

AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ  
SOYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Azize BAYGAL

KÜLTÜREL KİMLİK BAĞLAMINDA MÜZİK: YILDIZ OLGUSU

Sosyoloji Anabilim Dalı  
Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2010

AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ  
SOYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Azize BAYGAL

KÜLTÜREL KİMLİK BAĞLAMINDA MÜZİK: YILDIZ OLGUSU

Danışman  
Yrd. Doç. Dr. Gönül DEMEZ

Sosyoloji Anabilim Dalı  
Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2010

# İÇİNDEKİLER

<b>ÖZET</b> .....	<b>iii</b>
<b>SUMMARY</b> .....	<b>iv</b>
<b>ÖNSÖZ</b> .....	<b>v</b>
<b>GİRİŞ</b> .....	<b>1</b>
<b>BİRİNCİ BÖLÜM</b> .....	<b>5</b>
<b>1.1. KÜLTÜR</b> .....	<b>5</b>
1.1.1. KAVRAMLAR, TANIMLAR.....	<b>5</b>
1.1.1.1. <i>Kültür Tanımları</i> .....	<b>5</b>
1.1.1.1.1. Popüler Kültür .....	<b>9</b>
1.1.1.1.1.1. Popüler ve Kültür Tanımları.....	<b>9</b>
1.1.1.1.1.2. Popüler Kültür Üzerine Yaklaşımlar .....	<b>14</b>
1.1.1.1.1.3. Türkiye’de Popüler Kültür.....	<b>19</b>
1.1.1.1.2. Kitle Kültürü.....	<b>23</b>
1.1.1.1.3. Popüler Kültür-Kitle Kültürü Ayrımı (mı?) .....	<b>28</b>
<b>1.2. KİMLİK</b> .....	<b>30</b>
1.2.1. TANIMLAR, YAKLAŞIMLAR .....	<b>30</b>
1.2.1.1. <i>Kişisel Kimlik</i> .....	<b>35</b>
1.2.1.2. <i>Kültürel Kimlik</i> .....	<b>38</b>
<b>İKİNCİ BÖLÜM</b> .....	<b>43</b>
<b>2.1. KÜLTÜREL KİMLİK BAĞLAMINDA MÜZİK</b> .....	<b>43</b>
2.1.1. SANAT OLGUSUNA YÖNELİK YAKLAŞIMLAR.....	<b>44</b>
2.1.1.1. <i>Sanatın Amacı ve İşlevi</i> .....	<b>45</b>
2.1.1.2. <i>Sanatta Gerçeklik ve Taklit Sorunu</i> .....	<b>47</b>
2.1.1.3. <i>Sanatta Bozulma (Kitsch) Olgusu</i> .....	<b>47</b>
2.1.1.3.1. Popüler Beğeni.....	<b>47</b>

2.1.1.3.2. Bozulma Olgusu-Kitsch Kavramı.....	49
2.1.2. KÜLTÜREL KİMLİK BAĞLAMINDA MÜZİK.....	50
2.1.2.1. <i>Müzik ve İnsan</i> .....	55
2.1.2.2. <i>Müzik ve Toplum</i> .....	57
2.1.2.3. <i>Müziğin Bireysel, Toplumsal ve Kültürel İşlevleri</i> .....	59
2.1.2.3.1. Müziğin Bireysel Yönden İşlevleri.....	59
2.1.2.3.2. Müziğin Toplumsal Yönden İşlevleri .....	60
2.1.2.3.3. Müziğin Kültürel İşlevleri .....	61
2.1.2.3.4. Müziğin Ekonomik ve Eğitsel İşlevleri.....	61
2.1.2.4. <i>Müzikal İletişim</i> .....	62
2.1.2.5. <i>Popüler Müzik</i> .....	63
<b>ÜÇÜNCÜ BÖLÜM</b> .....	<b>66</b>
<b>3.1. KÜLTÜREL KİMLİĞİN BİR YANSIMASI OLARAK SANATÇILAR VE YILDIZ OLGUSU</b> .....	<b>66</b>
3.1.1. SANATÇI KİMLİĞİ-SANATÇI YETİSİ .....	67
3.1.2. YILDIZ OLGUSU VE İMAJ.....	69
3.1.3. YILDIZ OLGUSUNUN TANIMI VE ÖZELLİKLERİ .....	71
3.1.4. YILDIZLAR VE HAYRAN KİTLELERİ .....	75
<b>SONUÇ VE ÖNERİLER</b> .....	<b>81</b>
<b>KAYNAKÇA</b> .....	<b>87</b>
<b>ÖZGEÇMİŞ</b> .....	<b>93</b>

## ÖZET

Önemli bir iletişim aracı olan sanat ve buna bağlı olarak müzik, insan yaşantısı ile bütünleşen, toplumsal değer ve ideallerin belirlenmesinde, hayata geçirilmesinde önemli bir faktördür. Müzik, yaşam tarzının bir ifadesidir. Sosyo-kültürel bir olgu olarak müzik, gündelik yaşamda eğlence aracı olarak kullanılmasına rağmen önemli fonksiyonları vardır. Müzik bizim için vazgeçilmez bir öge olmasının yanında kimliğimizi, kültürümüzü ifade eden simgeler ve davranış biçimlerini bünyesinde barındırır. Bu açıdan toplumların meydana getirdikleri müziklerin incelenmesi, onların nasıl yaşadıkları hakkında bilgi sahibi olmamıza yardımcı olmaktadır.

Müzik olgusu dört yapıcı ögeden oluşmaktadır. Birincisi müzik yapıtı, ikincisi onu yaratan sanatçı, üçüncüsü alımlayan kitle ve sonuncusu da yapıt ile kitle arasındaki iletişimidir. Dolayısıyla müzik yapıtlarını ortaya koyan ve topluma ulaştıran sanatçılar da bu noktada önem kazanmaktadır. Bu sanatçılar da toplumun bir yansıması olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla genel anlamda sanat ve sanatçılar toplumsal yapının en önemli göstergeleridir diyebiliriz.

Bu noktadan yola çıkarak ele aldığımız “Kültürel Kimlik Bağlamında Müzik: Yıldız Olgusu” başlıklı tez çalışmamızda literatür taraması yöntemi kullanılmıştır. Müziğin ve müzik yapıtlarını meydana getirip topluma sunan sanatçıların toplumun birer yansımaları ve toplumun sosyal ve kültürel bir göstergesi olduğu, kültürel birer kimlik aracı olarak toplumda işlev gördüğü ve gerek müzik gerek de yıldız olgusunun toplumdan bağımsız bir şekilde düşünülemeyeceği gözler önüne serilmeye çalışılmıştır.

# **MUSIC IN THE CONTEXT OF CULTURAL IDENTITY: PHENOMENON OF STARSHIP**

## **SUMMARY**

Art, and related to it; music, is an important communication instrument in integration with human life, in determination of social values and goals, and in the process of these values and goals to be carried out. Music is an expression of lifestyle. As a socio-cultural matter, music has important functions though used as a way of pleasure in daily life. Besides being an indispensable subject for us, music consists of symbols and behaviour patterns which indicates our culture. In this respect, the study of music that societies compose will help us in getting knowledge about how they live.

Music consists of four main subjects: work of art, the composer, the target audience, and the communication between the audience and the product. Therefore, the composers who produce the music and conveys it to the audience gain importance. Also, these artists are seen a kind of reflection of the society. Therefore, in general we can infer that art and artists are important demonstrations of the societies.

To sum up, in our study called “Music in the context of Cultural Identity: Phenomenon of Starship” literature review method has been used. This paper has done a research to demonstrate that music and artists are individually reflections of societies, demonstrations of socio-cultur, instruments of cultural identity and both music and the phenomenon of starship are indispensable parts of societies.

## ÖNSÖZ

Kültürel kimlik bağlamında müzik ve yıldız olgusu konusu, bugüne kadar üzerinde çok fazla sosyolojik bir çalışma yapılmamış ve kaynak sorunu olan bir konudur. Böyle bir konuda çalışmaya karar verdiğim andan itibaren engin bilgileri ve deneyimleriyle bana yol gösteren çok değerli hocam, tez danışmanım Yrd. Doç. Dr. Gönül DEMEZ başta olmak üzere diğer tüm hocalarıma, çalışma arkadaşlarıma, çok değerli dostlarıma, maddi ve manevi bir şekilde her zaman yanımda olarak sevgileri, saygıları ve güvenleriyle her başarımda payı olan sevgili aileme sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum.

Azize BAYGAL

# GİRİŞ

Müzik, sosyo-kültürel bir olgudur. Gündelik yaşamda eğlence aracı olarak kullanılmasına rağmen önemli fonksiyonları vardır. Müzik bizim için vazgeçilmez bir öğe olmasının yanında kimliğimizi, kültürümüzü ifade eden simgeler ve davranış biçimini bünyesinde barındırır.

Müziği incelemek, herhangi bir şeyi incelemekten farklı düşünülmemelidir. Bilindiği gibi inceleme için “ne, nasıl ve neden” soruları bize yol gösterici özellik taşır. Müzik olgusunu bu sorulara yanıt arayarak ele almak bilimsel müzik incelemesinin başlangıcını oluşturur. Müzik yapmak ve müziği incelemek iki ayrı eylemdir. Müzik yapmak; müzik icra etmek, çalmak, söylemek, bestelemek anlamına gelir. Müziği incelemek; müzik adına kuramsal, yönleme dayalı inceleme yapmaktır.

Müziği araştırmak; toplumu incelemek, kültürü kodlamak, kavramlaştırmak müzik üzerine söylem kurmak demektir. Müzik üzerine söylem; sanatçı, müzisyen ve müzik sanatçısı kavramlarını içerirken aynı zamanda da müzikal kimliği irdelemek anlamını taşır.

Müziği incelemek ve araştırmak Türkiye’de yeni bir disiplin gibi düşünülse de Avrupa’da 19. yüzyıldan itibaren çalışmalar ile kendini ortaya koymuştur. Antropolojinin kuramsal katkısı; müziğe göreceli bakmayı, etnosantrizmi reddetmeyi, ön koşul olarak kültürü incelemeyi dayatmış ve böylece müziğin kültür-bağımlı anlamlandırması kabul görmeye başlamıştır. Müziğin kültür içinde incelenme ve araştırılması yeni değildir. Fakat müziğin kuramsal bir çerçeve içinde, belirli bir bakış açısından ve nedensellikte ele alınması, yani bilimsel yöntemle incelenmesi on dokuzuncu yüzyılla birlikte olmuştur.

Müzik toplumsal yaşamın varlığına, onun doğurduğu toplumsal imgelere dayandığına göre toplumsal yaşama paralel bir gidiş göstermek durumundadır. Buna göre toplumda meydana gelen çeşitli dalgalanmalar müzik üzerinde de kendini göstermektedir. Konfiçyüs’ün şu sözlerinde de bunun ifadesini bulmak mümkündür: “Bir toplumda müzik bozulmuşsa o toplumda pek çok şey de bozulmuş demektir.”



Her toplum yavaş ya da hızlı, olumlu ya da olumsuz yönde bir takım değişimlere uğrar. Bu değişimde her toplumun kendi iç dinamikleri hem de diğer kültür ve toplumlarla etkileşimi belirleyici olur. Tüm bunlar gerçekleşirken, toplumu oluşturan bireyler benimsedikleri ya da benimseyemedikleri bir çok yeni kavramla tanışır. Yıldız olgusu da modern ve kapitalist toplumsal yapının ürettiği olgulardan biridir. Yıldız, toplumun gereksinimleri ve beklentileri doğrultusunda üretilen ve toplumu oluşturan bireylerce tüketilen bir nesne olarak ortaya çıkar. Yıldızın en çok varlık gösterdiği alanlar olan sinema, televizyon ve müzik temelde kapitalizmle birlikte sektörleşmiştir. Yapılan büyük yatırımlar, gelişen endüstriyel donanım ve atılımlar, tektipleşen sistem yıldızın da meta olarak sunulmasına neden olmuştur. Toplumun belli gereksinimlerini karşılayan yapı nedeniyle, toplumu yıldızdan, yıldızı toplumdan bağımsız düşünmek olanaksızdır. Alexandre Walker, yıldızın toplumun gereksinimlerinin, dürtülerinin ve düşlerinin doğrudan ya da dolaylı yansıtıcısı olarak ortaya çıktığını ve bir çeşit ayna özelliğini gösterdiğini ileri sürmektedir. Durnat'a göre ise yıldız, içinde bulunduğu toplumdaki etkinliklerin ve o toplumun kendi imgesinin yansımasıdır. Ona göre bir ulusun toplumsal tarihinin ancak o toplumun yıldızları ile yazılabileceğini belirtir. Dolayısıyla, yıldızla izleyici kitle arasında yoğun bir etkileşim bulunmaktadır ve yıldız, toplumun beklentilerini karşıladığı sürece yıldızlığını güvence altına almış olur.

Modernleşmenin de etkisiyle çeşitlenmeye başlayan kitle iletişim araçlarıyla birlikte, adı daha çok anılan, hayranlık duyulan sanatçılar, yıldızlar gündeme yerleşmiştir. Tüm dünyada olduğu gibi modernleşme sürecini yaşamakta olan Türk toplumu da bazı isimleri yıldızlaştırmış ve bu isimleri yüceltmıştır. Yıldız olarak tanımlanan kişiler toplum tarafından tüketilmekte, haklarındaki her türlü bilgiye erişilmek istenmektedir. Gerek magazin dergileri gerek de televizyon ekranlarında yayınlanan magazin programları, onlarla ilgili her türlü bilgiyi hayran kitlelerine ulaştırmayı hedeflemektedir. Bu tarz gelişmeler modernleşen tüm toplumlarda gözlenmektedir ve olağandır.

Günlük yaşamın rutin akışı içinde sıkılan bireyler kimi zaman bu rutinlikten ve yaşam şartlarının getirdiği stres ve gerilimlerden kurtulmak isterler. Bu aşamalarda yıldızlar kimi bireylerin yardımına yetişmektedir. Yıldızların televizyon ekranındaki imgeleri, gazete ve dergilerdeki fotoğrafları genel olarak bir çok bireyin dikkatini çekmektedir. Çünkü hayranı olunan yıldızlar da bir zamanlar toplumun diğer bireyleri gibi olan, aynı toplumdan çıkmış ve hep özlenen bir hayata sahip olmuş kişilerdir. Onları izlemek, onların parlak yaşamına tanıklık etmek, hatta yaşamlarına dahil olma duygusunu yaşamak bireyleri mutlu eder.

Zaman zaman onlar gibi olmak istenir, onların gözlerine, sesine ya da bütünüyle dış görünüşlerine hayran olunur. Hayran olunan yıldızın CD'lerini almak, şarkılarını ezberlemek, giydikleri kıyafetlerin benzerlerini giymek, bireylerin kendilerini yıldıza yaklaştırdığını düşündürür. Yıldızlar hayranlarını tanımaya da hayranları onları tanır ve özel yaşamlarına olabildiğince tanıklık etmeye çalışırlar. Ancak, çoğu zaman bireylerin bu istekleri yıldızların onlara göstermek istedikleriyle sınırlı kalır. Gökyüzündeki yıldızlar gibi, orada oldukları bilinir, görünür ama ulaşılmazlar. Onlar erişilmez fakat bir o kadar da yakındırlar. Medya bireyleri yıldızlara yaklaştırır. Bireyler adına onları gazeteler ve adeta bireylerin gözleri, kulakları olurlar. Peki bireyler neden merak ederler ve yıldızların yaşamlarına dahil olmak isterler? Yıldızlar neden bireyler için, toplum için bu denli önemlidir? Bireyleri ne kadar etkileyebilirler? Buradan yola çıkarak bu soruların yanıtlarını aramaya yönelik bir çalışma yapılmaya çalışılmıştır.

Kültürel Kimlik Bağlamında Müzik: Yıldız Olgusu adlı tez çalışmamız toplam üç bölümden oluşmaktadır. Çalışmamızın kavramsal boyutunu oluşturan birinci bölümünde kültür ve kimlik kavramlarına değinilmiştir. Bu başlıklar altında popüler kültür, kitle kültürü kavramlarına, popüler kültür ve kitle kültürü kavramlarının karşılaştırılmasına ve çeşitli kimlik türlerinin tanımlarına yer verilmiştir.

Çalışmamızın ikinci bölümünde kültürel bir kimlik aracı olarak müzik konusu değerlendirilmeye çalışılmıştır. Bu bölümde öncelikle müziğin de bir alt dalı olarak içinde yer aldığı sanat kavramı irdelenmiş ve sanatta bozulma (kitsch) olgusu tartışılmıştır. Daha sonra çalışmamızın ana konularından biri olan müzik konusuna geçilmiştir. Bu başlık altında müziğin sosyo-kültürel bir olgu olarak toplumdaki yeri ve önemine değinilmiş, gündelik yaşamda bir eğlence aracı olmasının yanı sıra aynı zamanda kimliğimizi ve kültürümüzü ifade eden simgeleri ve davranış biçimlerini de bünyesinde barındırdığı gözler önüne serilmeye çalışılmıştır.

Çalışmamızın üçüncü ve son bölümünde ise toplumu yansıtan bir öge olarak yıldız olgusuna yer verilmiştir. Bu başlık altında sanatçı kişiliği ve yetisi, imaj olgusu, yıldız olgusu ve özellikleri, toplumda yıldızın yeri ve önemi, yıldızlar ve hayran kitleleri konuları değerlendirilmeye çalışılmıştır. Çalışmamızın bu bölümünde yıldız haline gelmiş sanatçıların toplumu yansıtan bir öge olduğu, toplumun gereksinimleri ve beklentileri doğrultusunda üretilen ve toplumu oluşturan bireylerce tüketilen bir nesne olarak ortaya çıktığı gözler önüne serilmeye çalışılmıştır. Daha sonra sanatçıların hayran kitleleri

incelenmiş ve yıldızların bu kitleler için ne anlam ifade ettikleri, onları ne derece etkileyebildikleri, bu kitlelerin neden yıldızlara hayranlık duyup, takip ettikleri ve yıldızların toplum ve bireyler için neden bu kadar önemli oldukları araştırılmıştır.

# BİRİNCİ BÖLÜM

## 1.1. KÜLTÜR

### 1.1.1. Kavramlar, Tanımlar

#### 1.1.1.1. Kültür Tanımları

Kültür kavramı çok uzun zamandır bir çok sosyal bilimci tarafından incelenen bir kavramdır. Bundan dolayı kültürün yaklaşık olarak 164 farklı tanımının olduğu bilinmektedir. Buradan da anlaşılabilceği gibi en iyi nasıl tanımlanabileceği ve bu tanım içinde hangi özelliklerin vurgulanması gerektiği konusunda çok farklı görüşler ortaya konmaktadır. Yine de bütün bu tanımların ortak olarak birleştiği bir nokta vardır: Kültürün her şeyi içeren geniş yapısı.<sup>1</sup> Kültürün geniş bir yapıya sahip olmasından dolayı biz bu başlık altında sadece konumuzla ilgili olan kültür tanımlarına yer vermeye çalışacağız.

