang'ın kültür ve kitle kültürüne değinen "Mass Appeal and Minority Tastes" adlı yazısından, Lazarsfeld ve Merton'ın iletişim, kitle ortamları ve

177 Edward Hall, The Silent Language, Anchor Books, USA, 1959.

178 Rosenberg - White, Mass Culture, The Free Press of Glencoe, NY, 1964.

popüler kültüre değinen "Popular Taste and Organized Social Action" adlı yazısından, T.W. Adorno'nun çağdaş kültürel endüstri, popüler kültür, şitle kültürüne değinen "TV and the Patterns of Mass Culture" adlı yazısından, M.Mc Luhan'ın kültürün görsel kültür haline dönmesinden söz ettiği "Sight, Sound and Funy" adlı yazısından, Irwing Howe'un endüstri toplumu insanların kültürel durumu ile eğlenme özellikleri, kitle kültürü, boş zaman değerlendirme biçimlerine değindiği "Notes on Mass Culture" adlı yazısından, Van Den Haag'ın halk kültürü, yüksek kültür, kültür tipleri ile endüstri öncesi toplumlardaki kültürel duruma değinen, "Of Happiness and of Despair We Have No Measure", adlı yazısından yararlanılmıştır.

Wright Mills'in İktidar Seçkinleri adlı kitabı araştırma için son derece önem taşıyan kitle toplumu ve kitle iletişim araçlarının özelliklerine değinmektedir. (179)

Anıl Çeçen'in Kültür ve Politika adlı kitabı daha çok Türk Kültürü ve kitle kültürü konularında bilgiler içeren bir kaynaktır. Bu konuda oldukça önemli görüş ve bilgilere yer veren diğer kaynaklar ise Ünsal Oskay'ın Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri (180) ile elde edilememelerine karşın bazı kaynaklardan isimleri saptanan şu kaynaklardır:

-H.G.Barnett Innovations: The Basis Of Cultural Change (N.Y. Mc Graw - Hill) 1953

-Russell Bernard, Peltó. Pertti (Eds), Technology and Social Change, Mc Hillan, NY, 1972.

-Joseph Klapper, The Effects of Mass Communication, The Free Press, of Glencoe, NY, 1963.

179 Wright Mills, İktidar Seçkinleri, (Çev:Ünsal Oskay), Bilgi Yayınevi, Ankara, 1974.

180 Ünsal Oskay, Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri, A.Ü.SBF Yayını:495, Ankara, 1982.

-Bronislaw Malinowski, Scientific Theory of Culture, Oxford Uni. Press, NY, 1964 Baskısı.

-Herbert Schiller, Communication and Cultural Domination, International Arts and Science Press, Inc., NY, 1976.

-Thorstein Veblen, The Theory of Leisure Class, Houghton Mifflin, Boston, 1973.

Toplumsal sistem ile ilgili olarak kültürel değişme, kültürel sistem, modernleşme, kentleşme gibi olgular da araştırma kapsamında yer verilmiş olan konulardır. Bu anlamda Emre Kongar'ın Toplumsal Değişme (181), Demokrasi ve Kültür (182), Aziz Çalışlar'ın Günümüzde Sanatsal Kültür ve Estetik (183) gibi kitaplardan da yararlanılabilir.

Gene Youngblood'un Expanded Cinema (184) adlı çalışması kültür ile çağdaş kitle iletişim araçları, özellikle video konusunda ilginç görüşler içeren bir kitaptır. Ayrıca teknik anlamda bazı terimlere de açıklık getirmesi açısından önemli bir incelemedir.

Abraham Moles'un Kültürün Toplumsal Dinamiği adlı çalışmasında kültür kavramı oldukça yalın bir biçimde ele alınarak tanımlanmış, toplumsal anlamda çağdaş kültürün bir görünümü olan mass-media ile bağlantılı olarak kitle iletişim araçlarına yer verilerek sosyo-kültürel alandaki yerleri ve önemleri saptanmıştır.

181 Emre Kongar, Toplumsal Değişme, Remzi Kitapevi, İstanbul, 1981.

182 Emre Kongar, Demokrasi ve Kültür, Hil Yayınları, İstanbul, 1983.

183 Aziz Çalışlar, Günümüzde Sanatsal Kültür ve Estetik, Cem Yayınevi, İstanbul, 1983.

184 Gene Youngblood, Expanded Cinema, E.P. Dutton and Co.Inc.NY, 1970.

Ayrıca Alvin Toffler'in Şok (185) (The Future Shock) ve Üçüncü Dalga (186) (The Third Wave) adlı kitaplarında endüstri toplumunun özellikleri ile bireylerin kitle iletişim araçlarının karşısındaki durumları somut örneklerle açıklanmaktadır.

Ayrıca Kongar, Toplumsal Değişme'de kültürle çok yakından ilişkili bir kavram olan kültürleşmeyi ele alarak şöyle tanımlamaktadır;

"Kültürleşme, iki kültür teması geldiği zaman bazı kültürel öğelerin varolan kültür yapısı içinde erimesi yerine, birbirleriyle temasta olan kültürlerin yapısal farklılaşmaya gitmesidir.

Kültürleşme süreci sonunda oluşacak değişmeyi belirleyen öğeler şöyle sıralanabilir:

1. Kültürel farkların derecesi
2. Kültürler arası temasın hangi koşullar altında olduğu ve yoğunluğu
3. Üstün kültür, aşağı kültür ilişkisi
4. Teması kuran ve devam ettiren varlıklar
5. Yeniliklerin akış yönü." (187)

Sözü edilen kültürleşme olgusuna araştırma kapsamında değinilmekle birlikte, kültür açısından önem taşıyan bu olguya Kongar kitabında ayrıntılarıyla yer vermektedir.

Popüler kültür konusunu ele alan ilk kapsamlı çalışma Veblen tarafından yapılan "The Theory of the Leisure Class" (Aylak Sınıf Kuramı) isimli çalışmadır. Bu çalışmada, popüler kültür etkinliklerinden kabul edilen bahçecilik ve modanın yanı sıra, popüler eğlence

185 Alvin Toffler, Şok, (Çev:S.Sargut), Altın Kitaplar Yay., İstanbul, 1981.

186 Alvin Toffler, Üçüncü Dalga, (Çev:A.Seden, Altın Kitaplar Yay., İstanbul, 1981.

187 Emre Kongar, Toplumsal Değişme, Remzi Kitapevi, İstanbul, 1981, s.289.

biçimleri de tanımlanmıştır. Ancak bu tanımlamalar, toplumsal konumları değişen ailelerin sorunları ve bu ailelerin eleştirileri biçiminde olmuştur. Meyerson'a göre bu kitabı ciddi bir popüler kültür çalışması olarak kabul etmemek gerekmektedir. Diğer bir inceleme Middletown (1924), popüler eğlence ve özellikle toplumsal sınıflar arasındaki farkları ele almıştır. "Ortadirek" olarak adapte edilebilecek olan "Middletowner" gibi toplumun bir kesimindeki boş zaman değerlendirme biçimleri incelenmiştir. 1930'lu yıllarda Frankfurt Enstitüsü popüler kültür konusunda ciddi araştırmalar yapmıştır. Sözü edilen bu araştırmalarda, popüler kültür açısından yapılan eleştiriler salt bozuk bir toplumun sunduğu simgesel materyalleri kapsamaktaydı. Aynı zamanda, hem politik önderlerle, popüler kültür üreticileri arasındaki danışıklı döğüşü; hem de meşrulaştırma süreçleri ile dolaylı olarak korunmuş materyallerin eleştirilerini de içermekteydi. Popüler kültür, kabaca, kurulu düzenin güdümlenmiş (manipulated) kültürü olarak görülmekteydi. Kitleler için üretilen eşyalar popüler kültürün bu güdümlenme (manipulative) özelliğinin göstergesiydi. (188) 1968 yılında Vidich ve Bensman, Small Town in Mass Society (Princeton Uni. Press) adlı araştırma, kültürde ve yaşam biçimlerindeki değişiklikler sonucunda çağdaş biçimler ortaya çıktığını belirterek, güncel olan bu tür değişikliklerin açıklanmasının popüler kültür açısından çok önemli olduğunu, çünkü birbirini izleyen toplumsal biçimlerin, kültürel çatışmalar sonucunda baltalandıklarını belirtmektedirler. (189) 1974 yılında Gans, Amerikan

188 Rolf Meyerson, "The Sociology of Popular Culture (Looking Backwards and Forwards)", Communication Research, Vol.5, IV.3, July, 1978, s.332.

189 Kreiling, a.g.k., s.256.

Popüler Kültürü Üzerine Popular Culture and High Culture isimli araştırmayı yapmıştır. Bu araştırmada Amerika'da çok çeşitlilik, gösteren kültürleri, 'taste culture' (190) biçiminde ifade ederek incelemiştir. Gans'a göre, günümüzde en büyük kültürel savaşım, geleneksel kesimlerle alt-orta düzeydeki kesimin ilerici bölümü arasında cinsellikle ilgili konulardaki çelişmedir. (191)

Popüler kültür üzerine 1975 yılında (siksizentmi-halyi, In Beyond Boredom and Anxiety , 1976 yılında Kuhn, The Demon of Noontide , Wenzel The Sin of Sloth adlı araştırmaları yapmışlardır. Social Research an Broadcasting (1977) adlı araştırmasında kitle iletişimi ve popüler kültür konularına değinmektedir. Araştırmasının ana bölümlerinden biri olarak eğlence kavramını ele almakta ve eğlenceyi, televizyonla ilgili olan herşey olarak tanımlamaktadır. (192)

Araştırmanın odak noktalarından biri durumundaki videonun teknik anlamda çok ayrıntılı olarak açıklayan önemli bir kitap Beards ve Robinson Using Videotape (193) adlı çalışmalarıdır. Kitap, video ile ilgili temel bilgileri vermekte, video kullanım alanları hakkında ayrıntılı açıklamaları da içermektedir.

190 Gans araştırmasında geçen 'taste'i şöyle açıklamaktadır; "Taste, toplumsal özelliklerin sonucu olan estetik standartlar ve değerlerden oluşmuş bir olgudur."

191 Kreiling, a.g.k., s.242.

192 Meyerson, a.g.m., s.336.

193 P.H. Beards, J.F. Robinson, Using Videotape, Media Manual, Focal Press, England, 1981.

BÖLÜM III

VIDEONUN TÜRKİYE'DE KİTLE KÜLTÜRÜ İLE İLİŞKİSİ

BUGÜNKÜ TÜRK KÜLTÜRÜ VE KİTLE KÜLTÜRÜNE KISA BİR BAKIŞ

Cumhuriyet'in ilanından başlayarak, Türk Kültürü'ne, batılılaşma çabaları doğrultusunda, yeni bir yapı biçimlenmeye başlamıştır. Ancak, bu yeni yapılanma, Cumhuriyet öncesi kültür ve toplum yapısından tümüyle ayrı ele alınamaz. Bu nedenle, yeni kültürel yapı, toplumsal yapı içindeki kültürel öğelerini de özümseyerek, çağdaş bir görünüme kavuşmuştur. Mehmet Fuat, "Kitle Kültürü" adlı bir yazısında günümüz Türkiye'sindeki kültür yapısı hakkında şunları söylemektedir:

"Dizgesel olmayan, yüzeysel bir yaklaşımla, bugün Türkiye'de yaşayan kültürler şöyle sıralanabilir;

1. Yabancı kültürler
2. Yabancı kültürlerin etki alanında, Cumhuriyet döneminde gelişen, çağdaşlaşmadan yana, ulusal kültür.
3. Osmanlı döneminden kalma, dinsel inançlardan güç olan, zaman zaman iyice etkisini duyuran, çağdaşlaşmaya karşı çıkan kültürler.
4. Kırsal yörelerdeki yarı-feodal denilebilecek kapalı kültürler.
5. Bütün bu kültürler arasında, ikili, üçlü birtakım bileşimler yapmayı deneyen, ilerici, devrimci bir ulusal kültür."(1).

Bu bilgiler doğrultusunda Türk kültür yapısına bakıldığında, son derece heterojen bir yapıya sahip olduğu görülmektedir. Yüzyılların getirdiği kültürel yapılanmanın yanında, dinin çok etkin olması hatta konum olarak da batı ile doğunun arasında yer alan bir ülke olması Anıl Çeçen'in belirttiği gibi, Türk kültürünün hem doğulu, hem de batılı nitelikleri bulunması

¹ Mehmet Fuat, "Kitle Kültürü", Adam Sanat, Haziran 1986, Sayı:7, s.6.

bütüncül bir yapıya kavuşmasını önlemiş, eskidenberi süregelen bu ikili yapı halk kültürü-divan kültürü, kırsal kültür-kentsel kültür, feodal kültür-kapitalist kültür gibi ikilemelerle yaşamını sürdürmüştür.(2) Osmanlı İmparatorluğu'nun ortadan kalkması, sözedilen bu ikiliklerin de ortadan kalkmasını önleyememiştir, günümüzde bile bu ikilik varlığını korumaktadır. Emre Kongar, Toplumsal Değişme adlı kitabında batılılaştırma konusuna değinerek, batılılaştırma çabalarının, batan imparatorluğun hemen hemen hiç bir sorununa çözüm getirmediğini, buna karşılık imparatorluğun temel felsefesi olan halk devlet kopukluğuna başka bir boyut kazandırdığını, daha önceleri halktan ve toplumsal yapıdan soyutlanmış olan 'kapıkulu' ile 'reaya' arasında genellikle ekonomik ve siyasal etkinliklere dayalı olan ve bir ölçüde de kültürel alana yansıyan ikiliğin batılılaştırma çabaları sonunda, bütünüyle kültürel bir niteliğe büründüğünü belirtmektedir.(3) Bu durum Çalışlar'ın belirttiği gibi, Cumhuriyet'le birlikte biçim değiştirmeye başlamış söz konusu ikilik kültür tekliği'ne indirgenme görüşünü almış; yani, geçmiş kültür tasfiyesiyle, kültür, Batı'dan alınma kültür üstüne oturtulmuştur. Aslında bu süreç, 19.yüzyılın başından beri süregelen genel 'Batılılaştırma' sürecinin son halkasından

² Anıl Çeçen, Kültür ve Politika, Hil Yayın, İstanbul, 1984, s.71.

³ Emre Kongar, Toplumsal Değişme, Remzi Kitabevi, İstanbul, 1981, s.33. Devletin ve onun Sultan-Halife adına sahibi görünen bürokratların halktan kopukluğunun simgesi olan duruma Taner Timur 'kültür ikileşmesi' (Tamer Timur, Türk Devrimi, Tarihi Anlamı ve Felsefi Temeli, SBF, Ankara, 1968, s.149-159) derken, Mardin aynı ikiliği 'büyük' ve 'küçük kültür' ayrımı çerçevesinde ele almaktadır. (Şerif Mardin, "Tanzimattan Sonra Aşırı Batılılaştırma", Türkiye'de Coğrafi ve Sosyal Araştırmalar, Tümertekin, Mansur, Benedict, İstanbul Üniversitesi. Edebiyat Fakültesi Coğrafya Enstitüsü, İstanbul, 1971.)

başka birşey değildir.(4) Gerek kültürel anlamda söz edilen ikilikten kaynaklanan durumun söz konusu olması, gerekse Türk toplumu'nun çeşitli özelliklerinden kaynaklanan kültürel sorunların varlığı nedeniyle; Türkiye'de düşünce ve kültür yaşamının bugün de derin bir bunalım içinde olduğu düşüncesi yadsınamaz bir gerçek haline gelmiştir. Çalışlar, bu bunalımın nedenlerini şöyle açıklamaktadır:

"Bu bunalım, maddi kültür ile manevi kültür arasındaki çelişki ve uyumsuzluktan kaynaklanmakta, sonuçta, 'ulusal kültür bunalımı' olarak kendini ortaya koymaktadır. Ulusal kültür bunalımı, hiç kuşkusuz, toplumsal kültür bunalımı olduğu kadar, egemen kültür bunalımıdır da; bir başka deyişle, toplumda egemen bir maddi-manevi kültür uyumunun kurumunun kurulamamış olmasıdır. Nitekim, karşıt görüşler de bu konuda aynı düşüncededirler. Örneğin; 'Milli Kültür' görüşünün sözcülerinden Prof.Dr.Erol Güngör, "Türkiye'de aydınlar seviyesinde bir kültür bütünlüğü mevcut değildir ve dolayısıyla bir 'milli kültür' den bahsetmek imkanı yoktur." ('Milli Kültür Politikası', Türk Edebiyatı Dergisi, Nisan, 1982) derken, 'Hümanist Kültür' görüşünün sözcülerinden Prof.Dr.Suat Sinanoğlu da, "Gerçekten bugün Türkiye'de bir ulusun kültür bilinci diye bilinen şeyin varolduğu ileri sürülemez... bir toplumun kültür bilincinden yoksun olması aklın alacağı şey değildir." (Türk Hümanizmi, Türk Tarih Kurumu Yayınları, 1980, s.55) diyor; Prof.Dr.Emre Kongar da, ister istemez, 'mevcut bir kültür keşmekeşi (Kültür Üzerine, Çağdaş Yayınları, s.72) 'nden söz ederek' farklı amaçlara sahip olanların saptayabildikleri yakın hedeflere varmak için, amaçlarından ödün vermeden güçbirliği yapmalarına öneriyor."(5).