Kültürü basit bir şekilde tanımlayacak olursak, doğuştan itibaren bilinçli ya da bilinçsiz bir şekilde edindiğimiz, içimize sindirdiğimiz, özümsemiğimiz bilgilerin tümü olarak tanımlayabiliriz. Bu bilgiler, dış dünyaya davranışlarımızla, yaptığımız araç ve gereçlerle yansır. Bu bilgilerin ışığında karşımızdaki insanların davranışlarını yorumlar, yorumladıktan sonra da ona göre bir davranış şekli oluştururuz.<sup>2</sup>

Marx kültürü, doğanın yarattıklarına karşılık, insanoğlunun yarattığı her şey olarak tanımlamıştır.<sup>3</sup> Marx'ın bu tanımının yanı sıra, Nermi Uygur, tanımında, insan faktörünün önemini vurgulayarak, kültürü, insanın ortaya koyduğu ve içinde insanın olduğu tüm gerçeklik olarak tanımlar. Bu tanıma göre, kültür kavramıyla insanın varlığı görülen her şey anlaşılabilir. Uygur'a göre insan kendi kültürünü inşa ederken aslında kendisini evinde

<sup>1</sup> Çiğdem Kağıtçıbaşı, **Kültürel Psikoloji**, 2. Baskı, Evrim Yayınevi, İstanbul, 2000, s. 36.

<sup>2</sup> Bozkurt Güvenç, **İnsan ve Kültür**, 9. Basım, Remzi Kitabevi, İstanbul, 2002, s. 96.

<sup>3</sup> Marx'dan aktaran Güvenç, **a.g.e.**, s. 96.

hissetmesini sağlayacak dünyayı ortaya çıkarmış olur. İnsanın kendisini nasıl gördüğü, düşündüğü, yaptığı algıladığı, hayatını, değerlerini, isteklerini nasıl düzenlediği ise kültürün öğeleridir. İnsanın yarattığı kültür zamanla insanı geliştirir. Uygur, insan ve kültürün birbirlerine bu denli bağlı olmalarından dolayı, insan varlığının başta gelen var olma koşulunun kültür olduğunu savunur.<sup>4</sup>

Kaplan'ın aktardığına göre, Mc. Gregor, kültürü tanımlamaktan ziyade kavram olarak açıklamaya çalışmıştır. Ona göre kültür, bir ürün değil bir süreçtir. Devam eden bir eylemdir. Onunla, belirli insanlar, belirli zamanlarda yaşamlarının anlamını kavramaya ve yaşamlarını bir düzene sokmaya çalışırlar. Kültür, eylem katılım ve çağdaş dünyanın yeniden yorumlanması demektir. Kültür, sadece izlediğimiz, etkilendiğimiz veya yoğun deneyimler edindiğimiz bir durum değil, aynı zamanda varoluş nedenimizdir. Hissettiklerimizin, istediklerimizin ve yaşam amacımızın özüdür, bizi ifade eden yanıdır. Kültürü içinden çıktığı toplumun üyeleri biçimlendirir. Kültür ise, bireyleri biçimlendirir. Yani kültür birey ya da kültür toplum arasında karşılıklı bir dönüşme ve dönüştürme ilişkisi vardır. O da bizi şekillendirir, varlığımızı yansıtır ve belirler. Yaşamımızı anlama ve ona yön verme yöntemidir.<sup>5</sup> Dolayısıyla kültür yaşayan değişen ve dönüşen bir süreçtir. Bu nedenle durağan değil dinamiktir ve zamanla çeşitli değişikliklere uğrayabilmektedir.

Özbek, günümüzdeki çalışmaları etkilediği ölçüde “kültür”ün iki temel tanımının köklerini, 18. yüzyıl sonundan itibaren başlayan ve Raymond Williams'ın “Kültür ve Toplum” tartışması adını verdiği eleştirel geleneğe dayandırmaktadır. Klasik ve muhafazakâr olan birinci tanıma göre, kültür bir estetik mükemmellik ölçüsüdür. M. Arnold'a göre “dünyada düşünülen ve söylenenlerin en iyisini” temsil eder. Bu tanım, kültürü fikirlerle eşleyen ve aynı zamanda “yüksek kültür-alçak kültür” terimleriyle ifadesini bulan kültürel tartışmayı da belirleyecek olan seçkin bir kültür tanımıdır. İkinci kültür tanımının kökü Herder'e gitmektedir ve antropolojiye kaynaklık etmektedir. Betimleyici ve etnografik olan bu tanıma göre kültür, “bir yaşam tarzı”dır. R. Williams'ın tanımına göre kültür, yalnızca sanat ve öğrenimde değil aynı zamanda kurumlarda ve sıradan günlük davranışta belli anlam ve değerler ifade eden belirli bir yaşam tarzına işaret

<sup>4</sup> Nermi Uygur, **Kültür Kuramı**, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 1996, s. 17-18.

<sup>5</sup> Gregor'dan aktaran; Ayten Kaplan, **Kültürel Müzikoloji**, Bağlam Yayınları, İstanbul, 2005, s. 60.

etmektedir. Bu tanıma göre, kültür analizi, belirli bir yaşam tarzı, yani belirli bir kültürdeki açık ya da örtük anlam ve değerlerin çıkarılması olmaktadır.<sup>6</sup>

Erol'un aktardığına göre Siegelau'ın Matterlart ile birlikte yayına hazırladıkları "Working Notes on Social Relations in Communication and Culture" da kültürü tarihsel olarak saptanmış bir grup veya sınıfın kendi maddi ve sosyal varlığını yaratma, yeniden üretme ve geliştirmedeki kendine özgü "yolu" olarak tanımlar. Bu yaratma yolu sadece belli bir maddi üretim biçimi veya şeklini kapsamaz, aynı zamanda bilinçli ve bilinçsiz inançlar, değerler, fikirler, hisler, jestler, günlük hayat alışkanlıkları, dil, iletişim ile birlikte herhangi bir kültürü oluşturur. Dolayısıyla kültürelci yaklaşımda kültürel deneyimi üreten ve belirleyen, toplumsal yaşamın ve deneyimin kendisidir. Vurgu kültürün bütünüdür. Dolayısıyla kültür, yapısalcıların söylediklerinin aksine deneyimin sadece yapısını değil, deneyimin kendisini de üretir. Deneyim "aracı" değil, kültürel pratiklerin ürünüdür.<sup>7</sup>

Erol, Stuart Hall'a göre kültürün, tözsel olarak "toplumsal"dan farklı bir şeye gönderme yapmadığını aktarmaktadır. Kültür, özünde aynı fenomenin farklı bir görünümüne gönderme yapar. Bu anlamda kültür "belli koşullar altında belli insanlar", "kendi isteklerine uyarlanmış bir biçimde doğanın ürünlerini elde ettikleri" ve "bu emeğe tamamen insan kalıbı giydirdikleri" zaman ortaya çıkan insan varoluşunun nesnelleşmiş bir tasarımıdır.<sup>8</sup>

Kültürel çalışmaların hâkim paradigmasına göre kültür, "hem verili toplumsal koşullar ve ilişkiler temelinde belirli bir toplumsal sınıfların varoluş koşullarına yanıt verdikleri ve kullandıkları anlamlar ve değerler, hem de bu "anlamların" ifade edildiği ve içine gömülü olduğu yaşayan gelenekler ve pratiklerdir."<sup>9</sup>

Z. Bauman, kültür tanımlamaları arasında, onun bazı özelliklerine değinirken dolaylı olarak kültür insan ilişkilerini ima etmektedir:

<sup>6</sup> Meral Özbek, **Popüler Kültür ve Orhan Gencebay Arabeski**, 7. Baskı, İletişim Yayınları, İstanbul, 2006, s. 75-76.

<sup>7</sup> Ayhan Erol, **Popüler Müziği Anlamak Kültürel Kimlik Bağlamında Popüler Müzikte Anlam**, 2. Baskı, Bağlam Yayınları, İstanbul, 2005, s. 53.

<sup>8</sup> Erol, **a.g.e.**, s. 54.

<sup>9</sup> Erol, **a.g.e.**, s. 57.

*“Kültür, şeyleri olduklarından ve aksi halde olacaklarından farklı yapmak ve onları bu halde, yapay şekil içinde tutmaktır. Kültür, bir düzen yaratmak ve onu korumak, düzeni bozan ve mevcut düzen açısından kaos yaratacak her şeyle mücadele etmektir. Kültür, doğa düzeni (yani şeylerin insan müdahalesi olmaksızın oldukları durum) yerine yapay, tasarlanmış bir düzen koyma ya da ekleme işidir. Kültür, böyle yapay bir düzeni getirmekle kalmaz, ona değer de verir.”<sup>10</sup>*

Bauman’a göre kültür, bir tercih sorunudur. Kültür bir düzeni en iyi hatta belki de tek iyi düzen olarak göklere çıkarır. Bunun alternatiflerini bayağı ya da tümünden düzensizlik olarak tanımlar.<sup>11</sup>

Güvenç’e göre kültür, ihtiyaçları sağlayıcı ve doyum sağlayıcıdır; Kültür, temel biyolojik ihtiyaçları ve bunlardan doğan ikinci derecedeki ihtiyaçları genellikle çoğu zaman karşılar. Kültürel kurum ve ilkeler, başarısı denenmiş çözüm yollarıdır. Psikoloji bilimine göre, alışkanlıklar doyum sağladığı sürece devam eder. Kültürel öğeler de, toplum üyelerine, doyum ya da hizmet sağlayacak oranda var olabilirler.<sup>12</sup>

Kültür, eğlenme ve rahatlama aracı mıdır, insanoğlunun başlangıçtan günümüze geliştirdiği pratikler midir, egemenliği sürdürme aracı mıdır, özgürleşme etkinliklerinin toplamı mıdır? Topçuoğlu’na göre kültür dinamik bir kavramdır ve bu soruların cevabı evet olabileceği gibi hayır da olabilir. Kültür, birçok ögesiyle, içinde bulunduğu kabın şeklini alan su gibidir. Kültür ve iletişim kavramlarının birbirleriyle olan etkileşimi ve toplumsal gücü ile kendini gösterir.<sup>13</sup>

Adorno’ya göre ise kültür, açıkça ve fütursuzca, herhangi bir meta üretimi sektöründeki üretim kurallarına uyan bir sanayi haline gelmiştir. Kültürel üretim, bir bütün olarak kapitalist ekonominin ayrılmaz bir parçasıdır. Kültür artık, bugünün kurtarılmış bir gelecek tasavvuru çerçevesinde kavranmasına dayanan bir kaynak değildir; kültür endüstrisi, bugünün bozulmuş ütopyası uğruna mutluluk vaadinden vazgeçer. Bu, bugünün ironik temsilidir.<sup>14</sup>

<sup>10</sup> Zygmunt Bauman, **Sosyolojik Düşünmek**, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1999, s.158.

<sup>11</sup> Bauman, **a.g.e.**, s.158.

<sup>12</sup> Bozkurt Güvenç, **İnsan ve Kültür**, 10. Basım, Remzi Kitabevi, İstanbul, 2003, s. 102.

<sup>13</sup> N. Nur Topçuoğlu, **Basında Reklam ve Tüketim Olgusu**, 1. Basım, Vadi Yayınları, Ankara, 1996, s. 114.

<sup>14</sup> Theodor W. Adorno, **Kültür Endüstrisi**, Çev: Nihat Ünler, Mustafa Tüzel, Elçin Gen, İletişim Yayınları, İstanbul, 2007, s. 19.

Cemil Meriç, kültürün en yüksek mertebeye ulaştığı Yeni Dünya’da kültürün olmadığını, karşı kültür, *hip kültürü*, anti kültür, devrimci kültür olduğunu belirtir. Bu süreç içinde de birçok ayırım, dikey bölümlenme esasına göre yapılmıştır; kitle kültürü, seçkinler kültürü, alt kültür, folk kültür, popüler kültür gibi. Popüler ve kitle olmak üzere, kültürün toplumsal işlevini dönüştüren iki önemli kavram vardır.<sup>15</sup>

#### 1.1.1.1.1. Popüler Kültür

Popüler kültür sanayi devrimini izleyen yıllarda ortaya çıkmış kavramlardan birisidir. Kitle kültürü kavramı ile daha çok endüstriyel tekniklerle üretilen ve çok geniş kitlelere yayılan, karşı konulması güç davranış, mitos ya da temsili olguların tümü anlatılmak istenir. Bu yeni kavram sanayideki kitlesel üretim olgusunun kültür alanına uygulanmasından doğmuştur.<sup>16</sup>

Erdoğan’a göre hayatımızın bir çok alanında etkin olan popüler kültür kavramı yeni bir kavram olarak adlandırılabilir.<sup>17</sup> 19. yüzyılın sonlarına doğru ortaya çıkan popüler kültürün tanımlanmasında, onu oluşturan iki terime, yani “popüler” ve “kültür” terimlerine ayrı ayrı nasıl anlam verdiği önem taşımaktadır; ama “popüler”in tanımı daha belirleyici olmaktadır. Çünkü onun tanım tarzı, kültür tanımını da birlikte getirmektedir.<sup>18</sup>

#### 1.1.1.1.1.1. Popüler ve Kültür Tanımları

Dokgöz’e göre genel anlamı ile popüler, halkın beğenisine uygun, halk tarafından tutulan anlamına gelmektedir. Bu tariften de anlaşılacağı gibi kolay beğenilmeyi amaç edinen ve pazarlanma olasılığı yüksek nesnelere topluma meta olarak sunulması popülerliğin önemli bir boyutunu oluşturmaktadır.<sup>19</sup> Lull’a göre de popüler kültürde, popülerlerin anlamı, gündelik yaşam alanında ortaya çıkan ancak; sonrasında sıradan insanlar

<sup>15</sup> Cemil Meriç’ten aktaran Topçuoğlu, **a.g.e.**, s. 115.

<sup>16</sup> Artut, **a.g.e.**, s. 38.

<sup>17</sup> İrfan Erdoğan, “Popüler Kültürün Ne Olduğu Üzerine”, **Bilim ve Aklın Aydınlığında Eğitim Dergisi**, Sayı: 57, 2004, <http://yayim.meb.gov.tr/dergiler/sayi57/erdogan.htm>.

<sup>18</sup> Özbek, **a.g.e.**, s. 81.

<sup>19</sup> Deniz Dokgöz, “Popüler Kültür Nesnesi Olarak Karikatür ya da Çizginin Metaya Dönüşmesi”, **Bilim ve Aklın Aydınlığında Eğitim Dergisi**, Sayı:57, 2004, <http://yayim.meb.gov.tr/dergiler/sayi57/dokgoz.htm>.



tarafından yorumlanan, kullanılan, kültürel imajlar, itkiler, kitle iletişim araçları ve kültür endüstrileri tarafından metalaştırılarak dağıtıldığında ortaya çıkar.<sup>20</sup>

Raymond Williams, popüler kavramının dört farklı tanımını şöyle sıralar;

1. Popüler, bir çok insan tarafından hoşlanılandır,
2. Popüler, yüksek kültüre karşıttır,
3. Popüler, halk tarafından yapılan kültür olarak tanımlanır,
4. Popüler, ticari amaçla, kitle iletişim araçlarının halka kabul ettirdiğidir.<sup>21</sup>

Modledski'nin aktardığına göre Williams, popülerin diğer iki önemli anlamını şu şekilde belirtiyor. Birincisi, bir iktidar, bir hükümete politik olarak muhalif halk kitlesi anlamındaki kullanımdır. Popüler kültür kavramı, bu terimi kullanan bazı kişiler tarafından “var olan kültürün biçimleri ya da bir iktidara karşı belli bir çıkar ya da deneyimi temsil eden şey” anlamına gelmektedir. Bu tanımlamanın içinde, diğer tanımlamalardan ayrılan “muhalefetlik” kavramı vardır. İkinci anlam, eski hayat tarzı içinde, kültür olarak tanınmayan büyük bir alanı, günlük konuşma ve alışverişin hareketli dünyasını kapsar. Şakalar, deyişler, günlük giyim kuşamın yanı sıra belirli günlerde giyilen kıyafetlerin kendine özgü biçimleri, eğlence düzenleyen, belirli günü anan insanları kapsar.<sup>22</sup>

Özbek'in aktardığına göre “popüler”in günümüzde kullanılan biçimiyle ise iki temel tanımı vardır. Hakim olan birinci tanımda popüler “yaygın olarak beğenilen, tüketilen” anlamına gelmektedir. Bu tanıma Stuart Hall, “ticari” tanım demektir. İkinci tanım ise, kaynağı 18. yüzyılda Herder'e götürülen antropolojik tanıma yakın ve halka ait anlamına gelmektedir. Stuart Hall, halkın yaptığı ve yapmış olduğu her şeyi kapsamaya çalıştığı için bu tanıma “betimleyici” tanım demektir.<sup>23</sup>

Modern toplumlarda kültürü, yüksek/alçak kültür ya da sanat/popüler kültür gibi düzeyle ayıranlar temel olarak popülerin birinci tanımına yaslanmaktadırlar. Bu düzeylere ayırma yaklaşımı, Herbert Gans'da olduğu gibi belirli toplumsal grupların yaşam tarzlarına ilişkin farklı zevkleri olduğu, dolayısıyla, popüler kültür ve yüksek kültür arasında ahlaki

<sup>20</sup> James Lull, **Medya İletişim Kültürü**, Çev: Nazife Güngör, Vadi Yayınları, Ankara, 2001, s. 105.

<sup>21</sup> Raymond Williams, **Kültür**, Çev: S. Aydın, İmge Kitabevi, Ankara, 1992, s. 41.

<sup>22</sup> Tanya Modledski, **Eğlence İncelemeleri**, Metis yayınları, İstanbul, 1998, s. 24-25.

<sup>23</sup> Özbek, **a.g.e.**, s. 81.

ve estetik nedenlerle bir karşılaştırma yapılamayacağı görüşüne dayanan bir “görelilik” ortaya çıkartabilmektedir.<sup>24</sup>

Özbek’e göre popüler kültüre, ‘popüler’in “ticari” tanımına yaslanarak olumsuz bir tavır alan eleştirel yaklaşımlar popüler kültürün insanları güdüp yönetme özelliğini öne sürmektedirler. Muhafazakar hümanist eleştirmenler daha çok popüler kültürün zevki yozlaştırmasından bahsederken, radikaller esas olarak popüler kültürü kitlelere yanlış bilinçlilik dayattığı için eleştirmektedirler.

“Popüler”i “halka ait” anlamında bir kavram olarak kullanan yaklaşımlar, genel olarak popüler kültüre olumlu bakmaktadırlar. Bu yaklaşımlar, halkın istek ve ihtiyaçlarının şeffaflığı varsayımına dayanarak ve “halk bunu istiyor; popüler olan halktır” diyerek özellikle popüler kültür ürünlerini ve popüler yargıları olumlamakta ve popüler kültüre eleştirel yaklaşmamaktadırlar . Bu yaklaşım aslında popüleri “halka ait” anlamında kullansa da “ticari” tanımı göz ardı etmemekte ve temel kriter olarak “çoğunluk”u ele almaktadırlar. Böylece bu anlamda seçkincilik motifi, yalnızca bir azınlığın, küçük bir entelektüeller grubunun bir statü hobisi olarak görülebilen yüksek kültüre karşı, halkın çoğunluğu beğenerek tükettiği ve ürettiği için popüler kültürün üstünlüğünü savunmaktadırlar: Kitle kültürü “popüler” olduğu için yüksek kültürden daha hakikidir.<sup>25</sup>

Popüler’in “halka ait” anlamını kullanan ve tartışmayı yüksek kültür-popüler kültür ikileminde sınırlamayan yaklaşımlar, “halka ait” kavramını “bağımlı sınıflar”a ait olarak tanımlayanların yaklaşımlarıdır. Bir yanda temelde “güdüp yönetme” kuramına karşı çıkarak, bağımlı sınıfların bütünlüklü alternatif bir kültüre, hakiki bir popüler kültüre sahip olduklarını, ticari taklitlere kanmadıklarını ima eden görüş var. Stuart Hall’a göre, bu yaklaşım bütünüyle güdüp yönetme ve yanlış bilinçlilik olgularını reddetmesinde haklıdır; ancak, göz ardı ettiği gerçek, kültürel iktidar ilişkileridir: Bu anlamda, kültürel iktidar ve hakimiyet ilişkilerinin güç alanı dışında kalan bütünlüklü, hakiki ve bağımsız bir “popüler kültür” yoktur. Stuart Hall’un “popüler”in “halka ait” tanımına bir diğer eleştirisi, bu tanımın neredeyse sınırsız bir biçimde genişleyebilecek betimleyici bir içerik tanımı olarak kullanılması üzerinedir. Halkın yaptığı hemen hemen her şey, pul toplamaktan güvercin sevmeye kadar, bu tanımın içine girebilir. Bu nedenle problem bu sonsuz listede,

<sup>24</sup> Özbek, **a.g.e.**, s. 82.

<sup>25</sup> Özbek, **a.g.e.**, s. 82.

betimleyici olmayan bir biçimde “popüler kültür”ü “popüler olmayan” kültürden ayırt edebilmektir. Böylelikle “popüler”i sadece “çoğunluk” olduğu için yücelten görüşleri de eleştirmiş olan Hall’a göre bu açıdan analitik ayırım popüler envanter listesinin kendisinden değil, “halka ait olan” ile “ait olmayan” anahtar karşıtlığından kaynaklanıyor. Yani bu anlamda “popüler”i yapan prensip, seçkin ya da hakim merkezi alan ile bağımlı sınıfların kültürü arasındaki gerilimler ve karşıtlıklardır. Kültür alanını “popüler” ve “popüler olmayan” arasında sürekli olarak inşa eden, bu karşıtlıktır. Ancak, bu karşıtlıklar sadece betimleyici bir biçimde kurulamaz, çünkü her kategorinin içeriği dönemden döneme değişir. Bu yılın radikal sembol ya da sloganı gelecek yılın modasında tarafsızlaşabilir; bir sonraki yıl da derin bir nostaljinin nesnesi olabilir. Kültürel sembollerin anlamı, bir yanılla içine alındığı toplumsal alan tarafından, yankılandığı ve eklemlendiği pratikler tarafından verilir. Önemli olan içsel ve tarihsel olarak sabit kültürel nesnelere değil, fakat kültürel (iktidar) ilişkilerindeki oyunun durumudur.<sup>26</sup>

Özbek’in aktardığına göre, popülerlerin “yaygın” anlamına gelen “ticari” tanımına yaslanan “güdüp-yönetme” yaklaşımı ve halka ait anlamındaki “betimleyici” tanımına yaslanan alternatif-hakiki kültür yaklaşımları yerine Stuart Hall, her iki tanımı kullanıp onları değiştirerek aşan yeni bir popüler tanımını önermektedir. Bu bağlamda “popüler kültür”, iktidarda olanların kültürüne karşı ya da onun adına mücadelenin alanlarından biridir. O mücadele içinde aynı zamanda, kaybedilecek ya da kazanılacak olan şeydir: “Boyun eğme ve direnme alanıdır. Kısmen hegemonyanın yükseldiği ve güvenlik altına alındığı yerdir. Popüler kültürün önemli olması bu nedenledir.”<sup>27</sup>

Popüler kültür kavramını yaratan olgu, egemen üretim ilişkilerinin kültür alanını biçimleyen ana etken hâline gelmesi olarak tanımlanabilir. Kapitalizmin öngördüğü üretim biçimi ve üretimlerin birer metaya dönüşmesine olanak sağlayan mekanizmaların kültür alanındaki egemenliği popüler kültürün tanımı olarak ortaya çıkmaktadır. Sonuçta halkın beğenisine uygun, halk tarafından tutulan; bir meta olarak kolayca tüketilebilen nesnelere popüler kültürün hedefi haline almaktadır.<sup>28</sup>

“Popüler” kavramına değindikten sonra, popüler kültür kavramının bir diğer ögesi olan “kültür” kavramını da açıklamak gerekmektedir. Toplum içinde belli örgütlü yer ve

<sup>26</sup> Özbek, **a.g.e.**, s. 83-87.

<sup>27</sup> Özbek, **a.g.e.**, s. 87.

<sup>28</sup> Dokgöz, **a.g.m.**, <http://yayim.meb.gov.tr/dergiler/sayi57/dokgoz.htm>.

zamanda belli biçimlerde faaliyette bulunan insan hem kendini hem de sosyal alanı yeniden üretir. Maddesel hayatını günlük üretim faaliyetleri ağı içinde üreten insan aynı zamanda bu hayatı, üretimi, üretim ilişkilerini ve sonuçlarını, umut ve beklentilerini, umutsuzluk ve korkularını kendisi ve toplum için açıklar. Dolayısıyla materyal hayatını üreten insan aynı zamanda bu materyal hayatın bilincini de (ruhsal ve dinsel dahil düşünsel, bilişsel, ideolojik açıklamasını) üretir. Materyal ve düşünsel üretimin biçimi insanın kültürünü oluşturur. Dolayısıyla materyal ve düşünseli üreten insan, bu üretimiyle birlikte, ona bağlı olarak gelen kültürünü de üretir. Kültürle, yani materyal hayatını ve bu hayatın bilincini üretme biçimiyle, insan belli zaman ve yerde kendinin ve topluluğunun kimliğini oluşturur ve kaçınılmaz olarak kendini "ötekilerden" ayırır. Demek ki, kültürü yaratan, örgütlü ilişkilerdeki insandır: Kültür, insanın toplum içindeki kendini ve dolayısıyla toplumu ifade biçimidir. Bu ifade biçimi dinamik bir karaktere sahiptir: İnsan toplumsal üretim tarzı ve ilişkilerinde (kendini üretme biçiminde) yaptığı değişikliklerle yaşam biçimini, bu biçimin ifadesini ve dolayısıyla kültürünü de değiştirir. Yani kültürün değişimi ancak yaşamı ifade biçimlerinin değişimiyle gelir.<sup>29</sup>

Erdoğan'a göre, toplumsal üretim biçimi sınıf egemenliğini ve ücret köleliğini getiriyorsa, bu egemenliği ve köleliği ifade eden kültürel biçimler oluşur ve gelişir. Bu kültürel biçimlerin üretilmesi egemenliğin ve köleliğin üretilmesinin bütünleşik bir parçasıdır. Yani, örgütlü üretim tarzı içinde oluşturulan güç ilişkileri, eşitsizlikler, bunların günlük yaşamın her alanında ifade biçimleri kültürde yansır, yansıtılır. Dolayısıyla, kültür örgütlü ilişki tarzlarıyla ve bu tarzı çeşitli biçimlerde ifadesiyle kendini gerçekleştiren bu gerçekleştirme tarzıdır.

Bu ifade tarzı hem maddî olanın (giyecek, yiyecek, kullanılacak, barınacak, oynanacak, zevk alınacak maddesel kültürün) hem de eylemsel ve düşünsel/entelektüel olanın (inanç, kadercilik, teoloji, din, efsane, masal, şiir, müzik, çeşitli temsiller, oyun, eğlence, dinlenme, kutlama, sevinme ve üzülmene) üretimidir. Maddî kültür aynı zamanda kendi düşünselini (ideolojisini) de beraberinde taşır. Örneğin, seyretmek için aldığımız bir VCD hem maddî hem de taşıdığı içerikle ideolojik bir kültürel üründür.<sup>30</sup>

Kültürel, ekonomik ve siyasal süreçler sosyal hayatın birbirinden ayrılmaz parçalarıdır. Kültürel olan siyasal ve ekonomik olan için hayatidir. Kültür sadece değerleri, yargıları, tutumları vb. taşıyan düşünsel bir süreç değildir; kültür yaşanmış ve yaşanandır, yaşanmış ve yaşananla ilgilidir. Kültür insanların kendi yaşam deneyleriyle biçimlenmiştir ve yaşam

<sup>29</sup> Erdoğan, **a.g.m.**, <http://yayim.meb.gov.tr/dergiler/sayi57/erdogan.htm>.

<sup>30</sup> Erdoğan, **a.g.m.**, <http://yayim.meb.gov.tr/dergiler/sayi57/erdogan.htm>.

biçimlerinin bütünü oluşturur. Bu yaşam deneyi bir zamanlar belli bir coğrafi bölgeye ait, yerel ve doğrudan, birebir ilişkilerle oluşuyordu. Şimdi ise buna yoğun bir şekilde dolayimli, dışarıdan ve uzaktan gelen "başkalarının yaşam deneyimleri" ve özellikle dünyaya egemen bir pazarın yaşam koşullarının belirlediği planlı yaşam deneyimleri eklemeli. Dolayısıyla kültür aynı zamanda ilişkisel ve tarihseldir. Çünkü kültürel biçimlenme ve değişim birbiriyle içten bağlı iki boyuta sahiptir: Kültür hem bilinçli şekilde seçen ve deneylerinin muhasebesini yapan insanlar tarafından kendileri için inşa edilir hem de aynı anda, geçmişteki insanların seçim ve değerlendirmelerinden miras kaldığı için, seçim ve etkinliklerin önceden belirlenmiş kurucusu işlevini görür. Birinci boyutta insan kendini kendine, kendi gibilere ve ötekilere anlatır. Kendisi için kendisiyle ve diğerleriyle faaliyetler kurar ve yürütür. Bu faaliyetlere gerektiğinde dost ve düşman ötekileri de katar. İkinci boyutta egemen ve mücadeleci kalıplar (iş, yapış, düşünce ve inanç biçimleriyle gelen âdetler, örfler ve gelenekler) oluşturulur ve yetişen nesillere aktarılır. Bu ikinci boyutu nedeniyle, kültür sosyal yaşamı farklı biçimde üretmeye ve anlamaya karşı güçlü bir engel olarak da durur. Dikkat edilirse, insanların şeyleri yapma biçimi (kültürü) toplumun kendine bakışı, görünüşü, hissedışı, duyarlılığı, estetiği, yaratıcılığı, kendini kendine ve dışına anlatışıyla gelen sosyal kişiliğidir. Bütün bunlardaki farklılıklar aynı zamanda hem toplum içindeki hem de toplumlar arasındaki farklılıkları da oluşturur. Sosyal üretimde ve ilişkilerde ne kadar farklılaşma ve kademeleşme üretiliyorsa (ya da benzeşme üretiliyorsa), o kadar farklılaşmış ve karmaşık kültür (o kadar homojen kültür) üretiliyor demektir. Dolayısıyla kültürün üretimi ve paylaşımı topluluğun kendini nasıl ürettiği ve paylaştığına göre biçimlenir.<sup>31</sup>

#### 1.1.1.1.2. Popüler Kültür Üzerine Yaklaşımlar

“Popüler” ve “kültür” kavramlarının kısa açıklamalarından sonra “popüler kültür” kavramı daha iyi anlaşılacaktır. Popüler kültür en genel anlamıyla, geniş halk kitlelerinin benimsediği kültür demektir.<sup>32</sup> Popüler kültürün "en çok tercih edilen" bağlamında ele alınmasıyla karşımıza en yaygın ve yanlış olan popüler kültür tanımı çıkar: Popüler kültür modern toplumda devam eden "halkın" kültürüdür. Nasıl ki fabrikada çalışan işçinin "bizim fabrika" dediği yer onun değil, fakat onun varoluş biçiminin belirlendiği yer ise, popüler kültür ürünlerini satın alıp kullandığı ve "benim" dediği için, popüler kültür o sınıfa ait olmaz. Halk

<sup>31</sup> Erdoğan, **a.g.m.**, <http://yayim.meb.gov.tr/dergiler/sayi57/erdogan.htm>.

<sup>32</sup> Emre Kongar, “Popüler Kültürün egemenliği ve Pop Star Yarışması”,

[http://www.kongar.org/medyanotu/300\\_Pop\\_Kultur\\_ve\\_Pop\\_Star\\_Yarismasi.php](http://www.kongar.org/medyanotu/300_Pop_Kultur_ve_Pop_Star_Yarismasi.php), 15.12.2008.

olarak adlandırılan serbest kölenin yaşam tarzı onun belirlediği, onun biçimlendirdiği ve onun değiştirdiği bir yaşam tarzı değildir; o yaşam tarzı onunla vardır, onunla yaratılmıştır, ama onun özgür iradesinin ifadesi değildir. Dolayısıyla popüler kültür halkın kültürü değildir. Popüler kültür geniş iş bölümü etrafında kurulan kapitalist mal üretimi, pazarlaması, dağıtımını ve tüketimi biçimlerine dayanan bir kültürdür. Bu biçim olmayınca, örneğin teknolojik çoğaltma, seri üretim, TV veya basın olmayınca, bu araçlara dayanan böyle bir kültür biçimi de olmaz.<sup>33</sup>

Fiske'ye göre popüler kültür, toplumsal farklılıklarımızı anlamlı kıldığımız sınıf, toplumsal cinsiyet, ırk ve diğer kategorilerin eksenleri boyunca iktidarın eşit bir biçimde dağıtılmadığı toplumlarda derinden çelişkilidir. Popüler kültür tabiler ve güçsüzlerin kültürüdür, bu yüzden de içerisinde daima toplumsal sistemimizin, dolayısıyla da toplumsal deneyimlerimizin merkezinde yer alan egemenlik altına alma ve tabi kılma güçlerinin izlerini, iktidar ilişkilerinin göstergelerini taşır. Popüler kültür aynı zamanda bu güçlere direnmenin, onlardan sıyrılmanın belirtilerini gösterir: Popüler kültür kendi içinde çelişkilidir.<sup>34</sup>

Fiske'ye göre, popüler kültür bir kategoride sabitlenemez, topluma bağlıdır ve karakteristik özelliği akışkan olmasıdır. Kültürü anlamak ve tercüme etmek, yalnız başına popüler kültürü anlamamıza yetmez. Popüler kültür, bir varsayıma göre, belirli sosyal sınıflarla ve onların hiyerarşik kavranışıyla ilişki içinde bulunur. Tüm sınıfların, toplumların ve tüm kültürlerin meydana getirdiği insan eliyle yapılan her şey, sanat eserleri, deneyimler, olaylar kültürü oluşturur. Tek bir sınıfla sınırlı değildir. Ayrıca çeşitli kişilerin ürettiği filmler, kitaplar oyunlar, reklamlar, kasetler sistemlerle de meydana getirilir.

Popüler kültür çevremizdeki tüm yaşamdır diyebiliriz. Nachbar ve Lause popüler kültürü okyanustaki suya, bizleri de suyun içinde yüzen balıklara benzetmektedir. Balıklar suyun içinde bulduklarının, çevrelerinin tamamen suyla çevrili olduğunun ve hatta bu suyun dışında da başka ortamlar olabileceğinin, nasıl bilincinde değillerse, insanlar da popüler kültür içinde yaşarlar fakat suya her zaman çözümleyici biçimde bakamayabilirler.<sup>35</sup>

<sup>33</sup> Erdoğan, **a.g.m.**, <http://yayim.meb.gov.tr/dergiler/sayi57/erdogan.htm>

<sup>34</sup> John Fiske, **Popüler Kültürü Anlamak**, Çev: Süleyman İrvan, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara, 1999, s. 15.

<sup>35</sup> Ayşe Lahur Kırtunç, "Popüler Kültür Araştırmaları", [http://www.kulturad.org/images/goc\\_kirtunc\\_konusma.html](http://www.kulturad.org/images/goc_kirtunc_konusma.html), 23.12.2008.

Bir ürün veya olgunun popüler kültür alanına girmesi için, onun çok yaygın bir şekilde ve benzerleri arasından özgürce seçilmiş olması gereklidir. Yani zorlanarak seçtirilen, kabul ettirilen veya satın aldırılan bir şey bu tanıma girmez. Özgür seçimle tercih edilmiş olması belirleyicidir. Örneğin 1960'ların müzik dünyasını kasıp kavuran The Beatles topluluğu hepimizin üzerinde anlaşılabileceği bir popüler kültür ürünüdür.

Russell Nye'in popüler kültür tanımına göre, popüler kültürün oluşabilmesi için, üç tane unsur gereklidir: Çok sayıda insan, para ve iletişim olanakları. Çok sayıda insan gereklidir, çünkü kentleşmeyle kırsal köklerinden kopup kentlere doluşan insan toplulukları yeni yaşam ve kimliklerini oluşturma gereği hissetmiş ve popüler kültür onlara yapıştırıcı görevi görmüştür. Para gereklidir çünkü Endüstri Devrimi'yle ortaya çıkan orta sınıfın eline para geçmiş ve eskisinden daha fazla boş zamanları olmuştur. Para dolaşımının artmasıyla da tüketim artmış; dolayısıyla, tüketim kültürü de, ortak kültür olarak artmıştır. İletişim tabii ki gereklidir. Ortak popüler kültürün tanıtılabilmesi, tüketimin körüklenmesi için, önce matbaanın giderek tüm kitle iletişim araçlarının devreye girmesiyle, ortak kültür tüketime sunulmuştur.<sup>36</sup>

Popüler kültür incelemelerinde, çok kullanılan bir tanım, popüler kültürün çağın ruhunu yansıtmadaki işlevselliğidir. Almanca'da Zeitgeist olarak isimlendirilen bu kavram, belli bir çağın veya bir dönemin toplumsal inanç ve değerlerini anlatmak için kullanılmaktadır. Örneğin, Cumhuriyet'in ilk yıllarının ruhu, veya Özal dönemine damgasını vuran değer yargıları gibi. Genel kabul gören tanımlara göre, bir olgu, kişi veya nesnenin ne denli yaygın ve popüler olduğu, o kişi, nesne veya olgunun çağının, insani inanç ve değerlerini ne oranda yansıttığıyla doğru orantılıdır. Yani ne denli yaygın ve popülerse, çağın ruhunu o denli iyi yansıtmakta demektir.<sup>37</sup>

Erdoğan'a göre, popüler kültür egemen toplumsal ve ekonomik ilişkileri destekler, haklı çıkarır ve sürüp gitmesinde yardımcı olur. Kitle üretimi yapan pazarın ekonomik, siyasal ve bilişselliğinin ifadesi olan kitle kültürünün somut şekillerinden biridir. Kitle kültürü teknelci kapitalizmin hem mal hem de imajlar satışını yapan, uluslararası pazarın değişmelerine ve gereksinimlerine göre biçimlenip değişen, önceden yapılmış, önceden kesilip biçilmiş, paketlenip sunulmuş bir kültürü anlatır. Kapitalizmin kendi için üretirken ve yaratılan

<sup>36</sup> Kırtunç, **a.g.m.**, [http://www.kulturad.org/images/goc\\_kirtunc\\_konusma.html](http://www.kulturad.org/images/goc_kirtunc_konusma.html), 23.12.2008.