Çalışlar'ın sözünü ettiği maddi ve manevi kültür ile Türkiye'de bugün egemen olan, idealist düşünce kaynaklı Türk İslam'cı kültür anlayışı ve Batı'cı kültür anlayışının ikisinin de çıkış noktası Ziya

⁴ Aziz Çalışlar, Günümüzde Sanatsal Kültür ve Estetik, Cem Yayınevi, İstanbul, 1983, s.23.

⁵ Aziz Çalışlar, a.g.k., s.109.

Gökalp'in uygarlık ve kültürü birbirinden ayıran idealist-pozitivist düşüncesidir. Buna göre, uygarlık teknolojik (maddi kültürel) alanı, kültür ise manevi kültürel alanı içermektedir.(6) Büyük yerleşim birimlerinde toplumun aydınlar kesimi, batıcı bir anlayışı daha kolay benimsemekte, ancak bu durum kültür yaşamı içinde kökleri olmadığından yüzeyde kalmaktadır. Türk toplumunun bu durumunu E.Şenlik şöyle belirtmektedir:

"- Toplumun çoğunluğu, içinde bulunduğu toplumsal ve ekonomik koşullar nedeniyle, geçmişimizden bugüne süregelen kültür ve sanat değerlerini (harsi değerler) yaşamaya devam etmektedir. Büyük çoğunluğun kültür ve sanat yaşamı belirgin ölçüde değişikliklere uğramamıştır.

-- Son derece dağınık bir çevre, çok küçük bir kesim ise, güçlükler ve olanaksızlıklar içerisinde kişisel çabalarla çağdaş Türk Kültür ve sanat yapıtlarının yaratılmasına çalışmaktadır. Fakat yaratılmakta olan yapıtlar çok çeşitli nedenlerle toplumun büyük çoğunluğunun yaşamına katılamamaktadır."(7).

Şenlik'in sözünü ettiği, toplumun büyük bir kesiminin geçmiş kültürü devam ettirmeye çalışmaları, teknolojik gelişmeye ayak uydurulamaması nedeniyle, oturmamış bir maddi kültür üzerine, manevi kültür'ü oturtmaya çalışmak sonuçta "kitle kültürü", "lumpen kültür" ya da "aranjman kültür"ü doğurmaktadır.(8) Bunun yanında Türk toplumunun gelişmekte olan bir toplum olması ve ekonomik koşullar nedeniyle bazı toplumsal hareketlerin varlığı kaçınılmaz bir hale gelmektedir. Bunun en somut örneği gecekondulaşma'dır. Bu konuda levy modernleşme sırasında ekolojik değişme bakımından ortaya çıkan duruma işaret etmektedir. Doğal olarak, köyden kente olan akım, kentler tarafından emilemeyince, dünyanın bütün modernleşmekte olan

⁶ Aziz Çalışlar, a.g.k., s.109.

⁷ Metin And, Ergun Şenlik, Erkan Canak, Kültürel Etkinlikler ve Büyük Kuruluşlar, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, No:229, s.96.

⁸ And, Şenlik, Canak, a.g.k., s.121.

ülkelerinde gecekondulaşma olayı görülmektedir.(9) Lerner'de modernleşme konusuna değinerek, modernleşmenin temelinde kentleşmenin yattığı fikrinden hareket etmektedir. Ona göre, bir toplumda gönüllü kentleşme oranınının % 25'i geçmesi durumunda, modern üretim gerekli bir hale gelir, böylece modernleşme başlamış olur. Bunu okuryazarlık oranındaki artış izler. Okuryazar oranındaki artış, hem endüstrileşmenin bir sonucu, hem de onun gerçekleşmesi için gerekli koşuldur. Bunun ardından kitle iletişim araçlarının etkisine girme başlar.(10) Ülkemizdeki durumu ele alırsak Kongar'ın belirttiği gibi, öncelikle; Türkiye henüz feodal özellikler taşıyan 'sözlü kültür' döneminden Batı'nın endüstri devriminden sonra tanık olduğu 'yazılı kültür' dönemine geçişi gerçekleştirememiştir."(11). Gelişmekte olan bir toplum olan Türk toplumundaki, kültürel değişiklikler ya da gelişmeler pek çok etkene bağlı olarak ele alınmalıdır. Bu etkenlerin en önemlilerinden birisi, daha önce sözü edilen gecekondulaşma olgusudur. Diğer etken gecekondulaşmaya paralel olarak gelişen kültürel farklılaşma (yozlaşma) dır. Sözlü kültür döneminden, yazılı kültür dönemine geçmeden görsel kültür dönemine geçiş, çarpıklıkları da beraberinde getirmiştir.(12) Kongar, okuma-yazma oranınının düşük olduğu böyle bir ortama, yazılı kültür araçlarından daha etkili, daha kolay erişilebilen ve çok daha düşük kültür düzeylerine kolayca hitabedebilen araçların, yani radyo ve TV gibi kitle iletişim araçlarınının getirilmesi

9. Emre Kongar, Toplumsal Değişme, Remzi Kitabevi, İstanbul, 1981, s.227.

10 Daniel Lerner, The Passing of Traditional Society, The Free Press of Glencoe, New York, 1969, s.61,63.

11 Emre Kongar, Demokrasi ve Kültür, Hil Yayınları, İstanbul, 1983, s.26.

12 Ertuğrul Özkök, Sanat, İletişim ve İktidar, Tan Yayınları, Ankara, 1982, s.196.

durumunda, toplumda yazılı kültür dönemi yaşanmadan, sözlü kültür dönemine atlanacağını, belirtmektedir. Görsel-işitsel kitle iletişim araçlarının çok etkili olması yanında, düşük düzeyli bir 'Kitle kültürü' üretmesinin de kaçınılmaz olduğunu açıklamaktadır.(13) Anıl Çeçen'de aynı konuya değinerek yazılı kültür'ün yeterince gelişmediğinin göstergeleri olarak bazı sayısal verilere başvurmakta ve şunları açıklamaktadır:

"50 milyona sahip olan bir toplumda kitap baskı sayısı 5 bin ise, o toplumun bireyleri okumuyor demektir. Bu durumu değiştirecek, kitaba sevgiyi arttıracak, okumayı özendiricek herhangi bir girişim de görülmemektedir. Halkı için yeterince kitap basamayan, bastıklarını dağıtamayan bir toplumda kültürün kitaplar ile iletildiği söylenemez. Ciddi yayın organlarının satış sayısı da 10 bini geçmemektedir."(14).

Okuma alışkanlığının çok düşük düzeyde olmasının yanı sıra, kırdan kente göçün de 'kitle kültürü' ve 'popüler kültür' alanlarında düzeysizleşme ve yozlaşmaya yol açtığı bu toplumda, ailelerin çoğunun da başka dünyaları anlayamamaları sonucunda, eğitim görmelerini istedikleri çocukları için bile okuma alışkanlığını bir engel olarak görmeleri söz konusu olmaktadır.(15) Okuma alışkanlığının olmaması, ya da çok düşük düzeyde olması, kişilerin okudukları yayınlardan görüşlerine uygun olanları seçerek okumaları düşünce ve kültür düzeylerinde de düşüşe neden olmaktadır, değişik düşünce ve görüşler okunmadığından yozlaşma, tek boyutlu düşünme gibi konuların gündeme

13 Emre Kongar, Demokrasi ve Kültür, a.g.k, s.26.

14 Anıl Çeçen, Kültür ve Politika, Hil Yayın İstanbul, 1984, s.89.

15 Emre Kongar, Demokrasi ve Kültür, a.g.k., s.173.

gelmesine neden olmaktadır. Abadan, bu konuya değine-
rek, belli toplumsal gruplara dahil olanların belli
gazeteleri izlediklerini belirtmektedir.(16) Kongar da
bu nedenle Türkiye'deki gazete okuyucularının, kitle
iletişim araçlarının kullandığı kanallar bakımından
da seçici davrandıklarına ve belli gruplara belli ka-
nallar dışındaki yollarla ulaşmanın son derece zorlaş-
tığını söylemektedir.(17) Kültürel anlamda söz konusu
edilen yozlaşma ve düzey düşüklüğünün nedenleri olarak;
okuma-yazma oranındaki düşüklük; kırdan kente göçün
sanayileşme oranını kat kat geride bırakması sonucunda
Yalçın Küçük'ün 'köylüleşme', Hilmi Yavuz'un 'Bira
Kültürü' adını verdikleri olayın yaygınlaşması gösteri-
lebilir.(18)

Türk toplumunun özelliklerine bağlı olarak olu-
şan değişik bir kültür tipinin varlığı ortadadır. Bu
kültür tipine çok değişik isimler verilerek, inceleme
konusu yapılmıştır. Bu konuda halk yığınları ile kül-
tür alanları arasındaki bildirişim yolları açılmasında
genel bir yetersizliğin varlığına Çeçen değinerek şun-
ları söylemektedir:

"Her alanda olduğu gibi kültür ve sanat ala-
nında da iletişim ağı tersine kurulmuş olup,
kültürel oluşum ve gelişime olumlu katkılar ge-
tiremeyecek bir süreç içinde işlemektedir. Üre-
tilen sanat yapıtlarının kitlelere ulaştırılma-
sında, ciddi kültürel etkinliklere yaygınlık
kazandırılmasında bir terslik ve yetersizlik

¹⁶ Nermin Abadan, "Kitle Haberleşme Vasıtaları",
SBF Dergisi, Cilt XV, 1960, Sayı:1, S.139.

¹⁷ Emre Kongar, Toplumsal Değişme, a.g.k., s.249.

¹⁸ Emre Kongar, Demokrasi ve Kültür, a.g.k., s.78.

söz konusudur. Üretim yerine satış olgusu egemen olunca, işin kolaycılığı gündeme gelmekte, en kolay pazarlanabilecek ürünler piyasayı doldurmakta, diğer alanlardaki piyasa kuralları, kültürel alışverişi bozmakta ve zamanla kültürel iletişim sınırlandırılmakta, buna bağlı olarak da yozlaşma ve yabancılaştırma söz konusu olmaktadır."(19).

Şenlik, kültürel anlamda yozlaşma'nın bir başka nedeninin, eski yapıtların yerine çağdaş ve ulusal nitelikli yeni yapıtların konulmaması olduğunu belirterek, toplumunda, kültür ve sanat yaşamımızdaki belirgin niteliklerin aktarmacılık, durulculuk ve yozlaşma olduğunu, yaratıcılık ve çağdaş değerleri yaşama niteliğinin ise toplumun bazı hücrelerinde bulunduğunu savunmaktadır.(20)

Kültürel anlamda yozlaşmanın önemli nedenlerinden birisi de ekonomik koşullardır denilebilir. Çeçen'in belirttiği gibi, egemen kesimler kendi kültürlerini yaratırken, bunun dışında kalan kesimler de umutsuzluğun ve yoksulluğun çıkmasını 'arabesk' gibi avunma kültürü yollarında aramaktadır. Kırsal kesimlerde yoksullaşma süreci hızlanırken, kentleşme olgusu ile birlikte büyük merkezlerde de sermaye birikimi olgusu ağırlıklı biçimlerde gündeme gelmektedir. Kentlerde yeni oluşan toplumsal kesimlerle, kırsal alandan göç edenlerin karşılaşmadan kültür alanındaki çarpıklığın giderek daha da artmasına yol açmaktadır. Böyle bir ortamda da 'lumpen (21) kültür' başıboş ve yoksul tabakalardan doğmakta

19 Anıl Çeçen, Kültür ve Politika, a.g.k., s.89.

20 Metin And-Ergun Şenlik, Erkan Canak, Kültürel Etkinlikler ve Büyük Kuruluşlar, a.g.k., s.97.

21 Lumpen: Lumpenproleterya (Lumpenproleteriat) Marx tarafından şöyle tanımlanmaktadır: "İşsiz, güçsüz ve sınıf bilinci olmayan yoksullar." Emre Kongar, Toplumsal Değişme Kuramları ve Türkiye Gerçeği, Remzi Kitabevi, İstanbul, 1981, s.399.(Bkz. s.4)

ve çok etkin olmaktadır. Kırsal alanlardan, kentlere bu insan akımının ters yönünde kentlerden kırsal kesimlere de köy ulaşım araçları, TV, video, teyp gibi teknik cihazlar ulaşmakta ve kırsal alanda yaşayan insanların kültürleri üzerinde derin izler bırakmaktadır. Yurt dışında çalışan işçiler olgusu da bu süreçte önemli bir rol oynamaktadır.(22) Çalışlar da benzer şekilde Türkiye'de lumpen kültürün oluşumu konusunda şunları söylemektedir:

"Yurt dışına büyük ölçüde işçi göçü yanı sıra, kırlardan kentlere büyük ölçüde göç sonucu, kent nüfuslarının olağanüstü hızla artışı; sanayileşme atılımı gereği kentlerde yan-emekçi ve gizli işsiz yığınlarının çoğalışı, aynı zamanda, toplumsal-sınıfsal konumunu yitirmiş kitlelerin yoğunlaşmasına yol açmış; genelde yoksullaşmış, çarpık bir toplumsal-ekonomik yapıyı (bu anlamda lumpen kültürü) oluşturmuştur."(23).

Bunun yanında dışa bağımlı bir maddi ve manevi kültür yapısının söz konusu oluşu, toplumda kitle kültürüne bağlı olarak, 'montaj kültürü', 'aranjman kültürü' gibi olguların varlığını da gündeme getirmiştir. Bu durum uyumlu, bütünsel ve sürekli yeniden üretim koşullarının yaratılamaması, sonunda üretimin yozlaşmasına ve doğan boşluğun yabancı kitle kültürüyle doldurulmasına neden olmuştur.(24) Ayrıca, ekonomik koşullara bağlı olarak;

"Kır küçük burjuvazisinin hızlı bir biçimde yoksullaşması sonucunda, mülksüz köylülerin kentlere göçmesi, gene mülksüzleşmeyen bir başka bölümünün de kent küçük burjuvazisine

22 Anıl Çeçen, "Türkiye'de Kültür ve Sanat" Yerko Kültür,Ortak Kitap, 5 Ağustos 1984, İstanbul, s.21.

23 Aziz Çalışlar, Günümüzde Sanatsal Kültür ve Estetik, a.g.k., s.56.

24 Aziz Çalışlar, Günümüzde Sanatsal Kültür ve Estetik, a.g.k., s.57.

geçmesi sonucunda ortaya çıkan 'arabesk-lahmacun minibüs kültürü' ya da çoğunlukla bu kesimlere hitap eden günlük ya da haftalık 'magazin basın kültürü' veya daha çok başı toplumlarının kültürel sorunlarının kısmi bir aynası olan 'televizyon-video kültürü' bu konudaki genel terminolojisini oluşturmaktadır."(25).