<sup>37</sup> Kırtunç, **a.g.m.**, [http://www.kulturad.org/images/goc\\_kirtunc\\_konusma.html](http://www.kulturad.org/images/goc_kirtunc_konusma.html), 23.12.2008.

zenginliği kendine ayırırken, kitleleri ücretli köle olarak kullanarak "kitleler için" yaptığı üretim ve bu üretimle gelen "kimlik, duyma, hissetme, yaratma, bugününe, geçmişine ve geleceğine bakma biçimi, kısaca yaşama yoludur." Bu bağlam içinde popüler kültür, pazar tarafından pazarda tüketim için "sipariş edilen, ısmarlama" kitle kültürünün en çok kullanılan ürünlerini, bu ürünlerin tüketilmesini ve bu ürünleri teşvik eden düşünceleri ve duyarlılıkları anlatır. Örneğin son zamanların en popüler pratikleri ve bu pratikleri destekleyen düşünceleri arasında özelleştirme, demokratikleştirme, post-modernlik, esnek üretim, küreselleşme, yerelleşme ve deregulasyon yer almaktadır. Bilişsel bağlamda, popüler kültürde anlamlar ve zevkler aktif bir şekilde toplumda üretilir ve dağıtılır. Bu üretim ve dağıtımın en planlı yanı endüstriyel faaliyetlerin kendisidir ve güdümlenmiş yanı ise çeşitli örgütlü yapılardaki kişiler arası ilişki ve iletişimidir. Popüler kültürde, aynı zamanda, sürekli kalıcılıkla değil, sürekli değişimle sermayenin ve sermaye sisteminin sürdürülebilirliği gerçekleştirilir: Müzik alanında, popülerlik her hafta değişen "top 40" içinde olma ve bunları dinlemedir. Giyimde popüler olan şey mevsimlerle değişen modayla gelen güdümlü kültürel yaşamdır. Yeme ve içmede Pepsi ve Coca Cola; Marlboro ve Winston; Pizza Hut ve Pizza King; McDonalds ve Burger King arasındaki özgür seçim için tüketici kazanma mücadelesi ve bunun bireysel özgürlük, zevk ve tercih olarak sunulmasıdır.<sup>38</sup>

Popülerin yaratılmasında, aynı zamanda diğer popülerler kullanılır: Popüler spor; popüler sporcu ve sanatçılar; popüler fikirler ve ideolojiler; popülerleştirilmiş anneler ve kaynanalar; popüler televizyon ve televizyon programları; popüler magazin ve dergi kahramanları; popüler seks ve seks ilişkileri, popüler politikalar bunlardan bazılarıdır.

Erdoğan'a göre, popüler kültür bir "çabuk kullanım ve hızlı tüketim" kültürüdür. Bu tür kullanım ve tüketim popülerin üretiminin ilk safhasından son kullanım ve atma safhasına kadar her aşamasında vardır. Böylece kitle üretiminin kalıcılığı ve sürekliliği garanti edilir. Popüler olan kullanılarak paketlenmiş popülerleri, tüketiciler alır ve popülerleri boğazlarına, saçlarına, yüzlerine, midelerine, üstlerine, ayaklarına "uygulayarak" malın ve bilincin popülerleştirilme sürecini tamamlarlar. Tüketici eğer popülere katılmazsa veya kazara popülerleri yakalayamazsa popüler bir şekilde tedirgin edilir ve kendini tedirgin hisseder; huzursuz olur. Ancak popülerini eksik etmeyen tüketici gülümseyerek hem popülerle kendini bulur hem de popüler olanın satışına katılır. Bu satışta kendi vücudu ve kendi ruhu en önde gelen taşıyıcıdır. Popüler siyasal, ekonomik ve kültürel pazarda emeğiyle üretime ve dağıtıma katılan ve bölüşümden ona verilenle serbest köleliği garantilenen insan, popüler

<sup>38</sup> Erdoğan, **a.g.m.**, <http://yayim.meb.gov.tr/dergiler/sayi57/erdogan.htm>.



olmayan kendine kendi olarak bakmaktan korkar; kendini kendinden çalan popülerlere kurtarıcı olarak sarılıp kimliğini ve kendini bulup rahatlar. Bu yolla kendinin sandığı "önemli kendi" olur insan. Bunu her gün sürekli yapmak zorundadır.<sup>39</sup>

Popüler kültür mekanik ve elektronik çoğaltmayla niceliksel fazlalık ve niteliksel yoksulluğun kültürüdür. Bu yoksulluktan geçerek kapitalist pazar yapısı materyal zenginlik elde eder ve güç kazanır.<sup>40</sup>

Popüler kültür üzerine 20. yüzyıldaki yaklaşımlardan en kapsamlısı Adorno'ya aittir. Adorno, tüm estetik ifade alanının yüksek kültür (ve sanat) ile popüler kültür şeklinde ikiye ayrılması gerektiğini öne sürer ve bugüne dek uzanan tartışmaları başlatır. Ona göre, popüler kültür ile kültür endüstrisi özdeş kavramlardır. Kültürel ürünler artık endüstri uygarlığının tanımladığı araç ve ölçeklerde üretilmektedir. Böyle olunca tüm endüstriyel ürünlerin kimlik özelliklerini oluşturan standartlaşma, normlaşma, kitlesel üretim, tüketmek adına tüketmek gibi kavramlar kültür endüstrisi için de geçerli olmaktadır.<sup>41</sup> Adorno'ya göre kültür endüstrisi yüceltmez baskılar.<sup>42</sup>

Tüm bu anlatılanlardan yola çıkarak popüler kültürün genel özelliklerini şu şekilde özetleyebiliriz;

Popüler kültür; günlük yaşam kültürüdür. Kısa sürede üretilip tüketildiğinden yapısı gevşektir. Günü kurtarmaya yöneliktir. Genellikle gerçeklerden kaçmaya uygundur. Bu yüzden uyuşturucu etkisi vardır.

Üst kültür ürünlerinden de yararlanabilir; alt sınıfların somut ve gerçek taleplerini de yansıtabilir.

Günlük (kısa süreli) olması, egemen ideoloji tarafından özümsemesini gerektirmektedir. Çoğunlukla bu özelliği öndedir.

Yine, kısa süreli olması, oynak olmasına, moda gibi sık sık değişmesine yol açmaktadır. Bu yüzden kalıcı değerleri bulunmaz.

<sup>39</sup> Erdoğan, **a.g.m.**, <http://yayim.meb.gov.tr/dergiler/sayi57/erdogan.htm>.

<sup>40</sup> Erdoğan, **a.g.m.**, <http://yayim.meb.gov.tr/dergiler/sayi57/erdogan.htm>.

<sup>41</sup> <http://www.felsefeekibi.com/site/default.asp?PG=1544>, 28.12.2008.

<sup>42</sup> Adorno, **a.g.e.**, 2007, s. 20.

En büyük yayılma aracı iletişim araçlarıdır. Bu yüzden bu araçları elinde tutanların emrindedir ve egemen ideolojiyi yayar.

Kişileri putlaştırır, bireylerin benliklerini kaybetmesine yol açar. Bireyin sistem içinde yükselebileceğini yaygınlaştırır.

Toplumsal çelişmeleri belirsizleştirir; böylece birey sorunlarının toplumsal, ekonomik ve siyasal nedenlerini görmez. Kendisiyle aynı durumda olan kişileri hedef alır.

Sık sık kendini değiştirme ihtiyacı taşıması, her türlü akıma kapıyı aralamasına yol açmaktadır.<sup>43</sup>

### 1.1.1.1.3. Türkiye’de Popüler Kültür

Türkiye’de oluşturulmaya çalışılan kültür politikası, Cumhuriyetle birlikte, batılılaşma projesinin bir parçası olarak, batının ‘seçkin kültür’den nasibini almış ‘popüler kültür’ünü Türkiye’de yaygınlaştırma, Türkiye’nin popüler kültürü haline getirmeyi amaçlayan ve medya dahil, Cumhuriyetin tüm kurumlarında kendini hissettiren bir politikaydı.<sup>44</sup>

Kapitalizm, toplumsal alana etkide bulunmuş, kapitalizmin gelişmesi, Türkiye’de sosyo-ekonomik, sosyo-kültürel düzeydeki ilişki ve davranış biçimlerinin dönüşmesine yol açmasının yanı sıra, bazı tabuların yıkılma sürecini de başlatmıştır. Kitlesel üretimin neden olduğu tüketim özlemi, Frankfurt okulu temsilcilerinin belirttiği “perhizci ideoloji”yi yırtmış ve belli ölçüde ilerici bir işlevi yerine getirmiştir. Emekçi sınıf, bu sayede, tüketime, kendileri için de olabileceğini sezmişler, bu durum, siyasal hareketlenmelerine de yol açmıştır.<sup>45</sup>

1950 yılından itibaren, Türkiye’de merkez ve çevre iller ile aradaki fiziki bağların güçlenmesi, nüfus hareketlerinin artması, kültürel alanda değişimlere yol açtı. Ancak, merkez ve çevrenin, ortak bir kültür etrafında (diğer bir deyişle ‘popüler kültür’) buluşması 1970 yılı itibariyle başladı. Bu dönemde, örneğin yerel müzik anlayışlarıyla müziği yorumlayan kişiler, merkeze adım attı. Teknolojik ürünlerin ortaya çıkması da (45 devirlik plak gibi) kültür ürünlerinin kayıt ve yaygınlaşma fırsatlarının oluşmasını sağladı. Türkiye’de dergilerle, magazinle başlayan süreçle, 1950–1960 yılları arasında kadın büyük

<sup>43</sup> Mehmet Kaygısız, **Türklerde Müzik**, Kaynak Yayınları, İstanbul, 2000, s. 375.

<sup>44</sup> Erol Mutlu, **Televizyon ve Toplum**, TRT Eğitim Dairesi Başkanlığı, Ankara, 1999, s. 157.

<sup>45</sup> Ahmet Oktay, **Türkiye’de Popüler Kültür**, 5. Basım, Everest Yayınları, İstanbul, 2002, s. 91.

ölçüde erkeğe bağımlı ve çalışma hayatının ikinci derece işlerinde istihdam edilmekte iken, özerkleşme eğilimi de göstermektedir. 1960'tan sonra ideolojik göstergelerde köklü değişimin bir uzantısı olarak ekonomik göstergeler kadınların toplumsal hayata yüksek oranda katıldığını yansıtmaktadır. 1950–1970 yılları arasında, magazinlerin büyük kentlerde tüketilmesi, kadınların gelişen kentlerde özerkleşmesinin, kültürel tüketime yönelmelerinin nedenlerinden biridir. Bu gelişmeler, kent yaşamının gelişmesinin yanı sıra, nüfusun geniş bir bölümünü oluşturan kadınların da hareketliğe kavuşmasının bir göstergesidir. O yılların yaygın kitle iletişim aracı olan sinema da, kadın imgesinin değişmesi konusunda önemli bir rol oynamıştır. Yabancı ve yerli filmlerde görülen erotik genişleme, magazin basınına yansımış, kadın söyleminin yeni öğelerle zenginleşmesine yol açmıştır. Bu söylem, aynı zamanda kültür ürünlerine köktenci yaklaşımlar getirmiş, örneğin, feminist hareket ivme kazanmıştır.<sup>46</sup>

1950–1970 yılları dergilerinde yazın-kültür-sanat sorunlarına değinilmesi giderek azalacak, yer verildiğinde ise magazinleştirilecektir.<sup>47</sup> Ekonomik olarak Amerikan yardımları, dış borçlanma ve Kore savaşının yarattığı etkiler çerçevesinde, Türkiye'de oluşan görece gelişme, İstanbul ve Ankara gibi büyük kentlerde modern yaşamı hızlandırarak, magazin, sinema ve sosyete haberlerine geniş yer verilmeye başlanmış, bu tür yaşamın törensel nitelikli, yarışma, balo, özel yaşamın izlenmesi pratiklerine öncelik tanınmıştır.<sup>48</sup>

1970'li yıllar, özgürlüklerin yavaş yavaş kısıtlandığı, ihracata yönelik politikaların uygulandığı bir dönemdir. Türkiye'deki yapılanma da benzer bir şekilde olmuştur. Kültürel oluşumlar, kendini batılı normlara göre yeniden kurmuş klasik burjuvazi, daha entelektüel uğraşlarla ilgilenmiştir.<sup>49</sup> 1970–1990 yılları arası, Türkiye'de kapitalizmin tırmandığı yıllar olmuş, sanayi burjuvazisi, popülist bölüşüm politikalarına yönelmiştir.<sup>50</sup> Burjuvazi, ücretleri frenlemesinin yanı sıra, emekçi sınıfı ürün bombardımanına tutarak, tüketim eğilimlerini kışkırtmış, kültür alanına da girerek, yazın ve sanatın hem pazarlayıcısı hem de alıcısı durumuna gelmiştir. İleri teknoloji kullanan sermaye dergileri, hem kendi hem de alt sınıf üyelerinin, birer lüks meta kimliği altında algılanmaya başlanan kültür ürünleri ile ilgili

---

<sup>46</sup> Oktay, **a.g.e.**, s. 98-99.

<sup>47</sup> Oktay, **a.g.e.**, s. 104.

<sup>48</sup> Oktay, **a.g.e.**, s. 108.

<sup>49</sup> Ali Akay, **Kapitalizm ve Pop Kültür**, Bağlam Yayınları, İstanbul, 2002, s. 54.

<sup>50</sup> Oktay, **a.g.e.**, s. 115.

eğilimlerini güdülendirmeye, televizyonda yayılan görsellik basına egemen olmaya başlamıştır.<sup>51</sup>

1980 yılından beri iktidarda olan Özal hükümetiyle Türkiye ekonomisi, dünya pazarıyla bütünleşmiş, Türkiye, yeni bir yola girmiştir. İşçi, memur, emekli, bürokrat kesim, orta sınıf karakterini kaybederek fakirleşmeye başlamıştır. İktidar, kitle iletişim araçlarını kullanarak siyasetin politik karakterini yok etmiş, yeni bir “aydın” tipi ortaya çıkmıştır. Bu aydın, gazeteci yazarların, kitabın yerini dolduran, hatta daha fazla okunan makaleleri, gazete ve dergilerde yazılmıştır. Para ve prestij makineleri, yeni bir zenginler tabakasına diğer bir deyişle, arabesk burjuvazisinin yönetimine bırakılmıştır. “aydın-arabesk-burjuvazi” ittifakı sonucunda, bilgi ve iktidar’ın iç içeliği ortaya çıkmıştır. Kapitalizmin yanı sıra pazar ekonomisi öne çıkarılmıştır.<sup>52</sup>

Türkiye’de, 1980 yılının sonlarına doğru ortaya çıkan, özel radyo ve televizyon oluşumları, medyatikleşmeyi ve popülerleşmeyi yavaş yavaş hayatın içine yaymıştır diyebiliriz. 1990 yılının başlarında, elektronik medya ortamının da özelleşmesiyle kültürel yapı alt-üst olmuştur; ancak kültürel yapının alt-üst oluşu yalnızca medya ile değil 1980 yılı başlarındaki siyasal ve toplumsal oluşumlarla da ilgilidir.<sup>53</sup>

1960’lı yıllar, sinemada göç temasının işlenmeye başladığı yıllardır. Taşra burjuvazisi, kente gelerek zenginleşir. Bu sırada kültürel bir boşluk çıkar. Şivesi, kıyafetleri, davranışları farklıdır. Düzeltilmeye çalışılırken, düzeltilemez. İlk olarak bu boşluğu dolduran, popüler kültür, alt kültüre hitap eden arabesk kültürüdür (Orhan Gencebay arabeski). Bu kültür 1970’li yıllarda, ne kentli ne de köylü olabilmiş zenginleşmiş alt kültüre hitap etmeye başlayacaktır. 1980’li yıllarda ise bu kültür, klasik burjuvazi karşısında bir hâkimiyet elde eder.<sup>54</sup> 80’lerde genellikle “arabesk” adı altında toplanan çeşitli müzik tarzları, yaygınlık ve üretkenliklerini, kendi geleneksel kültürlerinden kopmuş, ama şehir kültürünün de parçası olamamış, her ikisine de yabancı insanların arlığına olduğu kadar, bu sentetik dili müzikte üretebilmelerine, müziği organik bir sentez oluşturamayacak kadar farklı tarihlere sahip türlerden (Arap müziği, taverna müziği, pop

<sup>51</sup> Oktay, **a.g.e.**, s. 117.

<sup>52</sup> Ali Akay, **Konu-m-lar**, Bağlam Yayınları, İstanbul, 1991, s. 17.

<sup>53</sup> Mutlu, **a.g.e.**, s. 157.

<sup>54</sup> Akay, **a.g.e.**, 2002, s. 56.

müzik, Türk müziği, türkü ya da marş) alıntılara yer veren bir düzeye dönüştürmüş olmalarına da borçludur.<sup>55</sup>

Türkiye’de televizyon köylere kadar ulaşmıştır.<sup>56</sup> 1980’li yıllar, Türkiye’de toplumsal denge, yoğun nüfus hareketleri ile sarsılmıştır. Bu yıllarda, ülkenin sermaye yapısı da köklü bir biçimde değişime uğramıştır. Taşradaki sermaye birikimleri “metropol”lere akmıştır. Toplumbilimsel literatürde, “köyleşen kentler” nitelemesine yol açan bu gelişmeler, 1990’lı yıllarda özel radyo televizyonlara sahip medyatik Türkiye’nin demografik ve ekonomik zeminini oluşturmuştur.<sup>57</sup>

Uzun bir geçmişi bulunmayan Türkiye burjuvazisinin, kendilerine bir gelenek yaratarak, kendi ayrıcalıklarının bilincine varma süreci sırasında, doğrudan, medyalara bağımlı olduğu öne sürülebilir.<sup>58</sup> Üst kültür ürünleri ile ilgilenme olanağı bulamamış, folk ve pop kültür alanında teselli aramış olan emekçi kitleler, televizyon ve videonun yaygınlaşması ile birlikte hızlı bir biçimde, eğlence endüstrisine eklemlenmiş, yazar ve sanatçılar arasındaki mesafe açılmıştır.<sup>59</sup>

Köşeyi dönme ideolojisinin egemen olup, paranın yüce değer sayıldığı ortamda Türk-burjuvazisi ne bulursa toplamakta, müzik, sinema festivallerini izlemekte, koleksiyon yapmakta, best-seller olmuş kitapları mutlaka okumakta, Mills’in “entelektüel” aldatmaca olarak nitelendirdiği yanılısamayı yaşamaktadır.<sup>60</sup>

Popüler kültür aracılığıyla, Türkiye toplumu ilk defa toplumsal çevre, siyasal merkez gerekmezsin, kültür dayatmasını aşarak kendi kültürünü oluşturmuştur. Elbette, bu kültür, dönüştürülmesi ve aşılması gereken özelliklere (örneğin arabesk kültürü) sahip bir kültürdür.<sup>61</sup>

<sup>55</sup> Nurdan Gürbilek, **Vitrinde Yaşamak**, 4. Basım, Metis Yayınları, İstanbul, 2007, s. 24.

<sup>56</sup> Oktay, **a.g.e.**, s. 117.

<sup>57</sup> Mutlu, **a.g.e.**, s. 157.

<sup>58</sup> Oktay, **a.g.e.**, s. 140.

<sup>59</sup> Oktay, **a.g.e.**, s. 119.

<sup>60</sup> Oktay, **a.g.e.**, s. 144.

<sup>61</sup> Hasan Bülent Kahraman, **Postmodernite ve Modernite Arasında Türkiye**, Everest Yayınları, İstanbul, 2002, s.165.

### 1.1.1.1.2. Kitle Kültürü

Çağın en önemli toplumsal görünümü olarak kitlenin ortaya çıkışı sanayi devrimiyle başlar. Sanayileşme ve kentleşmeye bağlı olarak insanların başta üretim ortamı olmak üzere çeşitli koşullarda kalabalık yığınlar halinde bulunması 19. yüzyılın sonlarına doğru dikkat çekici bir toplumsal olgu olarak dile getirilmiştir. Hala yeterince nitelik kazanmayan kavram, yüzyıl kadar önce Fransız düşünür Gustave Le Bon tarafından ciddi bir tehlike olarak ele alınmıştır.

Radikal hareketlerin övgü dolu sözlerine rağmen kitle, daha çok olumsuz çağrışımlar yapmıştır. Bunun başlıca nedenlerinden ilki kalabalıkların şuursuz hareket etmeleridir. Batı Avrupa’da önceleri milliyetçilikle başlayan kitlesel eğilimler zamanla sınır tanımayan ırkçı saldırılara dönmüştür.<sup>62</sup>

Güneş’e göre kitle kavramı bir insan kümesini tanımlamaya yarayan grup, yığın kalabalık, kamu, topluluk ve toplum kavramlarından farklı, özgün bir içerik taşır. Bu özgünlük kitlenin pek çok farklı görünümü kapsamıyla açıklanabilir. Le Bon, homojen ve heterojen genel ayırımından sonra sokaktaki kalabalıktan parlamentoya, dini mezheplerden sınıfsal kesimlere kadar bütün toplumsal grupları/kümeleri kitle kavramı içinde ifade eder. Aslında Le Bon’un dikkat çekmek istediği nokta herhangi bir insan kümesinin sahip olduğu ruh halinin tek tek bireylerin ruh halinden apayrı bir şey olduğu gerçeğidir.

Bir ırka, bir dine, coğrafyaya, mesleğe v.b. bağlı insan topluluğunu ortak bir tema ile açıklamannın yolu ilgi bağımlı oluşturan olgunun (din, ırk, mezhep, meslek) derinlemesine incelenmesidir. Buna ek olarak bireyin topluluk içerisindeki psikolojisi ve eğilimleri de sosyal psikolojik boyutu aydınlatmaya yeterlidir. Ancak Le Bon’un kitleler çağı nitelmesini yapması da gösteriyor ki, burada asıl önemli olan kalabalıkların beklenmedik davranış sergilemesidir. Bu yönüyle kitle medeniyete ait bir olgudur. Bilinen toplumsal grup, grup nitelmelerinden farklı insan kümelerinin yanı sıra, bilinen grupların farklı bir görünümünü de ifade eder.<sup>63</sup>

<sup>62</sup> Sadık Güneş, **Medya ve Kültür**, 2. Baskı, Vadi Yayınları, Ankara, 2001, s. 63.

<sup>63</sup> Güneş, **a.g.e.**, s. 63-64.

Kitle kavramının oluşmaya başlamasıyla birlikte 19. yüzyılın kapitalizmi, yeni ve eşi olmayan bir egemen kültürü, kitle kültürünü yaratmıştır. Bu kültür (a) ihtisaslaşmış özel bir sektör olarak, (b) durmadan artan endüstri üretimi olarak ve en önemlisi (c), ilk defa işçi sınıfına yöneltilen ve özellikle onların tüketimi için üretilen bir kültür olarak ortaya çıkmıştır. Bu kültürel üretim kitle üretimi yapan kapitalist pazara entegre olmuş yaşam biçiminde, pazar güçlerinin kendilerini sürdürme ve yayılma (ulusal ve uluslararası sömürü) zorunluluğuyla birlikte gelir. Böylece egemen bir pazar yapısı yaşamı biçimlendirirken, bu yaşama bütün farklı sınıfların, grupların, cemaatlerin, kavimlerin yaşam yollarını, kişiliklerini, varlığını, onları üretilen zenginliklerin paylaşımında sadece çalışan ve tüketen olarak tutarak, özel mülkiyet ilişkilerinin egemenliği ve kültürü (kapitalist kültür) altında birleştirir, insanlık tarihi egemenliklerin kurulduğu ve mücadelelerle yıkılıp yeni egemenliklerin inşa edildiği bir tarihtir: Egemenlik yaratılır ve sürdürülürken, aynı zamanda karşıtlık da biçimlenir ve mücadele sürdürülür. Dolayısıyla, insan aynı zamanda mücadele kültürünü de inşa eder ve geliştirir.<sup>64</sup>

Erdoğan'a göre kitle kültürü, kitle üretimi yapan bir endüstriyel yapının yarattığı maddî yaşamı gerçekleştirme ve bu gerçekleştirmenin materyal ve bilişsel/düşünsel biçimidir. Standartlaşmış kitle üretim biçimi ve tekniklerini, örgütlerini ve kitle tüketicisini gerektirir. Kitle kültürü seri üretimin sonuçlarından biridir ve kitle toplumundan önce var olmamıştır. Kitle toplumu üzerine de inşa edilmemiştir: Kitle toplumunun ticarileşmiş kendisidir. Günümüzde kitle kültürü kitle iletişim araçları ve bu araçların desteklediği küresel pazarın mal, hizmet ve ideolojisiyle birlikte düşünülür. Kitle kültürüyle biçimlendirilen dünya kapitalist üretim tarzının egemenliğindeki bir uygarlığı temsil eder.<sup>65</sup>

Özbek'e göre kitle kültürü kavramı, kitle toplumu kavramıyla bitişik bir kavramdır. Batılı kapitalist toplumların 19. yüzyılın sonundan itibaren oluşan türdeş bir toplum haline geldiğini varsayan bu kavram toplumsal grup ve sınıfların varlığını yok sayan bir kurama yaslanmaktadır. Böylelikle kitle kültürü kavramını kullananlar, çoğunlukla, yalnızca sanatı dışarıda bırakarak, modern toplumlarda tek bir kültür olduğunu varsaymaktadırlar.

Kitle kültürü kavramı, "kitle insanı" kavramıyla da bitişik bir kavramdır. Atomlaşmış bireylerden oluşan kitlelerin, "içsel olarak aptal, dengesiz ve kolay etkilenebilir" olduğunu varsayan kitle toplumu kuramına yaslandığı için, kitle kültürü tüketicisinin kültürel

<sup>64</sup> Erdoğan, **a.g.m.**, <http://yayim.meb.gov.tr/dergiler/sayi57/erdogan.htm>.

<sup>65</sup> Erdoğan, **a.g.m.**, <http://yayim.meb.gov.tr/dergiler/sayi57/erdogan.htm>.

davranışının tamamen edilgin olduğunu varsaymaktadır.<sup>66</sup> Tüketicileri, var olan düzenle uzlaştırarak, kapitalist istemin çıkarlarına hizmet etmelerini sağlayan kitle kültürü, kültür ürünlerinin üretim, dağıtım, tüketim süreci ile bu süreçte teknoloji ve emeğin örgütlenmesini belirten bir kavramdır. Kitle toplumu kavramı ile bitişik olan kitle kültürü kavramı, batılı kapitalist toplumların 19. yüzyıl sonundan itibaren atomlaşmış bireylerden oluşan türdeş bir toplum haline geldiğini varsayar ve toplumsal sınıfların varlığını yok sayan bir kurama yaslanmaktadır. Bu kavramı kullananlar, sanatı dışarıda bırakarak, modern toplumlarda tek bir kültür olduğunu varsayarlar.<sup>67</sup>

Bu anlamda “kitle kültürü”, “kitle toplumu” ve “kitle insanı” kavramları, soyut ve şeyleştirilmiş kavramlardır. Çünkü, insanın tarihi yapabileceğini, kültürel ürünleri tüketirken farklı anlamlar verebileceğini yok sayarak, insanı tamamıyla kitle toplumunun makinesinden geçirilmiş edilgin bir varlık olarak ele almakta ve tarihin yapılabiliğini, kapitalizmin teknolojik mantığının soyut devinimine indirgemektedir.<sup>68</sup>

Charles Wright Mills’e göre, kitle toplumunun belli başlı özellikleri şunlardır:

- 1) Kitle toplumunda çok az sayıda insan kendi fikir ve düşüncelerini ifade edebilir. Bu toplumda bireyler bir yığına indirgenmişlerdir ve kamuoyu kitle iletişim araçları tarafından biçimlendirilir ve yönlendirilir.
- 2) Kitle iletişim araçlarının örgütlenme biçimi, insanların bu araçlara ve kurumlara karşı anında ve etkili bir şekilde tepki göstermelerine engeldir.
- 3) İktidar çevreleri ve resmi makamlar, toplumun ekonomik ve düşünsel kaynaklarını kontrol ettikleri için, kamuoyunun kendi başına herhangi bir düşünce geliştirerek bunu uygulamaya geçirme imkanı pratikte yoktur.
- 4) İktidar, kamuyu kitleleştirerek onların bağımsızlığını ortadan kaldırmıştır. Endüstriyel ve askeri seçkinler, kamuoyunu oluşturma ve yönlendirme gücünü kendi tek ellerinde tutarlar. İşte kitle kültürü, bu tip özelliklere sahip bir toplumun kültürüdür ve bu kültür, endüstriyel tekniklerle üretilerek çok geniş bir kitleye ulaştırılır ve kitlelerin kendileri, bu tip bir kültürün üretilmesine ve dağıtılmasına

---

<sup>66</sup> Özbek, **a.g.e.**, s. 89.

<sup>67</sup> Özbek, **a.g.e.**, s. 91-92.

<sup>68</sup> Özbek, **a.g.e.**, s. 91-92.



karşı koyamadıkları gibi bu kitlelerin, alternatif bir kültür yaratma imkan ve ihtimalleri de ellerinden alınmış olur.<sup>69</sup>

Bu bağlamda, kitle iletişim araçlarıyla topluma yayılan her türlü düşünce, davranış, anlatı ya da temsillerin hepsi “kitle kültürünü” oluşturur. Kitle kültürü, kitle toplumunun kültürüdür. Buna göre, kitle kültürünün ortaya çıkmasını sağlayan iki gelişme, sanayileşme ve buna bağlı olan kitleleşmedir. Sanayileşmenin neticesinde, üretim, dağıtım ve tüketim ve kitleselleşmiştir. Üretimin kitleselleşmesi, aynı zamanda bir tüketici kitlenin yaratılmasını da sağlamıştır. Bu bahsedilen sürecin sadece maddi malların üretimi için değil, kültürel ve iletişimsel içeriklerin üretim, dağıtım ve tüketimi için de geçerli olduğunu da ifade etmek gerekir.

Kitle kültürünün üretimine bu kültürü tüketenler karar veremezler. Egemen güçler tarafından alınan kararlara göre bu ürünler üretilir ve kitle iletişim araçlarıyla topluma yayılır. Bu içerikleri tüketen ve kitleleri oluşturan insanlar, farklı yaşam ve düşünce pratiklerine sahip olsalar da tükettikleri kitle iletişim içerikleri sayesinde ortak bir düşünce ve pratikler setine sahip olurlar öte yandan, kitle iletişim araçlarının ve çeşitlerinin sayısı artsa da içerik açısından bir çeşitlenmenin söz konusu olmadığı da belirtilmelidir. Öyle ki bütün kitle iletişim araçları benzer içeriklere ve işleyiş mantığına sahiptirler. Böylece kitleler benzer çalışma ve boş zamanı değerlendirme biçimlerine sahip olurlar. Bu kültür, seri olarak üretilir ve standarttır. Bu şekilde, kültür emtialaşmış ve kapitalist üretim ve ticaretin kurallarına bağlanmış olur. Tüketimi kolay olduğu için de kitlelerle kolayca buluşarak, onları kapitalist sistemin egemen değerleriyle bütünleştirir.<sup>70</sup>

Frankfurt Okulu temsilcilerine göre, “kültür endüstrisi” olarak adlandırdıkları sosyolojik yaklaşımda, halkın giderek ortadan kalktığını, tüketici olduğunu ve her şeyin kitleler halinde üretildiğini belirtir. Halk, giderek ortadan kalkarak, insan kendisi tüketici olur ve eğlenme, değerler, mallar kitle halinde üretilir. Kitle iletişim araçları tarafından üretilen fikirler de, kitle kültürü ve toplumunu destekler Adorno ve Horkheimer’in “kültür endüstrisi” kavramı, on dokuzuncu yüzyıl sonu, yirminci yüzyıl başlarında, Amerika ve Avrupa’da, yükselen eğlence endüstrisinin, kültürel biçimlerin metalaştırılması anlamında kullanılmışlardır. Eğlence endüstrisi tarafından üretilen kültürel mallar, kar elde etmek için, amaçlara uygun biçimde

<sup>69</sup> Charles Wright Mills’den aktaran Nilüfer Korkmaz, Levent Yaylagül, “Kitle Kültürü/Popüler Kültür Tartışmaları”, **Medya, Popüler Kültür ve İdeoloji**, 1. Baskı, Dipnot Yayınları, Ankara, 2008, s. 127.

<sup>70</sup> Korkmaz, Yaylagül, **a.g.m.**, s. 128.

hazırlanır, üretilir ve kullanılırlar.<sup>71</sup> Fredric Jameson, kitle kültürünün, sadece zihni, ilgiyi başka yöne çekmede değil, fanteziler ve dönüşümleri idare etme alanı olarak da görülmesi gerektiğini belirtir.<sup>72</sup>

Frankfurt okuluna göre, kitle kültürü, demokratik bir kültür değildir. Gerçek bir kültür değildir, kendiliğinden olmayan, şeyleşmiş kalıp kültür üretmektedir. Modern kitle toplumunda, eski zamanlardaki gibi, birbirinden farklı, yüksek kültür ve alt kesimlerin kültürü olmak üzere iki ayrı kültür de kalmamıştır. İki kültür arasındaki bu farklılık, kitle kültürü içinde erimiş, yok olmuştur. Klasik sanat yapıtı örnekleri bile, Marcuse tarafından, “tek boyutlu” düzmece-sanat olarak adlandırılan kitle kültürü sanatının içinde özümsemiştir.<sup>73</sup> Adorno “Kitle Kültürünün Şeması” adlı metninde kitle kültürünü “Süssüz bir makyaj” olarak nitelendirmektedir.<sup>74</sup>

Kitle toplumu düşüncesine göre, modernleşme ile fonksiyonel olarak birbirine bağlı fakat duygusal bakımdan birbirinden çok kopuk insan kütlesi üretilir.<sup>75</sup> Erdoğan’a göre kitle kültürü, popülerin, diğer bir deyişle halkın olanın, kitle kültürü denen kapitalist Pazar kültürü içine alınması, ticari ve reklam kültürünün bir paçası yapılması sürecidir. Bayraktar’a göre ise kitle kültürü, öğretir fakat eğitmez. Manevi değerleri, seri halde kopyalar. Zevk ve değerlerden yoksun ürünlerle, bireyselliğe karşı ilgisizliği ile onu kimliksizleşmeye götürür. Asıl kültürden farklı olarak, insan hürriyetini daraltır.<sup>76</sup>

Korkmaz ve Yaylagül’e göre kitle iletişimi, taşıdığı içeriklerle, geniş kitleler için daha iyi yaşamın ne olduğunu (yani, daha iyi yaşamak için daha çok tüketmek gerektiğini göstererek), kapitalizmin yeniden üretimini sağlayan tüketim kültürünü yaygınlaştırır. Böylece, tüketim kültürüne bağımlı hale gelen kitleler, kendi nesnel koşullarının gerçeklerinden ve bilincinden uzaklaşarak pragmatik ve bireyci kapitalist dünya görüşüne sahip olurlar.

<sup>71</sup> İrfan Erdoğan, Korkmaz Alemdar, **Popüler Kültür ve İletişim**, 2. Basım, Erk Yayınları, Ankara, 2005, s. 287-288.

<sup>72</sup> Erdoğan, Alemdar, **a.g.e.**, s. 313.

<sup>73</sup> Martin Jay, **Diyalektik İmgelem Frankfurt Okulu ve Sosyal Araştırmalar Enstitüsü Tarihi 1923-1950**, İstanbul, 1989, s. 312.

<sup>74</sup> Adorno, **a.g.e.**, s. 23.

<sup>75</sup> Erdoğan, Alemdar, **a.g.e.**, s. 258.

<sup>76</sup> Erdoğan, **a.g.e.**, s. 258.