Yoksullaşma sonucunda, bazı insanların kentlere göçmesi gecekondulaşmayı da beraberinde getirmektedir. Gelir ve kültür düzeyleri düşük olan, gecekonduarda yaşayan bireyler üzerinde kitle iletişim araçlarının etkisi daha çok olmaktadır. Önder Şenyapılı'ya göre; "Büyük kentlerdeki toplam nüfusun % 40-70'ini oluşturan ve genellikle gecekonduarda barınan, kent yaşamıyla bütünleşmemiş yığınlara TV, kentle bütünleştikleri, kentin 'aslı üyesi' oldukları hissini vermektedir."(26). Yine aynı araştırmacı, gecekonduarda yaşayan kitlelerin, daha önceki yaşamlarında çok önemli bir yer tutan kırsal çevre koşulları, geleneksel kurum ve mekanizmaları, kent ortamı içinde devam ettiremediklerini, yeni çevreye uyum sağlamak için bazı 'tampon mekanizmalar'a başvurduklarını belirtmektedir. Bu tampon mekanizmalar içinde kahvehanelerin yeri çok önemlidir. Ancak, zamanla kitle iletişim araçlarının etkisine girilmesiyle, kente ilişkin olan ya da diğer haberler kahvehanelerden değil de örgütlenmiş kitle iletişim araçlarından alınmaktadır. Bu, kente uyumun güçlendiğinin önemli bir göstergesi olarak kabul edilmektedir.(27) Tüm bunlara bağlı olarak araştırmacı Türkiye'ye televizyonun kentsel örgütlenmenin gelişmiş

²⁵ Refik Zerengil, "Kültürel Yozlaşmanın Ahlâki Boyutu", Düşün, 1984, s.18

²⁶ Önder Şenyapılı, TV'un Türk Toplumuna Etkileri, Karacan Armağanı Yarışması, 1976, Milliyet Yayınları, İstanbul, 1977, s.93.

²⁷ Önder Şenyapılı, a.g.k., s.93.

iletişim araçlarını kullanma gereksiniminin zorladığı bir yayın aracı olarak girdiğini belirtmektedir.(28) Bunun yanında, uluslararası kitle iletişim araçları tekellerinin de varlığını göz ardı etmemek gerekmektedir.(29) Bağlı olarak, Türkiye'de kitle kültürünün varolma koşullarından biri gerçekleşmiştir. Daha önce sözü edilen, Türk toplumunun yazılı kültür aşamasını yaşamamasının önemli nedenlerinden biri de televizyonun yaygınlaşmasıdır. Bu durumun sonunda düzeysizleşme ve yozlaşmanın varlığı kaçınılmaz olmaktadır.(30) Yozlaşma ve düzeysizleşme konusunda Kongar, yarışma, ödül ve şenliklerin kültür ve sanatın her dalında 'kurumlaşması' sonucunda, Türk kültürü açısından bir düzey yükselmesinin sözkonusu olabileceğini belirtmektedir.(31) Ayrıca şu anda Türkiye'de kültür ve sanat alanında, düşük düzeyde bir kitle kültürü egemenliğinin varlığından da söz etmek olasıdır; kültürel popülizm, arabeskin müziğimizde yaptığını tüm kültürel etkinlik alanlarında egemen olabilir.(32) Kitle kültürü olgusunun temelinde, gelişmiş kapitalist üretim biçimi ile, kitlelerin kültürel gereksinimleri arasında yatan çelişki bulunmaktadır.(33) Bunlara bağlı olarak Çalışlar, ülkemizde kitle kültürünün gelişmesini, kapitalizm olgusuyla birleştirerek şöyle ele almaktadır;

28 Önder Şenyapılı, a.g.k., s.90.

29 Aziz Çalışlar, Günümüzde Sanatsal Kültür ve Estetik, a.g.k., s.58.

30 Emre Kongar, Demokrasi ve Kültür, a.g.k., s.174.

31 Emre Kongar, a.g.k., s.85.

32 Emre Kongar, Demokrasi ve Kültür, a.g.k., s.79.

33 Aziz Çalışlar, Günümüzde Sanatsal Kültür ve Estetik, a.g.k., s.55.

"Ülkemizde kitle kültürünün maddi tohumlarının atılışı 1950 yıllarına, yani tekeli kapitalizmle ilişkiler içine girildiği yıllara bağlayabiliriz. Hiç kuşkusuz, ülkemizde ilk sanayileşme etkinliklerinde devletçiliğin ağır basması ve bu ilk sanayileşme süreci ve boyutlarının, kitle kültürünün Batı'da ortaya çıktığı Sanayi Dönemine kıyasla çok daha düşük olması, yani kapitalist üretim biçiminin kendi içinde taşıdığı çelişkilerin az gelişmişlik, ama henüz dışa bağımlılık içinde bulunmayışı, kitle kültürünün o yıllara kadar ortaya çıkışını engellemiştir. Ama, 1950'den sonraki kapitalistleşme süreci, kapitalizmin ülkemizdeki iç çelişmelerini de, gittikçe derinleştirmeye başlayarak, kitle kültürünün oluşmasına neden olmuştur."(34).

Görüldüğü gibi Çalışlar'ın kitle kültürü'nün Türkiye'deki görünümü hakkındaki görüşleri daha çok ekonomik ağırlıklıdır. Ancak ekonomik koşulların durumu etkisini kültür üzerinde oldukça yoğun biçimde göstermektedir. Maddi ve manevi kültür emperyalizminin varlığı da, Türk Toplumunda, kitle kültürüne bağlı başka bir olgunun, montaj ya da aranjman kültürünün ortaya çıkmasına yol açmıştır.(35)

Bu noktada kitle kültürü kapsamında Türk Toplumunda 'arabeskleşme' ya da 'lumpenleşme' denilen olgulardan ve kültürün popülerleşmesinden söz etmek gerekmektedir.

Bilimsel bir yaklaşımla ele alındığında;

" Frankfurt Okulu yaklaşımına göre; kültürün metalastırılması bilinçli bir etkinlikken, kültürün popülerleşmesi doğal toplumsal bir oluşum biçimindedir. Yani, arabeskleşme, bir noktada doğal ve toplumsal bir olgudur, kültürün popülerleştirilmesi ise yanlış ama o ölçüde de bilinçli olarak yaşanan bir etkinliktir, arabeskleşme kültürün popüleştirilmesinde ilk adımdır. Türkiye'de de

³⁴ Aziz Çalışlar, Günümüzde Sanatsal Kültür ve Estetik, a.g.k., s.56.

³⁵ Aziz Çalışlar, a.g.k., s.57.

bu olgu kendisini, tıpkı diğer toplumlarda olduğu üzere, mitleştirme, ikonlaştırma ile göstermektedir."(36).

Mitleştirme, arabesk kültür söz konusu olduğunda iki aşamalı olarak gelişmektedir. Önce, bireyler tek tek belirli olguları ortak bir bilinçaltında yaşamaya başlamakta, bu durum birey-toplum ya da kültür çatışmasının simgelerini içermektedir. Bu bireyin özbenliğine yönelik olmakta, dışlanmış, horlanmış birey popüler kültür üretmek istediğinde bu noktalardan hareket etmektedir.(37)

Bağlı olarak, arabesk kültürün temel öğeleri şöyle sıralanmaktadır:

1. Düş Kurma: Bu konuda Huizinga şöyle demektedir; "Reformlarla düzeltilmesi güç görünen terk edilmesi ise daha da zor olan bir yaşamda insana bırakılan biricik özgürlük düş görmektir."(38).
2. Özdeşleşip boşalma: Bu özellik Catharsis Kuramı ile açıklanabilir. Batmaz, bu kuramı açıklarken, bireylerin günlük gerilimlerini ancak popüler ve kitle kültürü ürünlerinin arındırdığını belirtmektedir(39).
3. Acı Çekme: Bu konu ile ilgili olarak Toffler umutsuzluk konusuna değinerek şöyle demektedir: "Belki on yıldan fazla bir süreden beri kültürümüzü bir umutsuzluk sarmış. Üçüncü Dalga, umutsuzluğun hem bir günah, hem de gereksiz olduğu sonucuna varıyor."(40).

³⁶ Hasan Bülent Kahraman, "Türk Sineması ve Popüler Kültür", Sanat Olayı, Haziran, 1985, Sayı:37, s.66.

³⁷ Hasan Bülent Kahraman, a.g.k., s.67.

³⁸ "Johan Huizinga, Homo Ludens: a Study of the Play Element in Culture, Ing.Çev: George Steiner, Paidin, London, 1971", Kahraman, a.g.m., s.68'deki alıntı.

³⁹ Veysel Batmaz, "Popüler Kültür Üzerine Değişik Kuramsal Yaklaşımlar", İletişim, 1981/1, s.190.

⁴⁰ Alvin Toffler, Üçüncü Dalga, Altın Kitaplar Yayınevi, İstanbul, 1981, s.19.

Arabesk kültürün temel özelliklerinden olan umutsuzluk, acı çekme konusunda; kentleşmenin ve gelişme konusundaki çarpıklıkların Türk toplumsal yapısındaki etkilerine değinen Necdet Uğur, gelişmişlikle az gelişmişliğin iç içe yaşadığı, yarı kentli bir özellik taşıyan Türk toplum yapısı konusunda şunları söylemektedir;

"Kentlere gelenler geleneklerinin, törelerinin, değerlerinin kentte geçersiz olduğunu görmüşler; en kısa zamanda kentteki yaşama, iş bölümüne ayak uydurmak, kültürünü edinerek kentle bütünleşmek istemişlerdir. Ne var ki biz kentlerde onları sürekli horlamış, dışlamışızdır. O zaman onlar kendilerine güvenlerini yitirmek, ayakta kalabilmek için, ister istemez, geleneksel kültürlerini ya da inançlarını paylaşan bölgelerden gelmiş olanların çevresinde onlarla bütünleşmişlerdir. Oysa kentle bütünleşerek kentli olmak için gelmişlerdi. Böylece yeni bir uygarlığın itici gücü olabilecek kentleşmeyi bir bölünmüşlüğün, umutsuzluğun ürettiği bunalım yuvaları durumuna getirmişizdir."(41).

Böyle bir ortam içinde yaşayan Türk insanları da kendi değerlerine bağlanmak istemekte, ama aynı zamanda da kentle bütünleşmeleri gerektiğini bilmektedirler. Bunun yanında, teknolojik ilerlemelerin yarattığı yeni bir ortam içinde kent kültürüyle karşı karşıya kalmaktadırlar. Kitle iletişim araçlarını (özellikle TV ve radyo) izleyerek, kent kültürünün koşullarına ayak uydurmaya çalışmaktadırlar. Türkiye'de köyden kente göçmüş insanlar için söz konusu olan koşullar, köyden Avrupa'ya (özellikle Almanya) göçmüş olanlar için de söz konusudur. Yabancı bir toplum ve kültür yapısı içinde, kendi kültür değerlerini içeren kasetler dinlemekte, izlemektedirler.

⁴¹ Necdet, Uğur, "Çağ Atlama Sorunu", Sanat Dergisi, Mart, 1988, Sayı:187, s.18.

VIDEONUN TÜRK TOPLUMUNDAKİ DURUMU

Videonun Türk Toplumuna Girmesini ve Yayılmasını Hazırlayan Etkenler

Türkiye'de video cihazının kullanılmaya başlanması ve oldukça önemli bir konuma gelmesinin nedenleri şöyle sıralanabilmektedir:

• TRT televizyonunun (42) devletin yayın organı olma niteliğinden dolayı belli bir bakış açısına sahip olması, bunun sonucu olarak alternatif izlenelere gereksinim duyulması, (43) Bu durum, alternatif bir görsel iletişim aracı olarak videonun önemini arttırmıştır.

• Sinemalardaki filmleri izlemenin beraberinde bazı güçlükleri getirmesi (evden çıkma, hava koşulları vb.) videonun ise bir ev aracı olması tehçih nedeni olmuştur. Bunun yanında sinemalardaki filmlerin düzeyleri de etkili olmuştur. (44) Siyah-beyaz TV teknolojisinin, renkli sisteme geçme durumunda bırakılacağı, renkli televizyon ve video teknolojisine geçileceğinin açıklanması nedeniyle, bu teknolojinin Türkiye'de üretim

42 Türkiye'de TV yayını yapan tek kuruluş TRT'dir. TRT yıllık faaliyet raporlarına göre; radyo ve televizyon yayını yapma tekeli yasalarla kendisine verilmiş olan TRT 1964 yılında kurulmuştur. Radyo yayınlarını kapsayan dönemi dışında, kurumdan bağımsız televizyon yayınları 1952 yılında başlamıştır. Televizyonun etkin bir kitle iletişim aracı durumuna gelmesi 1960 yılından sonra hız kazanmıştır.

43 Demir Sarol, "Video Konusunda Bugüne Nasıl Gelindi?", Milliyet Sanat, Kasım, Sayı: 83/1, s.2.

44 Demir Sarol, a.g.m., s.2.

ortamı bulması. (45) 1982 yılında belirli günlerde olan renkli yayınlar, 1984 yılında resmen başlamıştır. Hükümet 1982 yılında yayınladığı bir bildiriyle renkli yayın dönemine geçiş konusunda açıklamalar yapmıştır. Bu bildiride Türkiye'ye komşu tüm ülkelerde TV yayınlarının renkli oluşu ve bir çok yöreden bu yayınların izlenebilmesi, halkın renkli TV cihazı ve video, teyp cihazı sağlama yönünde teşvik ettiğine ilişkin açıklamalar da yer almaktadır. (46) Renkli TV alıcılarının video ile olan doğrudan ilişkisinin varlığı ve video kullanımında bir aşama oluşturması, videonun yaygınlaşmasındaki en önemli etkenlerden biridir. (47) Toplumun bu cihazları benimsemesi sürecinde özellikle reklamlar, video ile renkli TV'ü birlikte güdülemeye çalışmıştır. (48)

. Renkli TV yayınlarının başlamasından kısa bir süre sonra Türkiye renkli TV ve video üretebilen yabancı büyük firmaların saldırısına uğramıştır. Önce Avrupa'lı, hemen ardından Japon elektronik sanayinin güçlü şirketleri için Türkiye yeni, geniş bir pazar durumuna gelmiştir. (49)

45 Sarol, a.g.m., s.2.

46 Cumhuriyet Gazetesi, 19 Ocak 1982.

47 1984 yılı itibariyle Türkiye'de renkli TV alıcı sayısı 816.517 olarak saptanmıştır. Ayrıca Sanayi Genel Müdürlüğünden elde edilen bilgilere göre, Türkiye'de üretilen renkli TV alıcılarının sayısı 1.065.000'dir. 1984 yılına dek renkli TV ithalinin yasak oluşu, yurt dışında çalışan vatandaşlarımızın renkli TV'leri Türkiye'ye sokmaları sonucu sayılardaki kesinlik de güvenilir olmaktan çıkmaktadır. (Barkan ve Diğerleri, Çağdaş Bir Eğitim ve İletişim Aracı Video Araştırma- Kuram- Uygulama, Anđ. Uni. Eğt. Tek. Yay. Eğt. Vakfı Yay.No:004, Eskişehir, Mayıs 1988, s.23

48 Barkan ve Diğerleri, a.g.k., s. 36

49 Barkan ve Diğerleri, a.g.t., s.37

. Şubat 1982 yılında çıkarılan bir yasaya göre; altı ay yurt dışında kalmış olan herkesin gümrük vergisini ödeyerek, yurda video getirebilme olanağının doğması. (50)

. Bazı gazetelerin, lotarya da denilen kampanyalarla tüketicilerle video gereksinimi uyandırmaları. (51)

. Dış ülkelerde çalışan Türk işçilerinin yurda dönüşlerinde yanlarında video cihazı getirmeleri (52)

Video'nun Türkiye'de önemli bir kitle iletişim aracı durumuna gelmesinde rol oynayan faktörlere bağlı olarak video sayısının da verilmesi, konunun somut bir duruma getirilmesi açısından önemlidir. 1984 yılı itibariyle Türkiye'deki video cihaz sayıları şöyledir; PTT kayıtlarına göre: 173.343

Sanayi Genel Müd. kayıtlarına göre: 81.582'dir. (53)

Resmî kayıtlar dışında video sayısının 2 milyon civarında bulunduğu belirtilmektedir. (54) Cihaz sayısına bağlı olarak kaset sayısı ile çoğaltan ve pazarlayan şirket sayısı da önem taşımaktadır. Yine bir araştırmaya göre 3.000 civarında video kaset kiralayan kulüp faaliyet göstermektedir. (55) Video kaset çoğaltan ve dağıtan şirketler Anadolu'da hemen her şehirde bayilikler açmışlardır. Toplam olarak Türkiye'deki 4.200 video kulübünden çoğu İstanbul'da, diğerleri ise Türkiye'

50 Cumhuriyet Video Eki, Ağustos, 1983, s.7.

51 Tanju Öztürk, "Video Tüketim midir?" Milliyet Sanat, Sayı:83/1, Kasım, İstanbul, s.3.

52 Sarol, a.g.m., s.2.

53 Barkan ve Diğerleri, a.g.k., s.28

54 Kemal Akmaral, Türkiye'de Video Olayı, İstanbul, 1984, s.6

55 Akmaral, a.g.k., s.6

ye dağılmış durumdadır. (56) Bazı şirketler Almanya'da da bayilikler kurmuşlardır. Almanya'da 8.000 kulübün bulunduğu Film Market'te belirtilmektedir. (57)

Türkiye'de videonun önem kazanması renkli yayın dönemiyle başlamış gibi görünmekle birlikte videonun Türkiye'ye girişi 1974 yılına kadar uzanmaktadır. Video büyük otellerde video yayını yapmak amacıyla ilk olarak ODVİ adlı bir kuruluş tarafından kullanılmaya bağlanmıştır. Daha sonra kar amacıyla kullanımı gündeme gelmiş, 1980 yılından başlayarak video ile ilgili ticari kuruluşlar kurulmaya başlamıştır. Ayrıca büyük mağazalarda reklam amacıyla kullanılmasının yanında, vapur iskeleleri, şehirlerarası otobüsler, kahvehaneler ve evlerde kullanım yaygınlaşmıştır.

Gerek video cihazı, gerekse kaset çoğaltıp pazarlayan şirketlerin ve bayilerin sayılarının artması video teknolojisini tekellerinde bulunduran uluslararası şirketlerin de Türkiye'deki yayılma çabaları hakkında bilgi vermektedir. En çok kazanç getiren iş alanlarından biri haline gelen video cihazı üretimi ile video kaset kiralama, toplumun en kolay yoldan video cihazına sahip olmasını sağlayacak biçimde gelişmiştir. Böylece Türk toplumu TV'da olduğu gibi, dışından tırnağından arttırdığı paralarla video cihazı edinme çabasını girişmiştir. Almanya'dan kesin dönüş yapan Türk işçilerinin, orada yurt hasretini gidermek amacıyla kullandıkları video cihazı, köylere, kasabalara kadar ulaşmıştır. Bunun yanı sıra, Türk Toplumunu gibi okuma-yazma oranının düşük olduğu, geçekondulaşma olgusunun yaşandığı, gelişmekte olan bir toplumun sorunlarına sahip böyle bir ortalama TV ve video gibi görsel kitle iletişim

⁵⁶Bülent Erandaç, "Video Kasetleri Fişleniyor" Hürriyet, 8 Ekim 1984

⁵⁷Film Market, Kasım 1983, Sayı:14, s.8

araçlarının girmesi, bu araçların çok daha etkili olmasını beraberinde getirmektedir. Görsel kitle iletişim araçlarının çok etkili olması, düşük düzeyli bir kitle kültürü'nün ortaya çıkmasını da kaçınılmaz kılmaktadır. (58)

Dışa bağımlı bir maddi ve manevi kültür yapısının söz konusu oluşu, toplumda kitle kültürüne bağlı olarak, montaj kültürü, aranjman kültürü gibi olguların varlığını da gündeme getirmiştir. Buna bağlı olarak, uyumlu, bütünsel ve sürekli yeniden üretim koşullarının yaratılmaması, üretimin yozlaşmasına ve doğan boşluğun yabancı kitle kültürüyle doldurulmasına neden olmuştur. (59) Ayrıca ekonomik koşullara bağlı olarak;

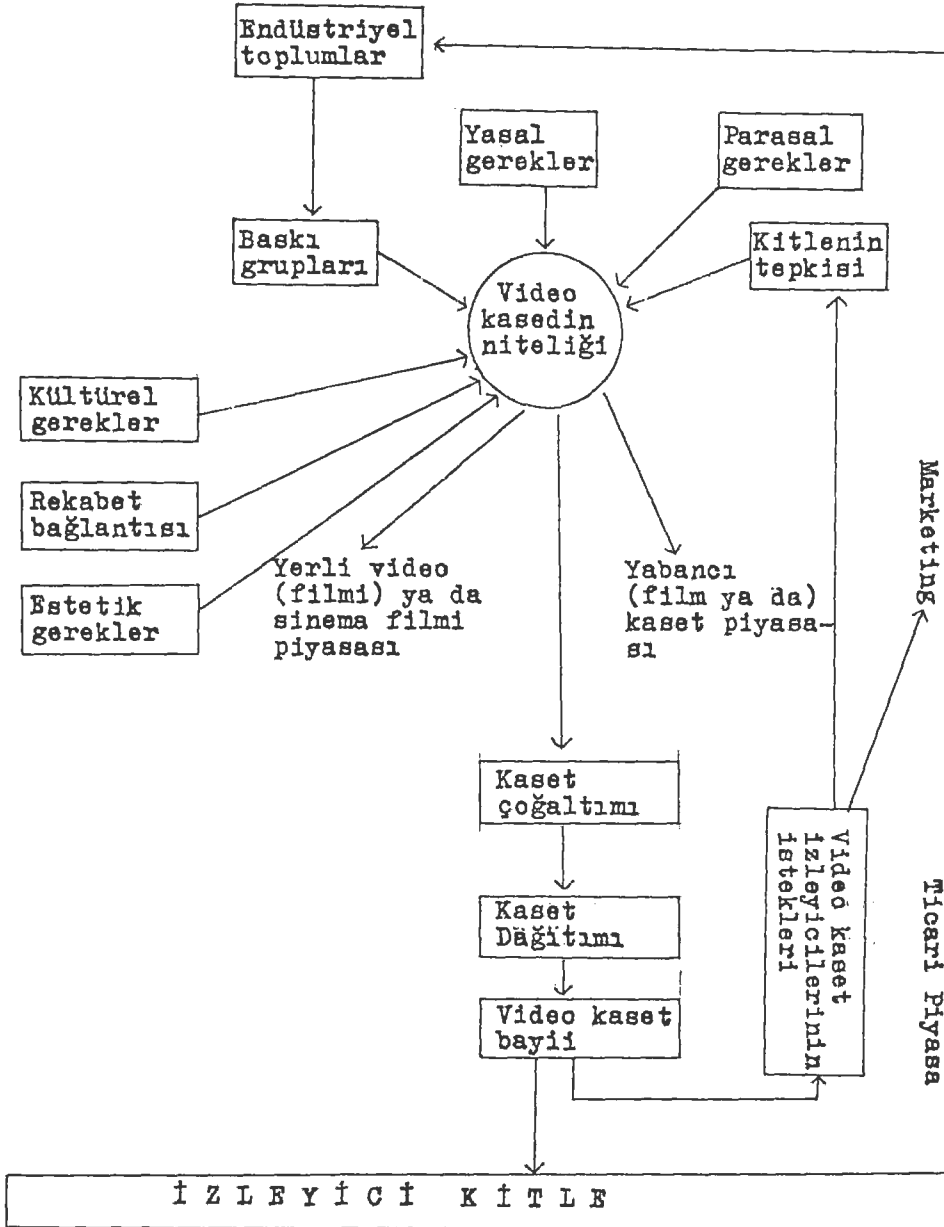
"Kır küçük burjuvazisinin hızlı bir biçimde yoksullaşması sonucunda, mülksüz köylülerin kentlere göç etmesi, gene mülksüzleşmeyen bir başka bölümünün de kent küçük burjuvazisine geçmesi sonucunda ortaya çıkan "arabesk-lahmacun-minibüs" kültürü" ya da çoğunlukla bu kesimlere hitap eden günlük ya da haftalık magazin basın kültürü veya daha çok batı toplumlarının kültürel sorunlarının kısmi bir aynası olan "TV-video kültürü" bu konudaki genel terminolojiyi oluşturmaktadır." (60).

Türkiye'de video olgusunun önem kazanması sürecinde etkili olan faktörlerin yanında, bir video kasedin izleyici kitle üzerinde etkin olmasını sağlayan nedenleri de göz ardı etmemek gerekmektedir. Bağlı olarak bir video kasedin niteliğini etkileyen faktörler ile kasedin izleyiciye ulaşmasına kadar ki aşamalarını bir şemada vermek konuya açıklık kazandıracaktır;

58 Emre Kongar, Demokrasi ve Kültür, a.g.k., s.26.

59 Çalışlar, Günümüzde Sanatsal Kültür ve Estetik, a.g.k., s.57.

60 Refik Zerengil, "Kültürel Yozlaşmanın Ahlaki Boyutu", Düşün, 1984, s.18.



Videonun Türk Toplumuna Girdikten Sonra Kitle Kültürü Üzerine Yaptığı Etkiler

. Sinema-Video İlişkisi: Video cihazı, özellikleri gereği bireylere TV'dan daha fazla özgürlük veren bir cihazdır. Türkiye'de kullanım açısından ise daha çok film izleme amacıyla kullanılmaktadır. Bu durum videonun sinema sanatından yararlanmasını gündeme getirmektedir. Türkiye'de video kaset izleme oranı, sinemada film izleme oranından daha yükseltir demek yanlış bir yargı olmayacaktır. (Bunun nedeni, videonun ev ortamında izlenebilmesinin yanında, istenilen zamanda izlenebilme özelliğine sahip olmasıdır.)

Türkiye'de videonun yararlandığı en önemli sanat dalı olarak film sanatı da, genelde söz konusu olan kitle kültürü olgusundan payını almış durumdadır. Tümüyle kar amacına yönelik olarak yapılan filmlerin çoğu estetik kaygılar güdülmeden oluşturulmuştur. Türkiye'de TV'nun henüz gündemde olmadığı 1970 yıllarında Türk Sineması kuramsal çabaların denendiği bir ortam oluşturmuştur. 1970'lerden sonra ise tümüyle kitlenin duygusal yanına hitabeden yapımlar, daha çok kazanmaya yönelik filmler piyasayı doldurmuştur. (61)

1960'lardan 75'lere değin bir seyirci patlaması da söz konusu olmuştur. Film üretim merkezi olan Yeşilçam da, toplumsal dinamiklere uygun filmler üretmeye başlamıştır. 1975'lerden sonra ise önce TV sonra da video ile seyirciler evlerine kapanmaya başlamışlardır. (62) Bu noktadan sonra da sinema video'ya yönelik bir yapıya sahip olmuştur.

⁶¹Nijat Özön, "Türk Sineması", Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi, Cilt 7, S. 1889

⁶²Hüseyin Sönmez, "Türk Sineması Nereye Gidiyor?", ... ve Sinema, Sayı:4, Nisan 87, s.45

Türkiye'de filmciliğin kâr amacına yönelik olması, sinema sanatında da bir dönem düzeysizleşmeyi beraberinde getirmiştir. Çünkü; "Fotoğrafın düzgün çekilmesi, oyunlara, dekorlara, aksesuarlara dikkat edilmesi gibi standart teknik işler bile bir filmin normal bir ticari filmde iki misli pahalı olması için yeterlidir." (63)

1980'li yıllardan başlayarak Türkiye'de sinema sanatının bir gelişme sürecine girdiğine tanık olunmaktadır. Daha çok sanatsal ve estetik kaygılarla yapılan filmler önemli sayılara ulaşmış, daha önceki yıllarda kapanmış olan sinema salonları yeniden açılmıştır. 1987 yılında Türkiye'de sinema salonlarındaki koltuk sayısı 506 bin olarak, sinema sayısı da 938 olarak görülmektedir. İzleyici sayısı 62 milyon'dur.(64)

Belli bir dönem, sinema salonlarından uzaklaşmanın nedenlerinden birisi TV, bir diğer neden de düzeysizleşmedir. Kente olan göç sonucu, toplumsal yapıdaki farklılaşma ile birlikte, göç eden bu insanların beğenisine uygun filmler üretilmesi sonucunda oluşan düzeysizleşme, büyük bir kesimin sinemadan uzaklaşmasına neden olmuştur. (65)

Film sayısının çok olmasıyla da çok yakından ilgili olan bu kâr etme kaygısı sonucunda, bir dönem Türk Sineması dünyanın yılda en çok film çeviren ülkelerinden biri haline gelmiştir. Günümüzde bu sayı ortalama olarak yılda 65'dir. (66) TV'un etkili bir araç durumuna gelmesiyle, sinemaya gidilmemesi film sayılarının düşmesine neden olmuştur. Ancak videonun devreye girmesiyle, sinemada değil ama, video'da seyredilen film sayısı artmış-

⁶³Halil Refiğ, Ulusal Sinema Kavgası, Hareket Yayınları, İst, 1971, s.38

⁶⁴Ana Britannica, 1986 Ulusal İstatistikler, S.141

⁶⁵Sezer Tansuğ, Herkes İçin Sanat, Altın Kitaplar, İst, 1982, s.144

⁶⁶Ana Britannica, agk, s.141

tır. Bugün video piyasasının yıllık pazar hacminin 150 milyar liraya ulaşmasının nedeni film sektörüdür. (67) Önceki sinema gösterimleriyle maliyetini karşılayamayan film sektörü, video sayesinde bu krizi atlattmaya başlamıştır. Bunun ardından film sektörü, video piyasasına bağımlı hale gelmiştir. Ayrıca Almanya'daki Türk işçilerinin oluşturduğu pazara video film satılması bir anda furyaya dönüşmüş. Yeşilçam'ın 15 yıllık renkli film stoku kutu ya da kiloyla, çok ucuz fiyatlarla (bir film için 150 TL gibi) satılmıştır. Film sektörü günümüzde 100 milyon liraya mal olmuş bir filmin %50'ye yakın bölümünü Almanya video pazarından sağlarken, %25'ini Türkiye'deki video pazarından, %25'ini de sinema gösterilerinden elde etmektedir. (68)

Bunların dışında, son yıllarda yabancı (Amerikan) dev film şirketlerinin Türkiye piyasasına girişi de baş göstermiştir. Warner Bros. bu alanda başı çekmiş ve Türkiye temsilciliğini açmıştır. En yeni yabancı filmlerden ve önemli Türk filmlerinden oluşan bir liste yayınlamıştır. Warner Bros.'un Türkiye Temsilcisi "Türkiye'de Sinema izleyicisi çok az. İnsanlar video izlemeye alışmışlar. Bu yüzden ilk kez burada mekanizmayı tersinden kurduk" demektedir." (69).

. Televizyon-Video İlişkisi: Türkiye'de bir kitle iletişim aracı olarak son derece önemli bir yeri olan TV bir devlet organı durumundadır. Önceleri özerk bir kuruluş olan TRT, sonradan iktidarların isteklerine göre yayın yapan bir yayın kurumu haline gelmiştir. 1968

⁶⁷ Faruk Beskisiz, "Video Kasetleri Zamlanacak", Cumhuriyet Gazetesi, 28 Ağustos 1987.

⁶⁸ Beskisiz, a.g.k.

⁶⁹ Cumhuriyet Gazetesi, 18, Eylül, 1987

yılında yayına başlamış, 1982 yılında renkli yayına geçmiş olan TV, okuma-yazma oranı çok düşük olan Türk toplumunda en etkili kitle iletişim aracı durumuna gelmiştir. TV'un Türkiye'ye girişinden önce en önemli kitle iletişim aracı sinema iken, TV'un etki alanı sinemayı gerilerde bırakmıştır. (70) Görsel bir kültür'e sahip olmayan Türk toplumu, birden görsel bir kültürle karşı karşıya kalmıştır. TV'un evin içinde ve deyim yerindeyse her an el altında bulunan bir araç olması etkisinin yoğunluğunu da arttırmıştır.