Kitle iletişim araçları, psikolojik ve coğrafi olarak izole olmuş bireylerden oluşan, aralarında etkileşim bulunmayan, örgütlü olmayan, onları, görelî olarak enformel olarak toplumsal zorunlulukların bağından kurtaran ve onları, anonim bireylerden oluşan bir “kitle” haline getiren ve böylece kolayca yönlendirilebilecek bir toplum yaratılmasına katkıda bulunmuştur. Televizyon programları gibi kitle dolayımı kültürel ürünler, belli bir estetik geleneğe dahil olan tek bir sanatçı tarafından değil, gruplar tarafından kitlesel olarak üretilmektedir. Bundan dolayı, kitle sanatında seçkin sanatta bulunan bireysellik ifadesi yoktur, bu yüzden kitle kültürü ürünleri ticari, standartlaşmış ürünlerdir ve insanın duyarlılığını ve düşüncesini geliştirmekten ziyade geriletir.<sup>77</sup>

### 1.1.1.1.3. Popüler Kültür-Kitle Kültürü Ayrı (mı?)

Kitle kültürü ve popüler kültür arasında ayrım yapılmasına karşın aslında popüler kültür, kitle kültürün bir parçasıdır, denilebilir. Erdoğan’a göre popüler kültür, kitle kültürünün somut şekillerinden birisidir.<sup>78</sup> Korkmaz’a göre kitle kültürü, endüstriyel bir yapı tarafından önceden tasarlanıp standart bir şekilde emtia formunda üretilir. Bu kültür aracılığıyla hem mal ve hizmetler hem de kapitalist dünya görüşü satılmış olur. Popüler kültür ise kitle kültürü ürünlerinin en popüler olanlarını ve geniş kitleler tarafından tüketilen formlarını ifade etmek için kullanılır.

Bu şekilde, popüler kültür ürünleri de birer emtia formunda üretilir ve kullanıcıları için bir kullanım değerine sahiptir. Kendisini üreten endüstriyel yapı için ise bir değişim değeri vardır. Kısaca, popüler kültür formları, kendisini üreten endüstriyel yapı için bir zenginlik yaratılmasını sağlarken, tüketiciler için ise bir kullanım değerine sahiptir. Vurgulamak gerekir ki, bir malın kullanım değeri, insanların doğal ya da hayati bir ihtiyacını karşılamaz. Daha çok kitle iletişim endüstrisi aracılığıyla yaratılan hayali ihtiyaçları karşılayarak tüketicilerin haz almalarını sağlar.<sup>79</sup>

Frankfurt Okulu üyelerinden Adorno ve Horkheimer, popüler kültür ya da kitle kültürü kavramsallaştırmasından çok, kültür endüstrisi terimi üzerinde durmuşlardır. “Aydınlanmanın Diyalektiği” başlıklı kitaplarında da kültür endüstrisi kavramını kullanmışlardır. Bu kitabın

<sup>77</sup> Korkmaz, Yaylagül, **a.g.m.**, s. 129.

<sup>78</sup> İrfan Erdoğan, “Popüler Kültürde Gasp ve Popülerin Gayri Meşruluğu”, **Doğu-Batı Dergisi**, Yıl: 4, Sayı: 15, Mayıs-Haziran-Temmuz, 2001, s. 75.

<sup>79</sup> Korkmaz, **a.g.m.**, s. 130.

taslağında “kitle kültürü” kavramını kullanmalarına rağmen daha sonra bu kavramın yerine “kültür endüstrileri” kavramını tercih etmişlerdir. Çünkü bu kavramsallaştırma kültürün halktan/kitlelerden kaynaklamadığı, halk veya kitlelerin bu kültürü üretmediği ve bu kültürün kültür endüstrileri tarafından üretildiğini vurgulamaktadır.

Gücün ve zenginliğin eşitsiz bir şekilde dağıtıldığı tekelci kapitalist toplumlarda, mülkiyet ve kontrol kapitalist bir sınıfın elinde yoğunlaşmıştır. Bu sınıf, ekonomik, siyasi ve kültürel her türlü aracı kullanarak, mevcut düzenin devamlılığını sağlamaktadır. Böylece, kültürel alan da bilinç yönetiminin bir aracı haline gelir. Kültürün endüstrileşmesiyle, kültürel biçimler, pazarlanabilir ve değiştirilebilir birer emtiaya dönüştürülmüştür. Bu alan tamamen kültür tekellerinin ve finans sermayesinin denetimine girmiştir. Bu endüstrinin amacı, istek yaratmak ve endüstrinin diğer sektörlerinde üretilen ürünlerle bu (yapay/sahte) ihtiyaçları karşılayarak, sistemin yeniden üretimini sağlamaktır. Bu anlamda kültür endüstrileri, hem belirli bir emtia satar hem de insanların rızasını üretir. Kültür endüstrisinin ürettiği ürünlerle topluma yayılan bu kültür, topluma egemen ideolojiyi aktarmakta ve bir tür denetim mekanizması işlevi görmektedir.<sup>80</sup>

Görülüyor ki teknolojinin kültür alanına girmesiyle birlikte, kültür alanı da endüstrileşmiş ve tek biçimli ve köksüz bir “kitle kültürü” ortaya çıkmıştır. Kültür endüstrileri tarafından üretilen kitle kültürünün temel işlevi ise sosyalizmi kuracak maddi güç olan işçi sınıfını pasifleştirmek ve onları kapitalistlerin maddi ve ideolojik çıkarlarını sürdürmesi için birer tüketiciye indirmektir. Kitle kültürü ticari bir kültür olduğu için içeriğindeki hayaller ve fantezilerle işçi sınıfını oyalamakta, kapitalist yaşam biçiminin getirmiş olduğu zorlukları, düş kırıklıklarını hafifletmekte, insanların zihinlerini fazla yormadan, herkesin anlayabileceği bir içerikle toplumsal çelişkileri hayali olarak çözerek, faşist ideoloji doğrultusunda toplumsal bir uyum yaratmaktır. Oysa gerçek (yüksek) sanatın işlevi kitleleri oyalamak ve yönlendirmek değil, gerçek toplumsal çelişkileri dile getirmek ve egemenlik ilişkilerini eleştirerek, baskılara karşı insanları direnişe ve protestolara sevk etmek ve özellikle aydınların var olan düzene uyum sağlamasını engellemektir.<sup>81</sup>

<sup>80</sup> Levent Yaylagül, **Medya, Popüler Kültür ve İdeoloji**, “Frankfurt Okulu’nda Kültür Endüstrileri ve Kitle Kültürü Yaklaşımı”, 1. Baskı, Dipnot Yayınları, Ankara, 2008, s. 143.

<sup>81</sup> Yaylagül, **a.g.e.**, s. 144.

## 1.2. KİMLİK

Müzik olgusunun kültürel bir kimlik aracı olarak incelendiği ve kültürel kimliğin bir yansıması olan yıldız olgusunun ele alındığı çalışmamızda kültür kavramı açıklandıktan sonra kimlik kavramına yer verilecektir. Bu bağlamda kültürel kimlik olarak bireylerin kendilerini ifade etme biçimlerine bakılacaktır. Bu nedenle kimlik kavramının açıklanması önemlidir. Bu başlık altında genel hatlarıyla kimlik kavramına değinilecek ve kişisel ve kültürel olmak üzere kimlik çeşitlerine yer verilecektir.

### 1.2.1. Tanımlar, Yaklaşımlar

1940'lerden önce kullanılmayan kimlik kavramı, son 50-60 yıl boyunca göz ardı edilemeyecek teknik bir terim haline gelmiştir. Kavramın bu tarihsel serüveni içinde ağırlığı, önceleri psikoloji ve sosyal psikoloji almıştır. 1980'lerin başlarından itibaren sosyoloji ve sosyal antropolojinin yorumsal ve teknik söz dağarına girmiştir. Kimlik ile düşünülen ve onun aydınlatılmasını da içerecek şekilde kullanılan dört terim şöyle belirginleşmektedir: Ben=ego, Benlik=self, Kişilik=Personality, Kimlik=identity.

Bu kavramlar, psikoloji, sosyoloji ve antropoloji gibi kurumsallaşmış sosyal bilim disiplinlerinde değişik kuramsal yaklaşımlara bağlı olarak, temelde ortak bir ölçüt çerçevesinde, kişiyi başkalarından ayıran duygu, tutum, düşünce ve davranışların örgütlenmiş, kaynaşmış bir bütünlüğünü ifade eden kavramlar olarak anlaşılmakta ve kullanılmaktadır.<sup>82</sup>

Maalouf'a göre kimlik, bireyleri başka hiç kimseye benzemez yapan şeydir. Her kişinin kimliği, resmi kayıtlarda görünenlerle kesinlikle sınırlı olmayan bir yığın öğeden oluşur. Elbette insanların büyük çoğunluğu için dinsel bir geleneğe bağlılık söz konusudur; bir ulusa, bazen iki ulusa; etnik ya da dilsel bir gruba; az ya da çok geniş bir aileye; bir mesleğe; bir kuruma; belli bir sosyal çevreye... Ama liste daha da uzundur, neredeyse sınırsızdır: insan bir eyalete, bir köye, bir mahalleye, bir kabileye, bir spor takımına ya da meslek kuruluşuna, bir arkadaş grubuna, bir sendikaya, bir işletmeye, bir partiye, bir

<sup>82</sup> Erol, a.g.e., s. 212.

derneğe, bir cemaate, aynı tutkuları, aynı cinsel tercihleri, aynı fiziksel özürleri paylaşan ya da aynı zararlı etkilere maruz kalan bir insan topluluğuna ait olduğunu hissedebilir.

Bütün bu aidiyetler, her halükarda aynı anda, elbette aynı derecede önem taşımazlar. Ama hiçbirisi de tam olarak anlamsız değildir. Bunlar kişiliğin yapı taşlarıdır, çoğunun doğuştan gelmediğini vurgulamak koşuluyla, neredeyse “ruhun genleri” denebilir onlara.

Bu öğelerin her birine çok sayıda bireyde rastlamak mümkünse de, iki farklı insanda aynı bileşimi asla bulamazsınız ve her birinin zenginliğini, kendine özgü değerini oluşturan da işte budur, her varlığın tekil ve potansiyel olarak yerinin doldurulmaz oluşunu sağlayan budur.

Aidiyetlerin her biri bireyleri çok sayıda insana bağlar; buna karşın, bireylerin hesaba kattıkları aidiyetleri çoğaldıkça, kimlikleri de özel bir durum olarak ortaya çıkar. Çıracılık çok erken, daha bebeklikte başlar. İsteyerek ya da istemeden çocuğun ailesi onu biçimlendirir, oluşturur, ailevi inançları, adet ve alışkanlıkları, davranışları, üzerinde uzlaşmış kuralları, elbette anadilini ve daha sonra korkuları, emelleri, önyargıları, kinleri ve daha başka aidiyet ve ait olmama duygularını ona aşılır.<sup>83</sup>

Maalouf'a göre, bir insanın kimliği başına buyruk aidiyetlerin birbirine eklenmeleri demek değildir, kimlik bir “yamalı bohça” değildir, gergin bir tuval üzerine çizilen bir desendir; tek bir aidiyete dokunulduğu zaman, sarsılan bütün bir kişilik olur.

Kimlik öyle bir çırpıda verilmez, yaşam boyunca oluşur ve değişir. Doğarken içimizde varolan kimlik öğelerimiz pek fazla değildir örneğin; bazı fiziksel özellikler, cinsiyet, renk... Hatta orada bile her şey doğuştan gelmez. Cinsiyetimizi belirleyen elbette sosyal çevremiz değil ama bu aidiyetin yönünü belirleyen gene de o; Kabil'de kız doğmakla Oslo'da kız doğmak aynı anlamı taşımıyor, kadınlık aynı biçimde yaşanmıyor, ne de kimliğin başka bir öğesi...<sup>84</sup>

Kimlik kişinin ait olduğu bütündür. Bireyin kişisel deneyimleri ve görünüş, tavır, zeka, gibi niteliklerinin yanında, ait olduğu sosyal sınıf ve aile bağlantıları içindeki sosyal ilişkiler ağı olarak tanımlanabilir.

<sup>83</sup> Amin Maalouf, **Ölümcül Kimlikler**, Çev: Aysel Bora, 26. Baskı, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 2008, s. 21, 26.

<sup>84</sup> Maalouf, **a.g.e.**, s. 25.

Kişilerin ve grupların kimliğini büyük ölçüde belirleyen toplumsal normlardır. Bu bağlamda, bir bireyin kimliğini belirleyen en önemli işaret o bireyin adıdır. Bireyselliğin en önemli belirleyicisi ad vermedir. Kişi ve grup adları kimliğin açık ifadesidir. Kişinin kimliğini belirleyen biraz da kimlere karşı olduğu ile ilgilidir. Bireyin kendini kimlere karşı ve nasıl tanımladığı önemlidir. Bu evrensel gerçeği Levi-Straus, “öteki”lere karşı “ben” şeklinde tanımlamaktadır. Kimlik son çözümlemede bir kültür sorunudur. Geleneksel küçük toplumlarda da herkesin bir kimliği vardı ancak kimliğin algılanmasının bir sorun olarak ortaya çıkması hızlı sosyo-kültürel değişimlerden sonra oluşmuştur. Kimlik, bireysel varoluşlarla ilgili bir arayışın sonucudur. Çağdaş insan kimliğini diğer dönemlere oranla daha fazla arama telaşı içindedir. Çünkü kendisine verilen kimlik kartları artık onun karmaşık ilişkilerini ve yaşamını aydınlatmaya yetmemektedir. Levi-Straus’a göre birey, kendisini bir şeylerin karşısına koyarak tanımlamaktadır. O’na göre, ötekiler olmasaydı da kişi onları yaratır ve onların karşısında yer alırdı. Çünkü bu varoluşsal bir sorundur. Birey kendi kimliğini bulmak, tanımlamak ve korumak ister. Birey varoluşunu gerçekleştirmek için, içinde bulunduğu toplumsal koşulları dikkate alarak kendi konumunu belirler ve karşısına kendi farklılığının farkına varmak için başkalarını yerleştirir.<sup>85</sup>

Bozkurt Güvenç’e göre toplumsal kişilik yapısı, nesnel, gözlemlenebilir bir gerçeklik alanı olarak algılanır. Bu çerçeveden bakılınca, kimlik bu gerçekliğin dışı vurulmasıdır. Ülke ve toplum imajı ise bu gerçekliğin, dışarıdan ve yabancılarca nasıl algılandığı ile ilgilidir. Yani kimlik ile imaj aynı anlamda değildir. İmaj varlığın dışarıdan algılanması, kimlik ise varlığın kendi kendisini nasıl algıladığı ve bunu nasıl tanımladığıdır. İmaj ise söz konusu öznenin kendisine uygun bulduğu bu tanımı dışarıdaki dünyanın nasıl algıladığı, dış dünyaya nasıl yansıtıldığıdır.

Demez’e göre günümüzde sınıfı ve kimliği belirleyen daha çok hızlı tüketim alışkanlığıdır. Özellikle gençler, kendi aralarında bir takım anlamlar yükledikleri giyiniş tarzı ve markalarla kimliklerini, ait oldukları sınıfı, sempati duydukları alt grupları, sevdikleri müzik ve yaşam biçimlerini belirginleştirirler. Belirginleşen bu tarz karşısındaki yorumuna sunulur. Kimliğin diğer işaretleri de beden üzerinde yaşanarak taşınır. Bıyık ve sakal ile ideoloji arasında sıkı bir ilişki olması bunu örneklendirebilir. Bazen kimliği ifade eden kullanılan kelimeler de olabiliyor. Bir grup kendi kimliğini vurgulamak için, yeni

<sup>85</sup> Gönül Demez, **Değişen Erkek İmgesi**, Babil Yayınları, İstanbul, 2005, s. 41.

kelimelere ağırlık verirken, başka bir grubun değerlere ve geçmişe olan saygısını eski dildeki kelimeleri kullanarak ifade etmesi gibi.

Kimlik on sekizinci yüzyılın son dönemine kadar içsel anlamda ahlaki bilinç ve dışsal olarak aile ve toplumsal sınıf tarafından belirleniyordu. Rousseau'dan önce kimliği belirleyen dış dünya iken Rousseau ile çocuklukta deneyimler kimliği belirleyen etkenler olarak karşımıza çıkar. Salt kimliğini tanımlamak için otobiyografik çalışma yapan Rousseau kimliğin yalınlaşmasına katkıda bulunur.<sup>86</sup>

Erol'a göre kimlik, yüzeysel olarak, kısaca kişilerin ve çeşitli büyüklükteki toplumsal grupların "kimsiniz, kimlerdensiniz" sorusuna verdikleri yanıtlardır. Kavramın temel bileşenleri tanınma ve tanımlanma ile aidiyettir. Psikolojide kimliği nitelemede kullanılan "benlik" (self) kavramı; bireyin kendisinin saydığı ve sosyo-effektif bir değer atfettiği özellikler bütünü olarak "kim olduğunu" tanımlama biçimini ifade etmektedir. Kimlik terimi, genellikle Avrupa sosyal psikoloji çevrelerinde daha çok tercih edilmektedir; bireysel ve sosyal olanın eklenmesini içerecek tarzda, benliğin diğerleriyle ve toplumla ilişkisinde temsili bir kurgusu olarak kimlik, benliğe kıyasla kişiler arası etkileşimi ve sosyal gerçekliğe referansı daha çok içermektedir.

Aslında her iki kavram da, insanın kim olduğu ile ya da ben kimim? sorusuna verdiği yanıtla ilgilidir. Ancak kişinin "başkaları için ne anlam ifade ettiğini" öğrenmesi yanında, "kendi olmayı öğrenmesi" önemle vurgulanır.<sup>87</sup> Aidiyet, kişinin "mensubiyet" ve "ait olma" konusundaki başvuru çerçeveleri, "kimlik tutunumu"nu sağlayan dayanaklardır. Burada kimlik başka bir şeye ait olma ihtiyacının belirmesiyle karşımıza çıkar. "İnsanın kendini ne olarak/neye dayanarak tanımladığı" ya da "kendisini diğerlerinden ayırt eden özelliklerin neler olduğu" sorularının yanıtları genellikle sosyal psikolojiktir. Bu çerçevede, kişilerin ya da toplumsal grupların tek bir kimliği bulunmaz; çeşitli bağlamlarda çeşitli kimliklerle tanındığımızı ve kendimizi tanıttığımızı görebiliriz. Kimlik, hem tümüyle toplumsal hem de kişiseldir; değişken derecelerde kişinin kendisinin benimsediği/sahip çıktığı veya başkaları tarafından atfedilen göndermelerden kaynaklanır.<sup>88</sup>

<sup>86</sup> Demez, **a.g.e.**, s. 43.

<sup>87</sup> Erol, **a.g.e.**, s. 212.

<sup>88</sup> Kaplan, **a.g.e.**, s. 74.