Son zamanlara kadar TV sayısı hızla artmış, hemen her eve bir TV cihazı girmiştir. 1986 istatistiklerine göre Türkiye'de TV alıcısı sayısı 49 milyon kadardır. (71) Bu sayı TV'un ne denli yaygınlaşmış bir kitle iletişim aracı olduğunu kanıtlamaktadır.

TV yayınlarına bakıldığında, çoğunlukla dizi filmlerin, filmlerin yayınlandığı görülmektedir. Bu film ve dizi filmlerin büyük bir bölümü yabancı, bir bölümü yerlidir. (72) Türk kültür yapısı üzerinde oldukça zararlı etkiler yapmaktadır. Gecekondulaşma, okuma kültürünün olmaması gibi nedenlere bağlı olarak oluşmuş bir kültür yapısının üzerine gelmiş olan TV, kitleleri tüketim yönünde etkilemeye başlamıştır. TV'da yayınlanan reklamlarda, yabancı dizi filmlerde insanların sahip oldukları eşyalara, ya da yaşama biçimlerine özenen kitleler de tüketime yönelmekte, yönelemeyenler de acı çekme, düş kurma gibi arabesk kültür öğelerine sarılmaktadırlar. (Bu durum kendini toplumsal pek çok öğede ortaya çıkarmaktadır.) TV aracılığıyla, görsel anlamda etki alanına da kalan bireylerin kültürel faaliyetleri de azalmakta,

⁷⁰Tansuğ, agk, s.144

⁷¹Ana Britannica, a.g.k, s.87

⁷²Aysel Aziz, Toplumsal ve Kitleli İletişim, A.Ü. BYY0 yay: 3, Ank, 1982, S.100

TV izlemek en önemli kültürel faaliyet haline gelmektedir. TV'un izlenmesinin çok kolay oluşu, çaba gerektirmeyişi sonucunda bireyler konuşmayan, düşünmeyen, kültürel anlamda üretimde bulunmayan bir hale gelmektedirler. Böylece kitle kültürünün asıl amaç olan sadece tüketen, düşünmeyen bireyler ortaya çıkmaktadır. Ayrıca bölük pörçük çok sayıda ileti ile karşı karşıya kalan bireyler, hiç bir konuda ayrıntılı bilgi sahibi olamamakta, ama çok sayıda ve çok farklı konularda bilgi sahibi olmaktadırlar.

Türkiye'de TV'un oluşturduğu, kitle kültürünün yapısına çok uygun program ve filmlerde kitleler neredeyse bilinçsizce içinde buldukları ortamla bütünleşmeden, sorunları göremeden salt eğlenmeye yönelik bir toplumsal yapı içinde kalmışlardır. Böyle bir ortam üzerine gelen video, bu ortam pekiştirmekten başka bir yarar sağlamamıştır. Video, TV'da yayınlanmayan türde film ve programların izlenebilmesini olanaklı kıldığından ilgi görmüştür. Videoda izlenen filmler, TV'da yayınlanması sakıncalı görülen vurdulu-kardılı, pornografik, düzeyi düşük arabesk filmler olmuştur. (73)

. Video-Video ilişkisi: TV'un oluşturduğu uygun bir ortam üzerine gelen video, daha önce oluşturulmuş bulunan görsel kültürü pekiştirmiştir. Çok elverişli bir araç olmasına karşın eğitimde kullanılmış, genelde film izleme amacıyla kullanılan bir araç durumuna gelmiştir. Bağlı olarak eğlence ve boş zaman değerlendirmeye yönelik bir araç olarak önem kazanmıştır. Türkiye'ye ilk girdiği yıllardan başlayarak video kaset üreten ve dağıtan şirket sayıları da hızla artmıştır. Kâr amacına yönelik olarak kurulan bu şirketler, kitleler tarafından beğenilecek türdeki filmleri kasetlere aktararak piyasaya sürmüşlerdir. TV'un oluşturduğu ortama bağlı olarak, Tüketime yönlendirilen bireyler de, hayallerindeki yaşama

biçimlerini veren filmlerle, onların acılarını paylaşan arabesk filmleri izlemeye başlamışlardır. Zamanla salt video için çekilen filmler piyasayı doldurmuştur. Bu filmlerin çoğunun başrol oyuncularını ünlü arabesk sanatçılar olmuştur.

Videonun Türk toplumunda çok önemli bir yer alması ve kasetlerde çoğunlukla sinema filmlerinin yer alması, telif hakları açısından korsan kasetçilik konusunu gündeme getirmiştir. Korsan kasetçilik sorununun çözülmesi amacıyla bir video yasası hazırlanması gerekliliği söz konusu olmuş, bu duruma başında da önemli bir yer verilmiştir:

- "FSEK Boşlukları Doldurulabildi mi?"(74).
- "Hükümet Video Olayına El Attı."(75).

Bir tanım vermek gerekirse; korsan kasetçi ya da korsan videocu, hiç bir yasal hakkı olmaksızın, kasede çekilen bir filmi, bir gösteriyi kopya eden, gösteren ve gösteren kişidir.(76) Korsan kasetçiliğin önlenmesi amacıyla idari düzenlemeler yapılmış 5846 sayılı yasada yer almıştır.(77)

Video kasete aktarılacak her filmin bir video kopyasının da devlet tarafından denetlenmesi yasalaşmıştır. Bandrolsüz olan kasetlerin dağıtıma sokulamayacağı bu yasada belirtilmiştir. Bu uygulama video kaset piyasası için bir darbe olmuştur. Video kaset kiralama ücretleri artmış, video kulüp sayısı azalmıştır.

Türkiye'de videonun kitle kültürü üzerindeki etkileri ise varolan kitle kültürü ortamını pekiştirme

74 Film Market, Kasım 1983, Sayı:14, s.10.

75 Film Market, Kasım 1983, Sayı:14, s.10.

76 Giovanni Scognamillo, "Korsan Kasetçilik", Film Market, Sayı:8, Mayıs 1983, s.4.

77 Kani Ekşioğlu, Basın ve Devrim Yasaları, Yasa Yay., İstanbul, 1979, s.107.

şeklinde olmuştur. Düşündürmeyen, tüketime yönelten filmler izlenmesi ile bu pekişme önem kazanmıştır. Videoda en yüksek oranda izlenen filmler; macera filmleridir. Bunu sırasıyla, komedi, polisiye, aşk, kovboy, korku, bilim-kurgu, arabesk, seks, karate filmleri izlemektedir.

- Yazılı İletişim Araçları: Gazete, Dergi, Kitap

İletişim olgusunun toplumsal boyutta kitle iletişim araçlarıyla ve özellikle yazılı iletişim araçlarından en etkilisi olan basınla ilişkisi son derece önemlidir. Basın da diğer kitle iletişim araçları gibi kültür öğelerinin yaratılması ve aktarılmasında önemli bir rol üstlenmektedir. Kültürel değerlerin, iletişim kalıcılığını sağlaması açısından basın araçlarının işlevi çok önemlidir. Basının önemli bir olgu olarak kabul edilmesi, iletişim amacıyla kullanılması yazılı kültüre dayalı bir yapıya sahip olmasıyla yakından ilişkilidir.

Önceleri, iletilerin kalıcı kılınmasını sağlayan anlamda, kağıdın ve matbaanın bulunuşu, bilim kitapları ya da romanların basılması anlamında ele alınmıştır. Daha sonraları gerçek bir kitle iletişim aracı olarak kabul edilen gazete ortaya çıkmıştır.(78) Fiyatının ucuzluğu, yaygınlaşmasında önemli bir rol oynamıştır. Basının kamusal bir niteliğe sahip dördüncü kuvvet olarak ele alınması kitle iletişim aracı olarak gücünü de göstermektedir. Basının bu gücü Türkiye'de sıkı bir denetleme olayını da gündeme getirmiştir.

1960 sonrasındaki patlama beraberinde kontrolsüzlüğü getirmiştir. Değişik görüşler toplumda yayılma

⁷⁸ Halûk Yüksel, Uğur Demiray, Basının Toplumsal İletişimdeki İşlevleri, A.Ü. Eğt. Tek. ve Yay. Eğt. Vakfı, Eskişehir, 1988, s.17.

olanağı bulunca bir kaos ortamını oluşturmuştur. Daha sonraları toplumda büyük yaralar açan kargaşanın da temelini burada aramak yanlış olmayacaktır.(79)

1988 yılı Haziran ayı verilerine göre Türkiye'de 11 gazete yayın hayatına devam etmektedir. Bunların dışında yerel gazeteler bulunmaktadır. Toplam olarak basılan gazete 3.880.000'dir.(80) Basını denetlemek amacıyla yapılan kağıt zamları gazete satışlarının düşmesine neden olmuştur. Bunun yanında Türk toplumu zaten gazete, kitap, dergi gibi yazılı iletişim araçlarından yararlanmayan bir toplumdur. Bu nedenle yayın hayatına giren gazeteler belli duygulara yönelik gazeteler çıkarılmaktadır. Bazıları ikramiyelerle okur çekmeye çabalar-ken, bazıları da cinsellikle ilgili olguları ön plana çıkararak, bol çıplak fotoğraflı cinayet haberleri, ya da sinema yıldızlarının dedikodu haberlerine yer vererek yaşamlarını sürdürmektedirler. Haziran 1988 verilerine göre, tiraj sayısı en yüksek olan gazete 615 binle Hürriyet Gazetesidir. Tiraj sayılarını şöyle sıralamak mümkündür:

Cumhuriyet	—	115.031
Hürriyet	—	615.932
Sabah	—	431.248
Milliyet	—	244.810
Günaydın	—	236.443
Türkiye	—	192.790
Güneş	—	133.051
Tercüman	—	119.995
Yeni Asır	—	55.426
Tan	—	135.910
Bulvar	—	67.750 (81)

79 Yüksel-Demiray, a.g.k., s.89.

80 Ana Britannica, a.g.k., s.86.

81 Oktay Gönensin, "Tiraj Kaybı", Cumhuriyet, 13 Haziran 1988.

Türkiye'de içerik anlamında ciddi gazete olarak kabul edilebilecek olan Cumhuriyet tirajı en düşük gazetelerden biridir. Bol resimli, dedikodu haberleri veren gazetelerin tirajları ise oldukça yüksektir.

Yazılı iletişim araçlarından olan dergi ve kitapların durumu da gazetelerden pek farklı değildir. Medya Dergisi'nin mayıs sayısında yeralan Mart ayı verilerine göre 3 haftalık haber dergisinin toplam satışı 87 bin, 6 haftalık magazin dergisinin 169 bin, 3 haftalık TV-müzik dergisinin 99 bin'dir.

1986 yılında kitap yayın sayısı ders kitapları dahil 7224 'dür. Bu sayı süreli yayınlar için 2635'dir.

Türkiye'de nüfusa oranla, yazılı iletişim araçlarından olan gazete, dergi, kitap gibi yayınlar son derece az sayıdadır. Bunun nedenlerinden birisi Türk toplumunun TV ve video ile görsel iletişime önem vermiş olmasıdır denebilir. Bol resimli gazete ve dergilerin daha çok satılması bu varsayımı destekleyici niteliktedir.

- Tiyatro - Video İlişkisi

Nutku'ya göre;

"Tiyatro, insanın özünü araştırırken, düşünce ve kültür tarihinin durmadan değişen biçimlerine, dinsel, siyasal ve toplumsal gelişimlere sıkı sıkıya bağlı kalır. Bunun için de tiyatro bir çoğunluk sanatıdır. Tiyatronun topluma mesajı, içinde bulunduğu toplumu daha doğru, daha haklı ve insan haysiyetine daha yakın bir aşamaya çıkarmasında en etkin yardımcı öge olmasıyla gerçekçilik kazanır."(82).

Tiyatro, görsel bir iletişim aracı durumunda olan bir sanat dalıdır. Tarihte, bu özelliğinden dolayı izleyicisi pek çok olmuştur. Türkiye'de ise tiyatroya gereken önem verilmemiştir. 1970 yılına

⁸² Özdemir Nutku, Yaşayan Tiyatro, Çağdaş Yayınları, İstanbul, 1976, s.79.

ait bir istatistikte sinema ve tiyatro tesis ve seyirci sayıları karşılaştırmalı olarak verilmiştir. Buna göre sinema tesis sayısı 2424 iken, tiyatro sayısı sadece 106'dır. İzleyici sayısında da aynı farklılık görülmektedir. Sinema izleyici sayısı 246.662.310 iken tiyatro izleyici sayısı 2.596.310'dur.

Tiyatronun kitlelere benimsetilmesi için gerekli olan çalışmaların yapılabilmesi aşamaları için gerekli olan parasal harcamalar devlet tarafından sağlanamamakta, özel tiyatrolar da ödeneklerle zar zor yaşamaktadırlar. Devlet tiyatrolarında oynanan oyunların kitlelere pek çekici gelmemeleri sonucunda seyirci sayıları düşük olmaktadır.(83) Bazı özel tiyatrolar ise güncel konulara değinerek daha fazla izleyici toplamaktadırlar. Özel tiyatrolardaki oyunlarda bir dereceye kadar bir sansür uygulaması görünmemekle birlikte tiyatroların kapatıldığı da görülebilmektedir. Kitlelere "muzır" anlamında etkide bulunabilecek oyunlar iptal edilebilmektedir. Bunun dışında Zeki Alasya - Metin Akpınar gibi bir özel tiyatro oldukça geniş bir kitleye hitap edebilmektedir. Bunun nedeni bu ikilinin önceden TV'da ve video kasetlerde görünerek çok geniş kitlelere ulaşabilmiş olmalarıdır.

Bunların dışında, video kaset piyasasının film-lerden sonraki en önemli malzemeleri tiyatro oyunlarıdır. Çekilen bu tiyatro oyunları her ne kadar tiyatro olarak kabul edilemezse de, Türkiye'de tiyatro konusunda kitlelere bilgi verme açısından yararlıdırlar. Çünkü tiyatro bugün çok kısıtlı bir çevre tarafından izlenmektedir. Yani, tiyatro 3 büyük kentle sınırlıdır.

⁸³ Türkiye'de 1986 yılında devlet tiyatrolarına ait tesis sayısı 12, temsil sayısı 3273'dür.

- Müzik - Video İlişkisi

1950'li yıllarda başlayan gecekondulaşma, çalkantılar, halkın giderek politize olması, kitlelerin Türk müziğinden taleplerinde de değişiklikleri gündeme getirmiştir. Klasik Türk Müziğinin ağıdalı sözlü, usul ve makamlı şarkıları dinleyicileri tatmin etmeye başlamıştır. Bağlı olarak daha basit yapıda şarkılar üretilmeye başlanmış, halk günlük müzik gereksinimini bunlarla karşılamaya yönelmiştir. Bu özellikler, keskinleşerek günümüze dek devam etmiştir. 1960 yıllıyla birlikte gelişen arabesk türü müzik, kaynak olarak Türk müziği ve halk müziği malzemelerini yer yer kullanmasına karşın, apayrı tavidir. Arap müziğinin de yoğun etkisindedir. Sözleri ve okuyuş biçimiyle kâderci ve karamsardır. Milli gelirden ve kültürden hak ettiği payı alamayanların çaresiz müziğidir. Bu müziğe vurguncuların, sonradan görmelerin, snob kentsoyluların rağbet etmesi bu gerçeği değiştirmemektedir. Ekonomik nedenlerle kentlere, yabancı ülkelere göç olgusunun ürünüdür.

Bugün Türkiye'de üç ayrı tür alaturka müzik söz konusudur, bunlar;

- Klasik Türk Müziği
- Yeni Türk Müziği: Eğlence ve dinlence yani belirleyici olan, eşlik eden sazların çokluğuna ve görsel öğelere ağırlık veren, eğlence yerleri, radyo ve TV'de yer alan türdür.
- Arabesk: Aynı makamsal, ritmik malzemeyi çok ayrı bir tavırdaki kullanan, resmi yayın organlarından yayınlanamayan, taşıtlar ve kaset aracılığıyla etkinliğini sürdüren, meyhane ve tavernalarda dinlenen türdür.(84)

⁸⁴ Timur Selçuk, "Müzik Dünyamız", Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi, Cilt:6, s.1476.

Bunların dışında Türk Hafif Müziği ile Türk Sanat Müziğinin bir karışımı olan Türk Hafif Sanat Müziği denen bazı türler de görülmektedir. Kitle kültürü açısından önemli olan tür doğal olarak arabesk-tir. Çok geniş bir kitle tarafından dinlenmekte, en lüks gibi görünen ortamlara bile sızmaktadır. Bu tür müziği seslendiren pek çok insan piyasayı doldurmuş bulunmaktadır. Videonun da bu tür filmlere yer vermesi bu sanatçıları görüntüsel olarak izleme olanağını da hayranlarına vermiş olmaktadır.

Resmi yayın organlarında yayınlanamamasına karşın arabesk çok yaygınlaşmış durumdadır. Ekonomik anlamda yetersiz olan çok geniş kitlelerin avunma aracı durumundadır.

Kitle kültürü öğeleri olarak ele alınan bu öğelerin dışında önemli olan diğer öğeler dil, giyim, afiş ve ilan panoları ile süslemelerdir.

İletişim sürecinde dil'in önemi son derece fazladır. TV, video, radyo, basın, tiyatro, müzik gibi iletişim araçlarının tümünde dil konusu gündemdedir. Bir ulusun dili, gelişmesine koşut olarak değişikliğe uğrayabilir. Kültürel anlamdaki bazı değişiklikler dilde kullanılan değişik sözcükleri de gündeme getirebilir. İletişim araçlarının, kültürü zenginleştirici ileri götürücü anlamda kullanılmalari, bağlı olarak kitlelerin bilinçlenmeleri dilde olumlu yönde gelişmeleri de beraberinde getirebilir. Ancak Türkiye'de durum böyle değildir. Görsel iletişim araçlarının TV, Video'nun kullandığı dil, özellikle reklamların dili toplum yapısında yer etmiş durumdadır. Türkçe'de bulunmayan bazı kalıplaşmış cümleler halk arasında yaygınlaşıp yerleşmiştir. (Seni seviyorum, üzgünüm vb. gibi) Bunun dışında düzeysizleşen, yozlaşan kültürel yapı çerçevesinde, arabesk müzikte de yer alan yeni bir dil de söz konusudur. (Hor görme garibi, Kaderimse çekerim vb.gibi) Okunamanın getirdiği

kültürel boşluk bazı yabancı kökenli isimlerin yanlış yazılmasında somutlaşmaktadır. (Kuvaför, Restorant, kaffe vb. gibi)

Tansuğ'a göre;

Kentleşme düzensiz olunca, kitle yaşantısı da başıbozuk olmaktadır. Geçici bazı düşük nitelikli değer ölçütlerinin oluşmasında egemen rolü bu başıbozukluk oynamaktadır. Bu tür bir yaşam biçiminin yaygınlaşması ve otorite tanımaz hale gelmesi, sanayi çağı koşullarının ülkede yeterli düzeyde gerçekleşmemiş olmasındandır.(85)

Geniş kitlelerin, biçimsel-görsel yöndeki beğeni düzeyi, genellikle mizah, melonkoli ve şiddeti içermektedir. Kötü beğeni aşırı duygusal bir üslupçulukla bozulmuş sanatsal öğelerin gözde bir sanat yapıtı olarak ortaya konmuş olmasıdır. Türkiye'de bu tür beğeni ürünleri ortaya dolmuş, otobüs, taksi süslemeciliğinde ortaya çıkmaktadır. Bunun yanında kamyon ve otobüsler de süslenmektedirler. En sade olarak süslenenlerde bile nazarlık vardır. Minibüs ve taksilerdeki süslemeler yazı ve bazı yapıştırmalar biçimindedir. Bu yazılarda ve süslemelerdeki ifadeler bir kişilik göstergesi gibi görünmesine karşın, hakim kitle kültürünün sonutlaşmış biçimleridir.

Diğer somut biçimler evlerde, sepet pazarlarında, vitrinlerdeki her tür eşyada da görülebilmektedir. Müzik dışında da kullanılabilen arabesk kavramı tüm bu olgularda da geçerlidir. Şöyleki, arabesk denen olgu, aynı zamanda bir tür örgütlenmiş modern kent kabadayılığıdır.(86) Altın muştalı, yüzüklü, kravatlı, silahlı, kolyeli, yüksek topuklu bu kabadayılık eğitimsizliğin, yoksulluğun bir görünümüdür.

85 Tansuğ, a.g.k., s.104.

86 Tansuğ, a.g.k., s.110.

Eşyalara yansıyan görünüm ise pazar yerlerinde porselen taklidi biblolar, kötü takılar, gözü yaşlı çocuk resimleri, dua eden başı örtülü kız çocuk resimleri, oyma taklidi süslenmiş kalıp işi mobilyalar, duvar halısı taklidi baskı resimli yaygılar; gol resimli, tombul bebekli, 2 sevgilinin yer aldığı kartpostallardır. Bunların dışında sokaklara asılan afişler ve ilanlar da bir göstergedir. Daha çok takma adları açıkça belli olan, yeni türeyen sanatçıların posterleri insanların en çok bulunduğu yerlere asılmaktadır. Bu posterlerde biraz şuh bir ifade, ağır bir makyaj, modaya uygun olarak yapılmış saçlar, künyeler, kolyeler toplumdaki kitle kültürünün göstergeleridir. İncelendiğinde büyük kentlerde ilan olarak asılan afişler, duyurular arasında en çok sayıda bu tür sanatçı posterleri yani gazino program ilanları ile reklam afişleri yer almaktadır. Gerçek kültürel etkinlikleri yansıtan afişlere de rastlamak mümkün olmakla birlikte sayı olarak azdırlar.

Giyim açısından durum pek farklı değildir. O yılın modası olan giyim eşyalarının kalitesiz taklitleri kitle tarafından kolaylıkla elde edilmektedir. Genelde ucuz, büyük pazarlarda satılan kalitesiz giyimler kitlelerce satın alınmakta, bu da ortak bir giyim biçiminin oluşmasına neden olmaktadır. Arada TV ya da video-daki bir filmde görülen bir giysi, takı taklit edilebilmektedir. Kolay elde edilebilir, ucuz, penyeler, sentetik dokumalar genel bir giyim tarzını oluşturmaktadır.

SONUÇ

Gerek stratejik yapısı, gerek toplumsal yapısının farklı kökenlere dayalı olması, Türkiye'de kozmopolit bir toplumsal ve kültürel yapının varlığını da ortaya koymaktadır. Bu anlamda bugün Türkiye'de, yabancı kültürler, yabancı kültürlerin etki alanında Cumhuriyet döneminde gelişen, çağdaşlaşmadan yana olan ulusal kültür, çağdaşlaşmaya karşı çıkan, dinsel inançlardan güç alan kültürler, kırsal yöre kültürleri, bu kültürler arasında bireşimler yapmayı deneyen kültür gibi yaşayan kültürler söz konusudur. Bu denli çeşitlilik taşıyan bir kültür ortamına, teknolojik gelişmelere bağlı olarak kitle iletişim araçlarının girmesi, kültürel yapıdaki değişiklikleri de beraberinde getirmektedir.

Yazılı bir kültür geleneğine sahip olmayan Türk toplumu ve kültür yapısı, görsel niteliklere sahip kitle iletişim araçlarıyla belli bir dönemden sonra çok sıkı ilişkiler içine girmiştir. Bu aşamada Türkiye'de kitle kültürü oluşmaya başlamıştır. Büyük bir kitleye seslenen, sinema gibi bir kitle iletişim aracının bir dönemde Türk toplumunda ne denli önemli bir yere sahip olduğu bilinmektedir. Sinemanın ardından 1970'li yıllarda yepyeni özelliklere sahip başka bir kitle iletişim aracı yani televizyon devreye girmiş, çok büyük kitleleri etki alanına almıştır.

Bunların dışında Türk toplumunda bir güç olgusunun varlığı da söz konusudur. Ekonomik koşullar nedeniyle köyden kente, ya da başka ülkelere insanların göçmesi, toplum yapısındaki değişiklikleri de gündeme getirmiştir. Sonuçta, kentlerdeki nüfusun büyük bir hızla artışı işsizlik konusunun gündeme gelmesini de beraberinde getirmiştir. Köy ortamından çok farklı çevrelere gelen ve buralarda ekonomik güçlükler çeken insanlar, yabancı oldukları bu ortamlara uyum sağlayamamışlardır. Bu uyumsuzluk, kendi kültürlerini oluşturmalarına neden

olmuştur. Ne köy, ne de kent kültürü özelliklerini taşımayan bu yeni olgu, bu insanların avunma yollarının bir göstergesi biçimini almıştır. Böyle bir ortama gelen Televizyon'un etkileri bu insanlar üzerinde çok daha yoğun olmuştur. Bu yoğunluk nedeniyle, bir de yabancı kültürlerin etkilemesi söz konusu olmaya başlamıştır.

Bu kültür karmaşası içinde insanlar, edindikleri kültürel yapıyı çeşitli biçimlerde somutlaştırmışlardır. Örneğin, dolmuş şoförleri arabalarını bu kültürün getirdiği bunalımı yeni bir müzik biçiminde ve sözlerinde bulmuşlardır.

Kitle kültürünün etkilerinin somut olarak görüldüğü sinema, televizyon, müzik, konuşma dili, görsel bazı araçlar(afişler, yazılar gibi) bu kültür yapısına uygun olarak biçimlenmişlerdir. Yeni bir araç olarak video, girdiği bu ortandan doğal olarak etkilenmiştir. Bunun sonucunda sadece film izlenen bir araç durumuna gelmiştir. Türkiye'de televizyon yayınlarının devlet tekelinde olması nedeniyle, her tür filmin yayında programın yayınlanamaması, videonun gelişmesinde ve yayılmasında etkili olmuştur. Ayrıca, Avrupa'da çalışan Türk işçileri arasında yabancı bir ülkede, kendi ülkelerinden görüntüleri izleyebildikleri bir araç olarak video yaygınlık kazanmıştır. Yurda kesin dönüş yapan bu insanların getirdikleri video cihazları, diğer bir yayılma nedeni olmuştur.

Bazı yayın organlarının video hakkında yaptıkları reklamlar ile çekilişlerde video verilmesi biçimindeki uygulamalar diğer bir yayılma nedenini oluşturmaktadır.

Video yaygınlık kazandıktan sonra, daha önce oluşturulmuş kitle kültürü yapısına uygun olarak kitleler üzerinde etkili olmuştur. Örneğin, sinema filmlerinden büyük ölçüde yararlanmıştır. Kısacası kitle kültürünün toplum üzerindeki etkilerini arttırıcı anlamda bir kullanım sürecine girmiştir. Türkiye'de kitle kültürünün oluşması anlamında etkili olmasa da, bu aşamaya gelmesinde önemli bir rol üstlenmiştir.

BÖLÜM IV

ÖZET, YARGI VE ÖNERİLER

ÖZET

İnsanoğlu yaşamını sürdürebilmek için, bir ilişkiler ağına içinde yer almak zorunda kalmıştır ve kalmaktadır. Gelişen bilim ve teknoloji ile birlikte edinilen bilgiler, görgüler ve deneyimler de karmaşıklaşmıştır. Bireyler, edindikleri bilgileri ve deneyimleri gelecek kuşaklara aktarmaya çabalamıştır. Aktarılan bu bilgiler insanoğlunun kültürünü oluşturmaktadır. Bu araştırma kapsamında, video ve kitle kültürü bağlantısının ortaya konması aşamalarında, öncelikle kültürün (kültür kavramının) açıklanmasına yer verilmiştir. Genel olarak bir tanım vermek gerekirse; Kültür, insanın maddi ve manevi üretiminde gerçekleşen, etkin, yaratıcı faaliyettir. Öyle ki, bu faaliyet süreci içinde toplumsal önemde maddi ve manevi değerler yaratılırken, insanın yaratıcı etkinliği de bu değerlerin tümünde kendi nesnelleşmesini bulur.

Toplumsal bir sistemde yaşayan bireyler, üretim süreçlerinin karmaşıklaşması ile, teknolojik gelişmelere bağlı olarak değişen bir yapı içinde kalmışlardır. Bunlara bağlı olarak gelir düzeylerinde eşitsizlik gündeme gelmiş, yaşam biçimlerindeki farklılıklar, değişik kültür tiplerinin doğmasına neden olmuştur. Bu kültür tiplerinden birisi de kitle kültürüdür. Kitle kültürü, kitle toplumu içinde yeşermiş ve kitle iletişim araçları tarafından beslenmiştir. Kitle kültürünün en belirgin özellikleri, endüstrileşme ile birlikte ortaya çıkması ve kar amacı taşımasıdır. Kitle kültürü, hem kitle üretimi, hem de kitle tüketimidir.

Yirminci yüzyılda kitle kültürünü besleyen en önemli kitle iletişim aracı televizyon olmuş, onu video izlemiştir. Kitlelerin bu kitle iletişim araçlarından etkilenmelerinin en önemli nedeni, bu araçların hem görsel, hem de işitsel olmalarıdır.

Kitle kültürü, Türk toplumunu da egemenliği altına almıştır. Maddi koşullar nedeniyle köylerden kentlere göç ve göçeden insanların olumsuz koşullar altında yaşamaları, kent koşullarına uyum sağlayamamaları yeni bir kültür oluşumunu gündeme getirmiştir. Yazılı kültür aşamasından geçmemiş bir toplum olan Türk toplumu, aniden görsel bir kültürle karşı karşıya kalmıştır. Televizyonun verdiği her şeyi almaya, tüketmeye başlamış, yani kitle kültürü amacına ulaşmıştır. Video, yeni bir kitle iletişim aracı olarak varolan bu kitle kültürü ortamına katılmıştır. Teknik özellikleri gereği, istenen türden ya da içerikte programların, filmle- rin izlenebilmesi, izleme zamanındaki özgürlük, kitle kültürünün bu kitle iletişim aracını da bünyesinde barındırmasına engel olamamıştır. Bunun yanı sıra bireyler, böyle bir ortamda özgürleştiklerini sanmakta, sonuçta yine kitle kültürü ürünlerini izlemekte ve etkilenmektedirler. Ayrıca televizyon yayınları konusunda pek alternatifli olmayan Türk toplumu, videoyu daha yoğun bir biçimde kullanma yoluna gitmiştir. Bu durum, 1980'li yıllardan başlayarak bir video furçasının doğmasına neden olmuştur. Bir çok video şirketi ve binlerce video kaset bayii ortaya çıkmıştır. Bu furçada Avrupa'da çalışan Türk işçilerinin payları da azımsanmayacak boyutlardadır.

YARGI

Türkiye'de kitle kültürü görünümleri olan sinema, TV, dil, tiyatro, basın ile yeni bir araç olan videonun ilişkisinin boyutlarının neler olduğu, inceleme sonucunda ortaya çıkmıştır. Video, Türkiye'de kitle kültürünün bugünkü duruma gelmesinde hiç de azımsanmayacak bir rol üstlenmiştir. Kitle kültürü bağlamında salt bir eğlence aracı olarak kullanılmıştır. Türk toplumunda daha önceden oluşmuş kitle kültürü ortamına katılmış, sahip olduğu özelliklere karşın, film izlemek vb. gibi amaçlar doğrultusunda kullanılmıştır.