“Benlik, herkesin kendi öz kişiliği hakkında sahip olduğu zihinsel temsildir”. “Kimlik, bireyin kendi kendisini, davranışları, ihtiyaçları, motivasyonları ve ilgileri belirli bir şekilde tutarlılık gösteren, kendi kendine sadık, diğerlerinden ayrı bir varlık gibi algılanmasını içeren, bilişsel ve duygusal nitelikte bileşik bir zihinsel yapıdır”. Bu terminolojik karışıklık Lipiansky’ce şöyle aşılır: Benlik bilinci, bizzat kişiye gönderen ya da kişiyle ilgili tüm bilinç içeriklerini kapsar; bu içerikler son derece çeşitlidir ve her an değişir. Kimlik ise, bu hareketli oyunda benlik bilincinin en istikrarlı, en bütünleşmiş ve en değişmez öğelerini ifade eder. Algıdaki seçicilik nedeniyle bu bilinç içeriklerinden bir kısmı savunma mekanizmaları tarafından bastırılmış ya da bozulmuş olacağından, kimlik bilinç dışı bazı boyutları da kapsar. Bu anlamda kimlik, benliğe kıyasla daha bütünsel bir kavram olarak nitelendirilebilir. Zaten benlik teriminden türeyen bileşik terimler kimliğin belirli boyutlarını karşılar.<sup>89</sup>

Erol’a göre, birlik-bütünlük duygusu olan kimlik, ilişkide bulunduğu unsurlardan herhangi birinin bütünlüğe zarar verici noktaya gelmesi durumunda sorun olacaktır. Kimlik sorununu sosyal psikolojik boyutları “toplumsal boyuta taşıyan olgu” kişinin tanımlanmasında ağırlıklı olarak onun (yaş, cinsiyet vb.) kişisel özellikleri değil, (hem öznel hem de nesnel anlamda) gruba ilişkin aidiyetlerinin rol oynamaya başlamasıdır. “Bunlar kimler?” ya da “Bunlar kimlerden?” soruları ile herhangi bir grubun “kolektif kimliği”ne gönderme yapılmaktadır.

İnsan genetik donanımı dışında bir var olma stratejisi geliştirmektedir. Biyolojik evrim sürecinde gelişen beyni insana araç-gereç yapma ve gelişkin bir semboller sistemi oluşturma yetisini kazandırmıştır. Bu yetilerle “kültür”ü oluşturur. İnsanı canlılar evreninde farklı kılan en belirleyici özellik onun kültür yaratıcısı olmasıdır. Ancak, insan farklı çevresel etkenlerin yarattığı farklı gerilimlerle çevrilidir ve bu gerilimlerin üstesinden gelebilmesinin sağlayacak uyarlanma süreçleri farklı kültürlerin oluşmasına yol açmıştır. İnsanı toplumsallaştıran, içine doğduğu kültürün onu doğuşundan itibaren biçimlendirmesidir. Toplumsallaşan insanın diğer insanlarla bağı kuran, onlarla paylaştığı kültürdür. Bu birliktelik algısı, aynı kültürü paylaşan insanlar arasındaki bu uyum, “kimlik” dediğimiz bir tutunum unsuru ile sağlanmaktadır. Ancak, toplumsallığın sınırları genişledikçe, kimlik algıları çeşitlenmekte, farklılaşmakta ve çoğalmaktadır. Böylesine genişleyen ya da karmaşıklaşan toplumsal kategorilerde insanların “emik” olarak, yani içerden, kendilerine ve çevrelerine atfettikleri kimlikler değişmekte; ayrıca

<sup>89</sup> Erol, a.g.e., s. 213.

aidiyet kategorileri de çoğaldığından birden çok kimlik benimsenmeye başlanmaktadır. Başkaları ile ilişkinin ve iletişimin yoğunlaşmasına paralel olarak, buna bir de “etik”, yani dışardan atıflar eklenince kimlik durağan ve belirlenebilir olmaktan, daha doğrusu, küçük ve izole topluluklara özgü, barış içinde oluşan ve barışı doğuran bir etken olmaktan çıkar. Bu noktada “sorun” haline gelir.<sup>90</sup>

Daha önce de söylediğimiz gibi, yaşadığımız gruba ait olmanın ötesinde, kimliğimiz bizi diğerlerinden ayıran bilincimiz, ifade şeklimizdir. Kimlik kişisel, grupsal, ulusal v.b. şekillerde tanımlanabilir.<sup>91</sup> Biz burada sadece kişisel ve kültürel kimliğe yer vermeye çalışacağız.

### 1.2.1.1. Kişisel Kimlik

“Kişisel kimlik ya da psikoloji literatüründe daha yaygın terimiyle benlik (self), kaba bir deyişle insanın kim olduğu hakkında kafasında var olan imajları kapsar”. İnsanın benliğini, onun içinde var olan ve keşfedilmeyi bekleyen gizli bir varlık gibi görmek yerine, kişiler arası ilişkilerde oluşan ve gelişen bir öz-imaj veya bilinç olarak görmek gerekir. “Ben kimim” sorusunun dayanağı olan “ben”in tanınması ve tanımlanması, kimliğin sosyal psikolojik temeline işaret eder. Kimlik, kim olduğumuz nereden geldiğimiz anlamına gelir. Böyle olduğu için, zevklerimize ve arzularımıza, kanılarımıza ve umutlarımıza anlam kazandıran artıları sağlar.<sup>92</sup>

Çeşitli bilimsel disiplinlerin olduğu kadar felsefenin de yanıt aradığı sorulardan olan kişisel kimlik, felsefecilerle “özne” bağlarına bağlanmak istenmiştir. Özne nedir? Özne, bedene karşıt olarak ruh değil, ancak ruh tarafından sosyo-kültürel sistemin empoze ettiği temsil ve normlara karşıt olarak bedene verilmiş anlamdır. Başlangıçta özne kavramı soyuttur ve tarihten ve toplumsal boyutlarından yoksundur. Modernizmin en temel felsefelerinden biri olan ve eski din merkezli dünya görüşüne karşı insanı dünyanın merkezine koyan yaklaşım, özne fikrini de dünyasallaştırır. Dolayısıyla dinsel bir kökeni olan öznenin devamı olan modernist özne işte bu sekularizasyonun sonucudur. Burada

---

<sup>90</sup> Erol, **a.g.e.**, s. 216.

<sup>91</sup> Vural Yıldırım, Tarkan Koç, **Müzik Felsefesine Giriş**, 4. Basım, Bağlam Yayınları, İstanbul, 2008, s. 94.

<sup>92</sup> Erol, **a.g.e.**, s. 216.

insan “özne” halinde, tüm bilginin temeli, her şeyin efendisi, olup bitenin zorunlu başvuru noktasıdır.<sup>93</sup>

Touranie’e göre bu çerçevede öznenin anlaşılması gereken “insan düşüncesi tarafından anlaşılabilir ve rasyonel yasalar tarafından yönetilen bir dünyanın yaratılması”dır ve insanın bir özne olarak oluşumu “rasyonel düşünceyi öğrenmek, geleneğin ve arzuların baskılarına direnme kapasitesine ulaşmak ve sadece aklın ilkelerine göre hareket etmektir”. Bu kavrayışın ilk ateşleyicisi olan aydınlanma düşüncesinden hareketle öznenin konumlandırılmasına bakarsak Locke’u görürüz. Kimliğin, metafizik öznenin ayrıntısı olarak algılanmasını reddeden Locke, özneyi başka açıdan öne çıkarmış ve ahlaki sorumluluğun kimliğe bağlı olduğunu göstermeye çalışmıştır. Ahlak felsefesine bağlanan bu tartışmaların, Descartes’dan Leibniz’e uzanan ve çok sayıda 18. yüzyıl filozofunu kapsayan temel hareket noktası birey ve soyutlaşmış özne’dir. Kant’ta ise durum biraz farklılaşır. Ancak özne somut bir birey haline gelmekten çok daha soyut ve “aşkın” karakterdedir. Akıl ise öznenin yaratıcısıdır. Dolayısıyla öznenin Kantçı kavrayışı tarihsel olmayan, çok zamanlı ve soyuttur. Hegel’de ise Kant’ın yaklaşımına eklenen tarihsel boyut ve “öteki” referansıdır. Modernizm içinde hem öznenin eski materyalizme özgü birey kavrayışına, hem de Hegel’in idealizmine ilk ciddi karşı çıkış Marks’tan gelmiştir. Ona göre insanlar kendilerini yalnızca toplumsal ortamda bireyselleştirebilirler, yalnızca tarihsel süreç içinde birey haline gelebilirler. Bu, öznenin yalnızca kendi özgür iradelerine göre hareket etmedikleri anlamına gelir.<sup>94</sup>

Kimliğin hem bir tür kalıplaşmış davranış biçimi olduğunu hem de olmadığını düşünen Hall, kimliklerin asla tamamlanamaz, asla bitirilemez olduğunu ve öznellik halinde daima inşa halinde bulunduğuna dikkat çeker. Dolayısıyla kimlik daima oluşum halindedir. Habermas’ın dediği gibi “çok sayıda insanın olmak istediği ya da olduğu şey olan kimlik verili bir şey değildir, ancak aynı zamanda her zaman kendi projemizdir. Ayrıca kimlik, özdeşleşme sürecini, bu onunla aynı şey ya da biz hepimiz aynıyız deme sürecini ifade eder ya da çağırıştırır. Fakat özdeşleşmelerin yapısı daima belirsizliklerle dolu olarak ve çatlaklar açarak inşa edilmektedir. Bu, biri ve öteki arasındaki yarılmadır. Kimlik bir süreç olarak, bir anlatı olarak, bir söylem olarak daima ötekinin konumundan anlatılır. Her kimlik/özdeşlik, çeşitli ötekiliklerle uzlaşma yoluyla kurulur. Dolayısıyla kimlik

---

<sup>93</sup> Erol, a.g.e., s. 216.

<sup>94</sup> Erol, a.g.e., s. 217.

bunalımına bağlıymış gibi sunulan olayların ardında daha derin bir bunalım, bir ötekilik bunalımı vardır. Bireyler ya da gruplar bir öteki düşüncesi geliştirmeyi beceremedikleri için bunalıma girerler. “Ötekilik bunalımı” demek, terimin antropolojik anlamıyla “anlam bunalımı” demektir. Açıktır ki kimlik, daima ucu açık bir arayıştır. Bu arayış “ben” ve “öteki” “biz” ve “onlar” arasındaki farklılık ve aynılık sürecinde sürekli yeniden inşa edilir. Bu anlamda kimlik, bazı insanlarla nelerinizin ortak olduğuna ve sizi başkalarıyla neyin farklılaştırdığına ilişkin bir ait olma sorunudur.<sup>95</sup>

Erol’a göre toplumsal bütünleşme ve farklılaşma kimlik arayışının iki yüzüdür ve her ikisi de bir bireyin sosyal kimliğinin oluşmasında rol oynar. Grup aidiyetinin, bireyler üstündeki etkilerini araştıranlar, bireylerin grup yaşantıları içinde sosyalleştiği, grubun bireylere sosyal karşılaştırma mekanizmalarıyla bir referans çevresi sunduğu sonucuna varırlar. Sosyal farklılaştırma, diğer insanlarla ilişkiye girmede, mevcut normatif gereklerin dışında bir tarz anlayışına bağlıdır. Farklılaşma ve farksızlaşma amaçları bakımından simetrik değildir. Farklılaşma kimlik iddiası ve oluşturması için zorunludur. Farksızlaşma ise daha çok aidiyet gereksinimi ile korunma stratejisi ile bağlantılıdır. Ancak her ikisi de hem bireylerin hem de değişik ölçekteki kolektivitelerin kimliklerinin inşa süreçlerinde sürekli yeniden oluşturulur. Hem bütünleşme hem de farklılaşma, insanın varoluşsal eğilimidir.

Levi-Strauss “Identite, Seminaire” (1977) başlıklı yazısında hiçbir toplumda tözsel bir kimlik olmadığını, her toplumun bu kimliği parçalara, ögelere böldüğünü ve bunların sentezinin, kültürün sorunu olduğunu vurgular. O’na göre kimlik, bir tür virtüel yuvadır, bazı şeyleri açıklamak için buna referansta bulunmak zorundayız, ama bu virtüel yuvanın gerçek bir mevcudiyeti yoktur. Kimliğin mevcudiyeti teoriktir.<sup>96</sup> Bu kurgusalığa insanların neden gereksinim duyduğunu yine Levi-Straus şöyle açıklar: “Toplumsal gruplar sınıflandırma yapmaya ihtiyaç duyarlar ve bunu farklılığa ağırlık vererek olumlu ve olumsuz değerlendirmeler vasıtası ile yaparlar”. Bu kategorik yapı yalnızca yabancılarla (“onlar”) ilişkili olarak işlenmez, aynı zamanda kimin “biz”den biri olarak görülmesi gerektiğinin işaretini verir. Birey açısından gruplar bir farklılaşma yeri olarak görülebilir. Sosyal farklılaştırma, diğer insanlarla ilişkiye girmede, mevcut normatif gereklerin dışında bir tarz arayışına bağlıdır. Bir kimlik, toplumsal olarak bir dizi

<sup>95</sup> Erol, a.g.e., s. 217.

<sup>96</sup> Levi-Strauss, Identite, Seminaire’den aktaran Nuri Bilgin, **Kimlik Sorunu**, Ege Yayıncılık, İzmir, 1994, s. 65.

farklılıkla kurulan ilişki sonucunda ortaya çıkar. Bu farklılıklar kimliğin varlığı için yaşamsal önem taşır. Onlar farklılık olarak birlikte varolmasalardı, kimlik de onlardan farkı sayesinde ve kendi sağlamlığı içinde varolamazdı. Kimlik seçilen, istenen ya da rıza gösterilenden çok, ne olduğu ve nasıl tanındığı ile ilgilenir ve böyle varolur.

Erol'a göre kimlik varolmak için farklılığa gereksinim duyar ve kendi kesinliğini güven altına almak için farklılığı ötekiliğe dönüştürür. Bu nedenle kimlik, farklılığı tamamlama yetisine bağımlı olan ve farklılık olarak tanımladığı kendiliklerin onlara uyarlanan tanımlamalarına karşı çıkma, direnme, onları alaşağı etme ya da ters yüz etme eğilimlerine karşı zayıf, kaypak ve güvenilmez bir deneyimdir. Kimlik daima kendi olumsuzunu, olumsuzun sadece olumsuzun dar bakış açısıyla elde edebilen bir temsildir. Kendisini inşa edebilmesi için, kimliğin ötekinin iğne deliğinden geçmesi gerekir. Dolayısıyla kimlik yanlıdır. Bu yanlı kimlik arayışının arkasında farklı ve çoğunlukla çatışan değerler vardır. Kim olduğumuzu söyleyerek, aynı zamanda ne olduğumuzu, neye inandığımızı ve ne istediğimizi anlatmaya çalışırız. Sorun, bu inançların, gereksinimlerin ve isteklerin, yalnızca farklı topluluklar arasındaki değil bireylerin kendi içlerinde de çelişki içinde olmasıdır. Kimliğin farklılıkla ilişkisindeki paradoksal unsur, kişisel ya da kolektif kimliklerden vazgeçilmemesi; ama yine de bu kimliklerin farklılıkları ötekiliğe, ötekiliği de doğru kimlik görüntüsünü güvenceye almak için yaratılan günah keçilerine çevirme işlerini görmeleridir. Farklılığa hakkını vermek, doğru bir kimlik vaadini feda etmek demekken, doğru bir kimliğe sahip olmak da farklılığa haksızlık etmek demektir. “Farklılık” kimliklerin ayrık yüzünü ifade eder ve bundan ötürü çoğulculuğun örtük haline vurgu yapar. Dolayısıyla çoğulculuk, kültürel kimliklerin “tanınması”dır.

### **1.2.1.2. Kültürel Kimlik**

Kimliği tamamlanmış bir olgu olmaktan çok, asla tamamlanmamış, her zaman hareket halinde ve her zaman betimlemenin dışında değil de içinde oluşan bir “ürün” olarak düşünmek gerek. Asla kaynaşık bir bütünlük olmayan kimlikler, ilk haliyle nasılsa öyle ve tarihin güçleri tarafından el sürülmemiş de değildir. Aksine, antropolojik etnisite kuramlarının vurguladığı gibi bağlamsal, çoğul ve genellikle politik ve yasal baskıları tersine çevirecek son derece yaratıcı yanıtlardır.

Kültürel kimlik, “ölçeği ve niteliği ne olursa olsun toplulukları birbirinden ayıran öğelerin bileşimi” olarak kabul edilebilir. Bu ise, “kültürel farklılık” temeline göre bir araya gelmiş insanlardan oluşan grupların/toplulukların, ayırt edilme, karşı olma ve kendisi olma arzusu ile, kendilerini diğer topluluklardan farklılaştırarak geliştirdiği bir aidiyet bilincidir. “Kültürel farklılıklar” terimi ile kastedilen din, etnik köken, ulus, ideoloji, dünya görüşü ya da tercih edilmiş yaşam tarzı esasına göre biçimlenmiş kimlikler arasındaki ayrışma sürecidir. Sayılan bu öğelerden birini ya da birkaçını birlikte içerebilen kimlikler, durağan yani bir kez ve bir daha hiç değişmemecesine verilmiş mutlak kalıplar oluşturmaktan çok, “diyalojik”, yani birbirleriyle dinamik söylemsel etkileşim içinde oluşan, dolayısıyla da değişmesi mümkün, hatta kaçınılmaz olan kültürel bileşimleri kapsamaktadır.<sup>97</sup>

Kimi çalışmalarda, sözü edilen kültürel farklılıklar temeline göre bir araya gelmiş toplulukların kolektif aidiyet bilinci olarak kimlik, o insan topluluğunun kolektif kimliği olarak kavramsallaştırılmaktadır. Buna göre kolektif kimlik, belirli bir insan grubunun kendisi hakkındaki bilinci ve duygusu ile ilişkilidir; topluluğun kendine özgü niteliklere sahip olduğu ve bir tekillik taşıdığı yönündeki bilinci ve aidiyet duygusudur. Bu bağlamda dil, tarih, din, yaşam alanı, maddi koşullar gibi öğelerin yanı sıra, topluluğun belleği kolektif kimliği yapılandıran önemli bir faktör olarak belirmektedir. Kolektif bellek, bir topluluk tarafından yaşanmış ve içselleştirilmiş deneyimlerin bilinçli olan veya olmayan anılarının bütünü olarak, topluluğunun geçmişinden kalanı ve süregelenini ve bu topluluğun geçmişini ifade etmektedir.

Kolektif kimlik ya da kültürel kimlik kavramı, antropolojik ve sosyolojik çalışmalarda etniklik veya etnik kimlik terimleriyle karşılanmaktadır. Sosyal antropolog Friedman, çalışmasında kültürel kimliğe ilişkin dört form gösterir. Bunlar ırk, Batılı (modern) etnisite, Geleneksel etnisite ve Yaşam tarzıdır. Kültürel kimliğin bir türü olan geleneksel etnisite soy ile ilişkili olan belirli etkinliklerin pratiği tarafından tanımlanan üyelik üzerine dayanır. Kalıt ya da kültürel soy olarak ifade edilen ise, etnisitenin en genel Batılı nosyonudur. Etnik aidiyet, coğrafi hareketlilik ya da referanstaki değişim tarafından kolayca tanımlanabilir ya da bütünlenebilir. Buradaki toplumsal grup, biyolojik bir birimden çok bir cemaat gibidir.<sup>98</sup>

---

<sup>97</sup> Erol, **a.g.e.**, s. 219.