ÖNERİLER

Videonun sahip olduğu teknik özelliklerden dolayı, bireyler için bir özgürlükten söz edilebilir. Ya da ünlü yönetmen Waıda'nın ifadesiyle "Video bir özgürlük biçimi olabilir." ABD'de TV yazarı olarak çalışan Dona Olsen, "Çocukken ben ekranın esiriydim, ama şimdi o, ben ne zaman, ne istersem onu yapıyor." demesine karşın izleyiciler belirli bir yönde yoğunlaşmış video kasetlerle sınırlıdır. Gerektiğinde eğitim amacıyla da kullanılması gereken kitle iletişim araçları ve özelde video, bu amaç dışında tümüyle eğlenceye yönelik olarak kullanılmaktadır.(1) Yani, kitle iletişim araçları ve videonun iletişim sistemleri tek yönlü ya da dikey bir yapıda olup, bireyler sadece birer tüketici durumundadır. Aslında, video yatay iletişim (community communication)(2) yapısına sahip olmalı, yani toplum yararına kullanılmalıdır. Bireyler istedikleri zaman bilgi almak, eğlenmek amacıyla video cihazını kullanma yoluna gâdebilmelidir. Berrigan'a göre böyle bir ortamda video (ya da kitle iletişim araçları) toplumu ifade etmekten çok, toplumun kendini ifade etmesine çalışmaktadır.(3) Yatay iletişim çalışmaları bazı ülkelerde uygulanmış, oldukça başarılı sonuçlar alınmıştır.

Yatay iletişim çalışma örnekleri incelendiğinde,

¹ Metin Kazancı, "Kitle İletişim Olayı ile Yığınların İdeolojik Yönlendirilmesi ve İki Örnek Üzerine Tartışmalar", SBF, B.Y.Y.O. Yıllığı, Ankara, 1981, s.436.

² Josiane Jouët yatay iletişimin içinde bulunan kavramı şöyle açıklamaktadır: 1. Eğilim (access): İletişim araçlarının toplumun kendini dile getirmesi, 2. Katılım (participation): Toplumdaki kişi, grup ve sınıfların en yüksek düzeyde iletişim sistemleri içinde yer alması, 3. Kendini yönetim (self-management): Araç ve sistemlerin politikalarını geliştirme, karar alma ve planlar yapma aşamasıdır. (Peter Lewis, Media For People In Cities: Community Media in the Urban Context, UNESCO, Paris, 1984, s.1-2.)

³ Frances J. Berrigan, Community Communication: The Role of Community Media in Development, UNESCO, Paris, 1979, s.8.

Türkiye için de son derece yararlı olabilecek sonuçlar elde edilmiştir. Bu sonuçlara göre; kişilerin aidiyet ve grup oluşturma gereksinimleri, kendi iletilerini kendilerinin üretmesi ve yayması, çıkar zümrelerinin ve devlet politikalarının yürüttüğü tek yönlü iletişimin ortadan kaldırılması, özellikle kırsal bölge sorunlarına çözüm önerileri getirilmesi, bireylerin kendilerini çevrelerindeki olay ya da kişilerle karşılaştırma olanağı bulmaları, sorunların çözümü için yetkilerle doğrudan ilişkiye geçme olanağı gibi toplumların kendilerini dile getirebildikleri bir iletişim sistemi oluşturulduğu görülmüştür.(4) Böyle bir iletişim sisteminin Türkiye 'de video yoluyla gerçekleştirilmesi, toplumsal gelişimde çok etkili olacaktır.

Bunların dışında video teknik özelliklerinin uygun olması nedeniyle özellikle eğitim alanında kullanılması gereken bir cihazdır.

- Öncelikle görsel ve işitsel bir kitle iletişim aracı olması nedeniyle, farklı kültürden insanları görmemizi, tanımamızı sağlayarak, eğitimin evrenselleştirilmesini konu alan programlar yoluyla iletişim sağlamakta kullanılabilir.

- Ses ve görüntüler (örneğin dil derslerinde) yavaşlatılmış hareket, seçmeler, çözümsel (kimya ve fizik derslerinde) ve dramatiksel öğeleri içeren sunuluş biçimleri ile eğitim alanında kullanılabilir.

- Videonun yer aldığı böyle bir ortamda öğrenci ve öğretmenler bağımsızdır. Film izleme odası gibi özel bir yere gerek yoktur. İstenilen yerde durularak özetleme yapma, bazı konularda yeniden izleme yapabilme olanakları söz konusudur.

- Eğitim çalışmalarını kapsamında, video çeşitli konular üzerinde grup çalışmalarına yardımcı olarak kullanılabilir. Bu amaçla hazırlanan programlar, yayın için

⁴ Peter Lewis, Media for People in Cities: Community Media in the Urban Context, UNBSCO, Paris, 1984, s.2.

hazırlananlardan farklıdır. Tartışma grupları, programın bir parçası durumundadır. Bu programlarda, sunulan çözüm önerileri yanında, genelde tam anlamıyla cevaplandırılmamış sorular, hakkında grubun sorunlara bakışları, grup üyelerinin görüş alışverişleri de yer almaktadır.

İsveç'de yaşayan göçmenlere, ülkelerinden haberleri içeren ve İsveç yaşam pratiğini kazandırmayı amaçlayan programlar hazırlanarak, grupların bu video programları izlemeleri sağlanmıştır. Bu gruplar video teknolojisinin sağladığı kolaylıklar vasıtasıyla, programı durdurarak, yeniden izleyerek çalışma tempolarını ayarlama olanağını elde etmişlerdir.(5)

Sonuç olarak video'nun eğitim amacıyla kullanılmasına ilişkin şu örnekler verilebilir:

- Herhangi bir teknik konunun (örneğin otomobil rotu ile ilgili bir eğitim programında) açıklanması, bir makinanın işleyişinin öğretilmesi gibi konularda,
- TV programlarının kaydı, içerik çözümlemesinde, konular, adresler, biçimsel düzenlemeler ve yapımlarının kaydı konularında,
- Orta öğrenimde ya da yetişkinlere yabancı dil öğretiminde, dil becerisi geliştirme durumlarında,
- Kayıt bürolarında, belirgin örneklerin belgelenmesinde,
- Eğitici olarak bireylerin becerilerini geliştirme konularında.(6)

⁵ Margareta Ingelstam, "Öğretme Sürecinde Videogramlar" İngilizce'den Çev: U.Demiray, Whither Video, Communal Commodity or Public Property, 1977, s.38-45.

⁶ Alex Diel, "Bir Eğitim Teknolojisi Aracı Olarak Video", Çev.:U.Demiray, (Editör:Cengiz Tekin) Çağdas Bir Eğitim ve İletişim Aracı Video Araştırma Kuram-Uygulama İçerisinde, And.Ün. Eğ. Tek. ve Yay. Eğt. Vakfı, Eğt. Araş. ve Bilimsel Yay. Diz.: No:004, Eskişehir, 1988, s.7.

Böylece, video'nun yer aldığı, iletişim ortamının özelliklerinden dolayı, bu tür bir öğretim yöntemi kişiyi çalışma baskısından uzak, kendini öğrenmeye hazır hissettiği ya da eksik olduğunu bildiği konulara tekrar geri dönme sorumluluğunu da kazandırmaktadır.

Tüm bunlardan başka, video eğlence amacıyla kullanıldığında da, filmlerin ya da programların gerek estetik, gerek kültürel anlamda düzeyli olması, kültürel gelişme bağlamında çok önemlidir.

KAYNAKÇA

- Abadan, Nermin. "Kitle Haberleşme Vasıtaları", SBF Dergisi, Cilt:XV, Sayı: 1- Ankara, 1960.
- Adorne, Theodor, W. "TV and the Patterns of Mass Culture", Mass Culture, Edited by. Rosenberg White The Free Press of Glencoe, USA, 1964.
- Akmaral, Kemal. Türkiye'de Video Olayı, İstanbul, 1984.
- Alguadis, Jak. "Hepimiz Gericiyiz" Cumhuriyet, 24 Haziran 1987.
- And, Metin - Şenlik, Ergun - Canak, Erkan. Kültürel Etkinlikler ve Büyük Kuruluşlar, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, No:229, Ankara.
- Anders, Gunther. "The Phantom World of TV", Mass Culture, Edited by: Rosenberg White, The Free Press of Glencoe, USA, 1964.
- Appelbaum, Richard. Toplumsal Değişim Kuramları, Çev:Alkan, T. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, No:284, Ankara.
- Aziz, Aysel. Toplumsallaşma ve Kitleleşme İletişim, A.Ü. BYYO Yay:2, Ankara, 1982.
- Aziz, Aysel. - Şenyapılı, Önder - Gürel, İnci. TV'un Türk Toplumuna Etkileri, Karacan Armağanı Yarışması, 1976, Milliyet Yayınları, İstanbul, 1977.
- Barkan, Murat - Bayraktar, Ayşe - Candemir, Abdülkadir - Demiray, Uğur - Kırmızı, Nazlı - Ulutak, Nazmi. Yeni Bir Kitle İletişim Aracı Olarak Videonun Türk Toplumunda İnsan Hakları Açısından İncelenmesi, Eskişehir, 1985 (Avrupa Konseyi İnsan Hakları Komisyonu İçin Hazırlanan Basılmamış Araştırma)
- Barkan, Murat. "Videocu Kimdir", İş Dünyası, Sayı:55, İstanbul, 1984.
- Barnett, H.G. Innovations: The Basis of Cultural Change, (NY: MC Graw-Hill, 1953).
- Batmaz, Veysel, "Popüler Kültür Üzerine Değişik Kuramsal Yaklaşımlar", İletişim, Sayı:1, Ankara, 1981.
- Beards, P.H. - Robinson, J.F. "Using Videotape", Media Manual, Focal Press, England, 1981.
- Benjamin, Walter. Estetize Edilmiş Yaşam, Çev: Oskay, Ü. Dost Kitabevi, Ankara, 1982.
- Berberoğlu, Enis. "Almanya'da Türkçe Radyo Savaşı", Cumhuriyet, 18 Nisan 1988.
- Bernard, Russell, Pertti (Eds). Technology and Social Change, (N.Y. Mac Millan 1972)

- Berrigan, J.Frances. A Manual On Mass Media In Population and Development, UNESCO, Paris, 1977.
- _____ . Community Communications: The Role of Community Media in Development, UNESCO, Paris, 1979.
- Beskisiz, Faruk. "Video Kasetleri Zamlanacak" Cumhuriyet, 28 Ağustos 1987.
- Cemal, A. "Kültür Politikaları ve Kültür Bunalmaları", Düşün, Ekim 1984.
- Cote, Kevin. "Youth, The New Post - Materialists, Focus, November, 1985.
- Cumhuriyet Gazetesi. 19 Ocak 1982.
- Cumhuriyet Gazetesi. 10 Şubat 1984 ("Video Kanunu Hazırlanıyor" başlıklı haber)
- Cumhuriyet Gazetesi. 6 Mart 1986 (Andrej Wajda ile yapılan Söyleşi)
- Cumhuriyet Gazetesi. 29 Ağustos 1987 ("Uydu TV'de Devler Savaşıyor" başlıklı haber)
- Cumhuriyet Gazetesi. 7 Şubat 1987 ("Üç Dakikada Naklen Tarih" başlıklı haber)
- Cumhuriyet Gazetesi. 18 Eylül 1987 ("Amerikan Film Şirketlerinin Türk Video Piyasasına Girişi" konusunda haber)
- Cumhuriyet Gazetesi. VIDEO Eki, Ağustos 1983.
- Çalışlar, Aziz. Ansiklopedik Kültür Sözlüğü, Altın Kitaplar Yayınevi, İstanbul, 1983.
- _____ . Günümüzde Sanatsal Kültür ve Estetik, Cem Yayınevi, İstanbul, 1983.
- Çeçen, Anıl. Kültür ve Politika, Hil Yayın, İstanbul, 1984.
- _____ . "Türkiye'de Kültür ve Sanat", Yazko Kültür, Ortak Kitap, İstanbul, 5 Ağustos 1984.
- Dağdeviren, Emre. "Renkli TV ve Video Kaydedici Standartları", Film Market, Nisan 1983.
- Diel, Alex. "Bir Eğitim Teknolojisi Aracı Olarak Video", Çev:Demiray,U.,(Editör Cengiz Tekin) Çağdaş Bir Eğitim Aracı Video Araştırma Kuram-Uygulama İçerisinde, And.Un.Eğ.Tek.ve Yay.Eğit.Vakfı Eğt. Araş.ve Bilimsel Yay.Diz.:No:004, Eskişehir, 1988.
- Eksiöglü, Kani. Basın ve Devrim Yasaları, Yasa Yayınları, İstanbul, 1979.
- Erandas, Bülent. "Video Kasetleri Fişleniyor", Hürriyet, 8 Ekim 1984.

Fikir ve Sanat Eserleri Hakkında Kanun, Tüzük, Yönetmelik ve Milletlerarası Sözleşmeler, Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayını, Ankara, 1987.

Film Market, Kasım, 1983 ("FSEK Boşlukları Doldurulabilir mi?" ve "Almanya Bölgesi" başlıklı yazılar.)

Film Market, Kasım, 1984 ("Hükümet Video Olayına El Attı" başlıklı yazı.)

Focus, October, 1985 ("Innovators" adlı yazı.)

Focus, February, 1986.

Focus, April, 1987.

Fuat, Mehmet. "Kitle Kültürü", Sanat Adam, Haziran 1986, Sayı:7.

Golding, Peter - Murdock, Graham. "Theories of Communication and Theories of Society", Communication Research, Vol.5, N.3, July, 1978.

_____ . The Mass Media, Longman Group Ltd., USA, 1974.

Gündüz, Altay. "Kitle İletişim Araçları Üzerine", Cumhuriyet, 9 Şubat 1988.

Güvenç, Bozkurt. "Kültür Sorunumuz", Cumhuriyet, 2 Ekim 1986.

Haag, Van Den, Ernest. "Of Despair and of Despair We Have No Measure", Mass Culture, Edited by: Rosenberg, White, The Free Press of Glencoe, USA, 1964.

Hall, Edward. The Silent Language, Anchor Press, New York, 1973.

Hançerlioğlu, Orhan. Felsefe Sözlüğü, (2.Baskı), Remzi Kitabevi, İstanbul, 1970.

Horkheimer, Max. Akıl Tutulması, Çev: Koçak, O. Metis Yayınları, İstanbul, 1986.

Howe, Irwings. "Notes on Mass Culture", Mass Culture, Edited by: Rosenberg, White, The Free Press Glencoe, USA, 1964.

Huizinga, Johan. Home Ludens: a Study of the Play Element in Culture, Ing.Çev: Steiner, G.,(London: Paladin, 1971)

Hürriyet Gazetesi. 22.2.1984.

İngelstam, Margareta. "Öğretme Sürecinde Videogramlar", Çev:Demiray U., (Editör Cengiz Tekin) Çağdaş Bir Eğitim Aracı Video Araştırma Kuram-Uygulama İçerisinde, And.Un.Eğ.Tek.ve Yay.Eğit.Vakfı Eğt. Araş.ve Bilimsel Yay.Diz.:No:004, Eskişehir, 1988.

İpşiroğlu, Zehra, "Friedrich Dürrenmatt ve Tiyatrosu", Gösteri, Haziran, 1987, Sayı:79.

İstanbulu, Kürsat. "Arenada Kimler Var?", Video-Sinema, Mayıs 1984.

- Kahraman, Hasan. "Türk Sineması ve Popüler Kültür", Sanat Olayı, Haziran, 1985, Sayı:37.
- Kavur, Ömer. "Video Sinemanın Yerini Alamayacaktır ", Gösteri, Eylül 1984.
- Kazancı, Metin. "Kitle İletişim Olayı ve Yiğınların İdeolojik Yönlendirilmesi ve İki Örnek Üzerine Tartışmalar", SBF B.Y.Y.O. Yıllığı, Ankara, 1981.
- Kilpatrick, D. - Proudfoot, D.S. Video Production Techniques, Kluwer Publishing, London, 1980.
- Kili, Suna. Prof.Dr. "Yaklaşmanın Sonu", Cumhuriyet, 2 Nisan 1987.
- Klapper, T.Joseph. The Effects of Mass Communication, (N.Y: Free Press of Glencoe, 1963)
- Kongar, Emre. Demokrasi ve Kültür, Hil yayınları, İstanbul, 1983.
- _____. "Özgürleşmek mi? Arabeskleşme mi?", Gösteri, Eylül 1984.
- _____. Toplumsal Değişme, Remzi Kitabevi, İstanbul, 1981.
- _____. "Videonun Toplumsal İşlevi", Milliyet Sanat, İstanbul, Kasım 1984.
- Köseoğlu, İlhan. "İnsan Sarrafı Videocu", Güneş, 17 Ekim 1986.
- Kreilling, Albert. "Toward a Cultural Studies Approach for the Sociology of Popular Culture", Communication Research, Vol.5, N.3, July 1978.
- La Chenbruch, D. - Scheuer, S.H. "Master Control from the Bedroom to Space", The TV Annual 1978-79, First Collier Books, USA, 1979.
- Lamonde, Yvan. "Mass Media and Culture", The Journal of Popular Culture, Autumn, 1975.
- Lang, Kurt. "Mass Appeal and Minority Tastes", Mass Culture, Edited by: Rosenberg, White, The Free Press of Glencoe, USA, 1964.
- Lazarsfeld, Paul - Merton, R.K. "Mass Communication, Popular Taste and Organized Social Action", Mass Culture, Edited by: Rosenberg, White, The Free Press of Glencoe, USA, 1964.
- Leed, Eric, "Communications Revolutions and the Enactment of Culture", Communication Research, Vol.5, N.3, July 1978.
- Lerner, Daniel. "Çağdaşlaşma Sürecinde İletişimin İşlevi", Çev: Avcı, N. ETİA-TÜEF Dergisi, Sayı:3, Ekim 1980.

- Malinowski, Bronislaw. A Scientific Theory of Culture, (N.Y: Oxford Uni. Press, 1964)
- Marcuse, Herbert. Tek Boyutlu İnsan, Çev: Timuçin, A., Tunçdoğan, T., May Yayınları, İstanbul, 1975.
- Mc Quail, Dennis. Communication, 2nd edition, Longman Inc., N.Y, 1984.
- Meyerson, Rolf. "The Sociology of Popular Culture" (Looking Backwards and Forwards), Communication Research, Vol.5, No:3, July 1978.
- Mills, Wright. İktidar Seckinleri, Çev: Oskay, Ünsal. Bilgi Yayınevi, Ankara, 1974.
- Moles, Abraham. Kültürün Toplumsal Dinamiği, Çev: Bilgin, N. E.Ü. İkt. Fak. Yay.:21, İzmir 1983.
- Newsweek, August, 1984. ("The Video Revolution" adlı yazı)
- Ogan, Christine. "Cultural Imperialism by Invitation", Media Development, 1/1985.
- _____. "Media Diversity and Communications Policy, Impact of VCR's and satellite TV", Telecommunications Policy, March, 1985.
- Oskay, Ünsal. Çağdaş Fantazya, Ayko Yay.:5, İstanbul, 1982.
- _____. "Kitle İletişimi Açısından Toplumsal Egemenlik ve Kültürel Donanımları", EİTİA-TÖEF Dergisi, Sayı:3, Ekim 1980.
- _____. Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri, A.Ü. SBF. Yay.:495, Ankara, 1982.
- _____. "Popüler Kültür Açısından İdeoloji Kavramı", A.Ü. SBF. Dergisi, Cilt:XXXV, Sayı:1-4, Ocak-Aralık 1980.
- _____. Toplumsal Gelişmede Radyo ve Televizyon, A.Ü. SBF Yay.:410, Ankara, 1978.
- Özkök, Ertuğrul. Sanat, İletişim ve İktidar, Tan Yayınları, Ankara, 1982.
- _____. "Taşrayı Aşmak", Oluşum, Sayı:3/45, Ocak 1978.
- _____. Kitlelerin Çözülüşü, Tan Yayınları, İstanbul, 1985.
- Özön, Nijat. Sinema ve Televizyon Terimleri Sözlüğü, T.D.K. Yayını, Ankara, 1981.
- Öztürk, Tanju. "Video Tüketim midir?", Milliyet Sanat, Sayı:83/1, Kasım 1983.
- Park, Robert. "Reflections and Communication and Culture", The American Journal of Sociology, XLIV September, 1938.

- Rabassiere, Henri. "In Defense of Television", Mass Culture, Edited by: Rosenberg, White, The Free of Glencoe, USA, 1964.
- Resmi Gazete, Sayı:18210, 1983.
- Russel, Bertrand, Dora. Endüstri Toplumunun Geleceği, Çev:Ölçer, Melih, Bilgi Yay. Ankara, 1979.
- Sarol, Demir. "Video Konusunda Bugüne Nasıl Gelindi?", Milliyet Sanat, Sayı: 83/1, Kasım 1983.
- Scognamillo, Giovanni. "Korsan Kasetçilik", Film Market, Sayı:8, Mayıs 1983.
- Selimoğlu, Zeyyat, "Düşgücüne Tanınan Olanak", Cumhuriyet, 30 Ağustos 1987.
- Sorokin, Pitirim. Bir Bunalım Çağında Toplum Felsefeleri, Çev: Tuncay, M., Bilgi Yayınevi, Ankara, 1972.
- Taner, Haldun, "TV Denen Şu Işıklı Pencere", Milliyet, 11 Ağustos 1974.
- Toffler, Alvin, Sok, Çev:Sargut, S. Altın Kitaplar Yayınevi, İstanbul 1981.
- _____. Üçüncü Dalga, Çev: Seden, Ali, Altın Kitaplar Yayınevi, İstanbul, 1981.
- Turner, E. "Kültürel Değişmenin Merkezi Olarak Endüstri Kenti", Çev:Bozok, Ş. TÖEF Dergisi, EİTİA Yayını, No:217/141, Ekim 1979.
- Uğur, Necdet. "Çağ Atlama Sorunu", Sanat Dergisi, Sayı: 187, Mart 1988.
- Video-TV. Sayı:19, Ekim 1984.
- Video-TV. Sayı:22, 1984.
- Williams, Raymond. "Cultural Interpretation and Mass Communication", Communication Research, Vol.4, N.3, July 1977.
- Williams, Roger. "Genel İletişim Kavramı ve Modelleri", Çev.:Ergüden, A. TÖEF Dergisi, EİTİA Yay.:217/141, Ekim, 1979.
- Yaşın, Mehmet. "Afrika'nın Boynuzunda", Cumhuriyet, 24 Aralık 1985.
- Youngblood, Gene. Expanded Cinema, E.P. Dutton and Co. Inc., N.Y., 1970.
- Yüksel, Haluk.- Demiray, Uğur. Basının Toplumsal İletişimdeki İşlevleri, Anadolu Üniversitesi, Eğitim Teknolojisi ve Yaygın Eğitim Vakfı Eğitim Araştırma ve Bilimsel Yayınlar Dizisi No:002, Eskişehir, 1988.

Zerengil, Refik. "Kültürel Yozlaşmanın Ahlakî Boyutu",
Düşün, Ekim 1984.

• Ansiklopediler

Ana Britannica

Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi.

ÖZET

Teknolojik gelişmelere bağlı olarak üretim süreçlerinin karmaşıklaşması, yaşam biçimlerinde de farklılıkları gündeme getirmiştir. Bunun sonucunda değişik kültür tipleri ortaya çıkmıştır. Bu kültür tiplerinden biri olan kitle kültürü, teknolojik gelişmeler ve kitle iletişim araçlarının varlığıyla yakından ilgilidir. Özellikle, sinema, TV, video gibi görsel ve işitsel kitle iletişim araçları kitle kültürünün biçimlenmesinde ve gelişmesinde çok önemli bir role sahiptir.

Kozmopolit bir yapıya sahip olan Türk toplumu'nda da, teknolojik gelişmelere ve kitle iletişim araçlarına bağlı olarak oluşan bir kitle kültüründen söz etmek olasıdır. Türkiye'de varolan kültürel yapının özelliklerine bağlı olarak, kitle iletişim araçlarının kitle kültürü üzerindeki etkileri de yoğun olmaktadır. Bu anlamda, bir kitle iletişim aracı olarak videonun, Türkiye'de kitle kültürü ile olan ilişkisi önem taşımaktadır.

Bu çalışma, söz konusu ilişkinin ortaya konması amacıyla yapılmıştır.

Türkiye'de video ve kitle kültürü arasındaki ilişkinin kapsamlı biçimde açıklanması amacını taşıyan bu çalışma 4 ana bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde; çalışmanın amacı, önemi, problemi, sayımları ve sınırlılıklarına yer verilerek, ilgili terimlerin tanımları yapılmıştır.

İkinci bölümde; kültür kavramının açıklanmasına bağlı olarak kitle kültürü ile popüler kültür kavramları ele alınmıştır. Ayrıca bu bölümün bir alt başlığı olarak çalışmada geçen önemli kaynakların kısaca tanıtıldığı bir ilgili literatüre yer verilmiştir.

Üçüncü bölümde; videonun Türkiye'de kitle kültürü ile ilişkisinin ortaya konması amacıyla önce Türk Kültürü ve kitle kültürüne kısaca değinilmiş, ardından videonun Türk toplumuna girmesini ve yayılmasını hazırlayan etkenler ve Türkiye'de videonun kitle kültürü üzerine yaptığı etkiler, kitle kültürü göstergeleri durumunda

olan sinema, tiyatro, müzik, dil, afiş, giyim gibi olgularla ilişkilendirilerek açıklanmıştır. Bu bölüm bir sonuç altbaşlığıyla verilmiştir.

Dördüncü ve son bölümde; çalışmanın özeti verilerek, varılan yargı ortaya konmuştur. Ayrıca, yine bu bölümde video kullanımının Türk toplumu açısından daha yararlı bir biçime getirilmesi amacıyla yönelik önerilere yer verilmiştir.

Yukarıda sözü edilen bölümlerde özetle şu tema işlenmiştir.

İnsanoğlu yaşamını sürdürebilmek için, bir ilişkiler ağının içinde yer almak zorunda kalmıştır ve kalmaktadır. Gelişen bilim ve teknoloji ile birlikte edinilen bilgiler, görgüler ve deneyimler de karmaşıklaşmıştır. Bireyler, edindikleri bilgileri ve deneyimleri gelecek kuşaklara aktarmaya çabalamıştır. Aktarılan bu bilgiler insanoğlunun kültürünü oluşturmaktadır. Bu araştırma kapsamında, video ve kitle kültürü bağlantısının ortaya konması aşamalarında, öncelikle kültürün (kültür kavramının) açıklanmasına yer verilmiştir. Genel olarak bir tanım vermek gerekirse; Kültür, insanın maddi ve manevi üretiminde gerçekleşen, etkin, yaratıcı faaliyettir. Öyle ki, bu faaliyet süreci içinde toplumsal önemde maddi ve manevi değerler yaratılırken, insanın yaratıcı etkinliği ve bu değerlerin tümünde kendi nesnelleşmesini bulur.

Toplumsal bir sistemde yaşayan bireyler, üretim süreçlerinin karmaşıklaşması ile, teknolojik gelişmelere bağlı olarak değişen bir yapı içinde kalmışlardır. Bunlara bağlı olarak gelir düzeylerinde eşitsizlik gündeme gelmiş, yaşam biçimlerindeki farklılıklar, değişik kültür tiplerinin doğmasına neden olmuştur. Bu kültür tiplerinden birisi de kitle kültürüdür. Kitle kültürü, kitle toplumu içinde yeşermiş ve kitle iletişim araçları tarafından beslenmiştir. Kitle kültürünün en belirgin özellikleri, endüstrileşme ile birlikte ortaya çıkması ve kar amacı taşımasıdır. Kitle kültürü, hem kitle üretimi, hem de kitle tüketimidir.

Eski gelenekler
gelir düzeyleri
kültür tipleri
kitle kültürü

ayrım
kültür
e
am?

Yirminci yüzyılda kitle kültürünü besleyen en önemli kitle iletişim aracı televizyon olmuş, onu video izlemiştir. Kitlelerin bu kitle iletişim araçlarından etkilenmelerinin en önemli nedeni, bu araçların hem görsel, hem de işitsel olmalarıdır.

Kitle kültürü, Türk toplumunu da egemenliği altına almıştır. Maddi koşullar nedeniyle köylerden kentlere göç ve göçeden insanların olumsuz koşullar altında yaşamaları, kent koşullarına uyum sağlayamamaları yeni bir kültür oluşumunu gündeme getirmiştir. Yazılı kültür aşamasından geçmemiş bir toplum olan Türk toplumu, aniden görsel bir kültürle karşı karşıya kalmıştır. Televizyonun verdiği her şeyi almaya, tüketmeye başlamış, yani kitle kültürü amacına ulaşmıştır. Video, yeni bir kitle iletişim aracı olarak varolan bu kitle kültürü ortamına katılmıştır. Teknik özellikleri gereği, istenen türden ya da içerikte programların, filmlerin izlenebilmesi, izleme zamanındaki özgürlük, kitle kültürünün bu kitle iletişim aracını da bünyesinde barındırmasına engel olamamıştır. Bunun yanı sıra bireyler, böyle bir ortamda özgürleştiklerini sanmakta, sonuçta yine kitle kültürü ürünlerini izlemekte ve etkilenmektedirler. Ayrıca televizyon yayınları konusunda pek alternatifi olmayan Türk toplumu, videoyu daha yoğun bir biçimde kullanma yoluna gitmiştir. Bu durum, 1980'li yıllardan başlayarak bir video furçasının doğmasına neden olmuştur. Bir çok video şirketi ve binlerce video kaset bayii ortaya çıkmıştır. Bu furçada Avrupa'da çalışan Türk işçilerinin payları da azımsanmayacak boyutlardadır.

Görsel kültürün bir amacı var mı?

Yazılı kültürün görsel kültürün için ön kosalı mı?

İyi yönde bakılmıyor mu?

RELATIONSHIP OF VIDEO AND MASS CULTURE IN TURKEY

(SUMMARY)

Mankind in order to exist, was, and still is, forced to establish a network of interconnecting relationships. Developing science and technology, and the knowledge and experience which came with them became very complex. Individuals worked to pass on to future generations the knowledge and experience which they had acquired. And it this accumulated knowledge which constitutes the culture of mankind. The scope of this research project is the relationship between video and mass culture, with the first subject to be discussed being the concept of culture. A general description of culture can be given as follows: Culture is the effective and creative activity employed in the material and moral production of mankind.

Individuals living in a social system are faced with increasingly complex production developments and a changing social structure which is tied to technological change. Closely associated with these are differences in income levels which lead to differences in living styles and the development of different cultural types. One of these types of cultural is mass culture. Mass Culture develops in mass society and is fed by mass media. The two most important characteristics of mass culture are the fact it developed with the industrialization process and is based on the profit motive. Mass culture is both mass production and mass consumption.

In the 20th century the most important supporter of mass culture is the television medium. This was followed by video. The effectiveness of these two media is the fact that they are audio-visual.

Mass culture, in spite of the fact that it arrived late to Turkey, has come to a prominent position in Turkish society. In parallel with these developments was the large scale migration of people from villages to cities and the development of a culture unique to themselves in the shanty towns skirting major cities. Turkish society, without first passing through a literary culture, was directly confronted with a visual culture. Everything given by television was accepted and consumed, thus mass culture achieved its goal. Video became a new medium which joined this mass culture. In spite of the fact that the technology of video makes it possible to select any type of programmes to be watched at any time. Video still became part of mass culture. While individuals may think that they have achieved freedom with video, they in fact are watching and being influenced by the products of mass culture. Also, in Turkish society where there are few alternatives to television broadcasts, video became very popular, very quickly and beginning in the early 1980's experienced a period of furious expansion. Thousands of video companies and distributors of rented cassettes were established. This period of rapid expansion was

also heavily influenced by turkish workers in Europe.

in the end, video came to be seen in turkey as merely a medium for entertainment and for filling leisure time. In fact the technology of video makes it an excellent medium for education. Video can be stopped, watched repeatedly and run forward and backward. Most important, video is an audio-visual medium and in education, the importance of visuals is extremely great. For this reason video in turkey should be developed more for educational purposes.