<sup>98</sup> Erol, **a.g.e.**, s. 219.

Etnik/kolektif ya da kültürel kimliğin kendi sınırlarındaki gerçeklikleri vardır, ancak bu “ötekilerin” varlığına bağlıdır. Dolayısıyla iki farklı grubu birbirinden ayıran, ya da birbirlerini farklı kimliklerle tanımlamalarını sağlayan, bu toplumsal sınırlardır.

Erol'a göre kolektif kimlik bir grubun öteki gruplardan farklı olduğunu ortaya koyma ve bunu vurgulama talebidir. Bir grup bireyin, kendilerini tanımak ve ilgileri, mekanları, toplumsal ilişkileri grup halinde işlenebilen, yönetilen, doğrulanabilen bir grup oluşturmak için geliştirdikleri eğilimdir. Bu durumda kolektif kimlik kişisel kimliğin bir kavşağını ifade ederken bir gruba ilişkin ortaklıktan, deneyimlerden ve dışavurumlardan türeyen kişisel kimliğin bu yüzlerini de göstermiş olur. Kolektif kimlik, belirli bir durumu değil, bir süreci yansıtır ve komünöterler aracılığı ile işler. Birlik durumunu sürdürmeyi sağlayıcı araçları birleştiren bir kolektivite olarak komünöte, öznel nitelikli bir merkezi çekirdeğe sahiptir. Komünöte, mensuplarını hangi alanda olursa olsun bir takım anlamlar bütünü etrafında birleştirir; kısmi, kişisel olguları veya yanları bir bütünsellik içinde toplayarak kavrar; komünöter yaşantı, özel bir toplumsallıktır. Bir komünötenin kimliği, diğer komünöterlerle ilişkisi içersinde ve zamanla değişir. Dolayısıyla hiç bir komünöte, tek başına ve zaman-mekan dışı bir tözsel kimliğe sahip değildir. Tıpkı kişisel kimliklerin olduğu gibi.

Nasıl ki bireysel kimliklerin oluşumu ancak kişiler arasındaki ilişkiler bağlamında mümkünse, kolektif kimliklerin oluşumu da komünöterler arası ilişkiler bağlamında söz konusu edilebilir. O halde belirli bir alanda sınırları belli olan bir kültürel topluluk tarafından taşınan aidiyet bilinci olarak kolektif kimlik, sınırlandırılabilir ya da genişletilebilir. Başka bir deyişle, aidiyetlerini oluşturan unsurların bileşkesine sahip çok sınırlı bir topluluğun kolektif kimliğinden söz edilebildiği gibi, sayısal oranı kıyaslanamayacak olan insan topluluklarını içine alan din, ırk, ulus gibi kolektif kimliklerden söz edilebilir.<sup>99</sup>

Kolektif kimlik, bir başka deyişle kültürel kimlik süreklilik gösteren, durmadan değişen, birbiri içine giren ya da birbirini dışlayan ve her zaman hareket halinde dinamik süreçtir. Kültürel kimliği tamamlanmış bir olgu olarak ele almak yerine, her zaman hareket halinde ve onu betimlemenin dışında değil de içinde oluşan bir “ürün” olarak düşünmeliyiz. Bu yaklaşım, aslında kültürel kimlik üzerine düşünme yollarından biridir. Diğerleri ise kapalı ve dar olan kültürel kimlik anlayışdır.

<sup>99</sup> Erol, **a.g.e.**, s. 221.

Kültürel kimliğin “özcü” kavrayışı dar ve kapalıdır. Kültürel kimliği, tamamlanmış bir olgu, oluşmuş bir öz olarak değerlendirir. Özcü kültürel kimlik kavrayışında farklılık ve karşıtlık ilişkilerinden çok, katılım ve aidiyet ilişkilerine bakılır. Ortak tarihsel deneyim, paylaşılan kültürel kuralları yansıtır. Bunlar gerçek tarihin değişen bölümlerinin ve iniş çıkışlarının etkisinde değişmeden sabit kalır. Bu anlamdaki kültürel kimlik, sürekli algı dayanakları ve anlamları olan bir “birlik”tir. Orijinal tarih, tarihsel olarak miras ve gelenek adıyla “dondurulur”ken bir “tarihdışıallaştırma” süreci yaşanır, böylesi özler unutulabilir ya da kaybedilebilir, ama kesinlikle onarılacak ve temelde değişmeden kalacaktır. Buna göre, daha yüzeysel farklılıkların ve insanların tarihsel değişimlerinin altında yatan, anlam kümelerinin, şifrelerinin ve başvuru çevrelerinin “tekliği”ni sağlayan bir öz, paylaşılmış deneyimler vardır. Etnik, coğrafi geçmiş, din, bölgesel veya ulusal dil vb. şeklinde olabilecek bu öz bulunmalı, ayrıcalıklı depodan kazılıp çıkarılmalıdır. Değiştirilemez bir temsiller çekirdeğinin asırlarca ve kendi içine kapalı bir şekilde kendini tekrarladığı savı, yenilik ve alıntıları görmezden gelir. Asırları korkusuzca aşan ve her biri kendi özgünlük çekirdeği ile donanmış kimliklerin varlığına olan inançla beslenir. Her kültürün kendine özgü olan, ona doğruluğunu sağlayan ve bugünü şartlandıran sert bir çekirdeğin mevcudiyetini varsayar. Kültürel kimliğin dar ve kapalı özcü algılayışına karşı olarak geliştirilen strateji ise tarihsel, kapsayıcı ve açık olanıdır. Burada kültürel kimlik, üretilen, sürekli bir üretim süreci içinde olan, hiçbir zaman tümüyle tamamlanamayacak bir şey olarak görülür.<sup>100</sup>

Kültürel kimlik bu anlamda, bir “olma” sorunu olduğu kadar bir “oluşma” sorunudur. Yani bir süreci ifade eder. Geçmişe ait olduğu kadar geleceğe de aittir. O zaten varolan, yer, zaman, tarih ve kültür değiştiren bir şeydir. Kültürel kimlikler bir yerlerden gelirler, tarihleri vardır. Ancak tarihsel olan her şey gibi onlar da sürekli değişime uğrarlar. Mutlak bir geçmişte ebedi olarak sabit kalan bir şey olmaktan uzaktırlar; bitmeyen tarih, kültür ve güç “oyun”una bağımlıdırlar. Kültürel kimlik, uygun deneyimler, ilişkiler, mevcut semboller ve fikirler doğrultusunda sürekli yapılanmakta ve yeniden yapılanmaktadır. Bir kültürel kimliğin tanımlanmasında kullanılan sembol ve fikirlerin kendini tekrar etmesi, bunların anlamlarının her zaman aynı olacağını veya her zaman aynı kalacağını veya pratiklerinin içinde değişmeyeceklerini ifade etmez. Ancak tarihsel kültürel kimlik kavramını onaylamak da yetmez. Kültürel kimlik diğer gruplara karşıymış gibi tanımlandığında “onlara” ya da “başkalarına” karşı “biz” fikri savunulur. Farklılıklar

<sup>100</sup> Erol, a.g.e., s. 222.



abartılır. Bununla birlikte “ötekiliğin” içsel bir dürtü olduğu düşüncesi bu kültürel kimlik anlayışını değiştirir. Buna göre kültürel kimlik, tarih ve kültürün dışında değişmez olarak yatan sabit bir özellik ya da tarihin, üzerinde temel hiçbir iz bırakmadığı, içimizdeki bir tür evrensel ve “aşkın” ruh değildir. Tarihleri vardır ve tarihlerin de kendi gerçek, maddi ve simgesel etkileri vardır. Kültürel kimlikler özdeşleşme noktaları tarih ve kültür söylemleri içinde oluşan değişken özdeşleşme ya da birleşme noktalarıdır. Bir özellik değil konumlamadır.<sup>101</sup>

Erol’a göre, ister değişmez bir öz olarak algılsın, ister tarihsel olarak değişen bir yapı; insanlar kültürel kimliklerini yani neyin onlara ait olduklarını neyin olmadıklarını doğruluk paylarıyla belirleyebilir. Belirli bir insan topluluğunun sosyo-kültürel deneyiminin devasa çeşitliliği ve karmaşıklığı, kendi kimliklerine içkin olduğu düşünülen şeylerin farklılaşmasına da yol açabilir. Kültürel kimlikleri hem birbirinden farklılaştıran hem de birbirlerini besleyen şey, kültürel deneyimlerin çeşitliliğidir.<sup>102</sup>

Sonuç olarak kültürel kimlik her türlü kültürel değerle anlam kazanan dizgeleri kapsar. Başka bir deyişle kültürel hale gelen ve getirilen ortak, görece sürekliliği olan, etkinlikte bulunabilen, davranış birliği içinde olan topluluktur. Bunlardan biri ya da birkaçının, ya da burada sözü edilmeyen kültürel anlamlandırma edimlerinden biri ya da birkaçının görece bir kolektivite oluşturması, kültürel kimlikten söz edilmesi için yeterlidir. Ancak kültürel özellikler bir yandan kolektif karakterin içinde “doğal”, yani verili olarak sunulurken, diğer yandan yeni deneyimler, ilişkiler ve düşüncelerle sürekli yeniden yapılanan yeni “doğallaştırma”larının devamlılığı unutulmamalıdır. En geniş anlamıyla “tüm bir yaşam tarzı” olan kültürün tercih edilen öğelerden birini ya da birkaçını birlikte içerebilen kültürel kimlikler, önceden söylendiği gibi; durağan yani bir kez ve bir daha hiç değişmemecesine verilmiş mutlak kalıpları oluşturmaktan çok “diyalojik”, yani birbirleriyle dinamik söylemsel etkileşim içinde oluşan, dolayısıyla da değişmesi mümkün, hatta kaçınılmaz olan kültürel bileşimleri kapsamaktadır. Aynılık ya da benzerlik yanında diğerlerinin oluşturduğu kolektivite de, kültürel kimliği tanımlamada başat özelliktir. Çünkü kültürel kimlik ölçüğü ne olursa olsun “biz” ve “onlar” düşüncesi ile bütünlenir.<sup>103</sup>

---

<sup>101</sup> Erol, **a.g.e.**, s. 224.

<sup>102</sup> Erol, **a.g.e.**, s. 224.

<sup>103</sup> Erol, **a.g.e.**, s. 228.

## İKİNCİ BÖLÜM

### 2.1. KÜLTÜREL KİMLİK BAĞLAMINDA MÜZİK

Çalışmamızın kavramsal kısmını oluşturan ve konumuzla bağlantılı olduğunu düşündüğümüz kültür ve kimlik kavramları açıklandıktan sonra bu bölümde müzik olgusu bu iki kavramla ilişkilendirilmeye çalışılacaktır.

Müzik kavramına genel olarak bakacak olursak, güzel sanatlar içinde özel bir yerinin olduğunu ve en soyut sanat dallarından biri olduğunu görebiliriz. Fakat müzik, bir kimlik belirtisi, toplumla kaynaşma olayı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunun sonucunda müzik, toplumun kimliğini yansıtmakta, bu kimliğin bilincine varılmasını sağlamakta, yine bireylerin toplumla bütünleşmelerine yardımcı olmaktadır.<sup>104</sup>

Kitle toplumunun sorunlarının, günümüz toplumsal gerçekliğini oluşturan diğer başka ya da bağlı oluşumlarla (kentleşme, göç, cinsiyet rollerindeki değişme, üretimin değişen koşulları, teknolojik değişme, v.b.) birlikte anlaşılmaya çalışılmasında başta müzik olmak üzere, bütün kültür göstergeleri kuşkusuz çok önemli bir konuma sahiptirler.<sup>105</sup>

Buradan yola çıkarak bu bölümde, müziğin sosyo-kültürel bir olgu olarak toplumdaki yeri ve önemine değinilecek, gündelik yaşamda bir eğlence aracı olmasının yanı sıra aynı zamanda kimliğimizi ve kültürümüzü ifade eden simgeleri ve davranış biçimlerini de bünyesinde barındırdığı gözler önüne serilmeye çalışılacaktır. Fakat kültürel bir kimlik aracı olarak müzik konusuna geçmeden önce, müziğin de bir alt dalı olarak yer aldığı sanat kavramına, sanatın amacı, işlevi ve toplum içerisindeki yerine genel hatlarıyla değinmekte fayda vardır.

<sup>104</sup> Baykan Sezer, **Müzik ve Batıcılışma**, İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları, İstanbul, 1993, s. 47.

<sup>105</sup> Ali Ergur, **Portedeki Hayalet**, Bağlam Yayınları, İstanbul, 2002, s. 14.

### 2.1.1. Sanat Olgusuna Yönelik Yaklaşımlar

Önemli bir iletişim aracı olan sanat, insan yaşantısı ile bütünleşen, toplumsal değer ve ideallerin belirlenmesinde, hayata geçirilmesinde önemli bir faktördür. Buradan yola çıkarak farklı açılardan ortaya konulmuş sanat tanımlarına yer verebiliriz.

Genel olarak sanat, insanların, doğa karşısındaki duygu ve düşüncelerini çizgi, renk, biçim, ses, söz ve ritim araçlarla güzel ve etkili bir biçimde, kişisel bir üslupla ifade etme çabasından doğan ruhsal bir faaliyettir.<sup>106</sup>

Sanat, insan ile doğadaki nesnel gerçekler arasındaki estetik ilişkidir. Hegel, sanatsal etkinliğin bilinç dışı bir etkinlik olup, “Bir ucu insana öteki ucu doğaya bağlıdır” ve “Ruhun madde içindeki görünümü” şeklinde tanımlar. Schiller’e göre ise sanat, “İnsanın özgürlük dünyasının ortaya çıkmasını sağlayan önemli bir araçtır”. Herbert Read ise sanatı; “Hayata uygulanan bir mekanizmadır, onsuz varlıklar dengesini kaybeder. Toplumsal, ruhsal bir karmaşıklık içine girerler” şeklinde açıklar.<sup>107</sup>

Sanat olgusu dört yapıcı öğeden oluşmaktadır. Birincisi sanat yapıtı, ikincisi onu yaratan sanatçı, üçüncüsü alımlayan kitle ve sonuncusu da yapıt ile kitle arasındaki iletişimidir.

Sanat, yaşam tarzının bir ifadesidir. Bu açıdan toplumların sanatlarına baktığımızda, nasıl yaşadıklarını oradan çıkartabiliyoruz. Nasıl yaşadıkları demek, onların dünyayı, doğayı toplumu, insanı nasıl algıladıkları anlamına gelir. Plastik sanatlar olsun, söz sanatları olsun, müzik olsun her tür sanat, ifadesini kendi tarzında ortaya koymaktadır.<sup>108</sup>

Sanatta zevki (haz alma duygusunu) belirleyen bazı öğeler vardır ki, bunların başında duygu ve düşünce gelir. İnsandaki haz duygusu sanatın temel unsurudur. Haz duygusunu kaldırdığımız zaman sanat yapıtıyla birey arasında mekanik bir bağ oluşur. Haz duygusunun gelişimi, bireyin entelektüel-düşünsel gelişimiyle yakından ilgilidir. Çünkü

<sup>106</sup> Çetin Aytaç, **Sanat ve Uygarlık**, Dizgi ve Baskı, Bizim Büro, Ankara, 1981, s. 11’den aktaran Artut, **a.g.e.**, s. 18.

<sup>107</sup> Artut, **a.g.e.**, s. 18.

<sup>108</sup> Ömer Naci Soykan, “Sanat ve Sosyoloji”, **Sanat ve Sosyoloji**, Yayına Hazırlayan: Aylin Dikmen Özarslan, Bağlam Yayıncılık, İstanbul, 2005, s. 76-77.

sanat yapıtı bireyin algıladığı, kavradığı bir ögedir. Dolayısıyla algılanan öge, önce duygulandırır, sonra düşündürür. Yani sanat yapıtı hem duygulandıran, haz veren, düşündüreren bir ögedir.<sup>109</sup>

### 2.1.1.1. Sanatın Amacı ve İşlevi

Genel hatlarıyla bakıldığında sanatın asıl amacı, kendi içinde biriktirdiği, barındırdığı tinsel (manevi) birikim yolu ile insanları harekete geçirmektir. Sanatsal bir hayalin, imgenin hazsal, coşkusal birikimi nesnenin kendi biçiminden dışarıya dağılarak, sanatı algılayan insana yansır, onların ruhuna işler.<sup>110</sup>

Gorki'ye göre, uygarlığın temsilcileri üç çeşittir: İşçiler, bilginler ve sanatçılar. İşçiler demire ve çeliğe hayat verirler ve gelişme ile ilerlemenin maddi ön koşullarını sağlarlar. Bilginler doğayı araştırırlar ve birinci doğaya dayanarak ikinci bir doğanın nasıl yaratılabileceğini halka öğretirler. “Sanatçılar insanın iç dünyasını yani insan ruhunu incelerler ve insanların içindeki iyiyi ve kötüyü gösterirler. Böylece bilim gibi sanat da ikinci bir doğa yaratır, yalnız şu farkla ki, bilim, insanı çevreleyen doğayı değiştirdiği halde, sanat, insanın içindeki doğayı değiştirir”, diyen D. Fotiadis sanatçının rolünü şöyle açıklar: Her büyük sanat eserinin yaratıcısı ile binlerce insan gizli işbirliği halindedir. Eser ne kadar iyi olursa, gizli yardımcıların sayısı o kadar yüksek olur. Bu nedenle her büyük eser yalnız bir kişinin değil, bütün bir ulusun dehasını kaplar. Eser bir ulusun ülkülerini, maddi ve manevi durumunu, toplumsal bünye ve evren görüşünü açıklar.<sup>111</sup>

Sanat, insanların fanatik eğilimlerini, şiddetli tutkuların etkilerini azaltarak insanlar üzerindeki toplumsal veya psikolojik baskıları, sorunları yansıtıcı bir rol oynar. Sanat, insanların psikolojik sıkıntılarının çözümüne etken olduğundan ünlü düşünür Aristo sanat için; “tutkulardan arınma” der.

Sanatçının kendinde oluşan bilgi ve deneyimlere dayalı olarak oluşan yaşamsal sürecin gerekliliği belirli işlevselliği de birlikte getirmiştir. Dolayısıyla sanatçının bu anlamdaki

<sup>109</sup> Artut, **a.g.e.**, s. 18.

<sup>110</sup> Artut, **a.g.e.**, s. 35.

<sup>111</sup> Artut, **a.g.e.**, s. 36.

yönlendirici, bilgisel, iletişimsel, değerler gibi etkinlikler sanatın işlevselliğini gündeme getirmektedir.<sup>112</sup>

Sanatın en önemli işlevi, iletişimsel özelliğidir. İletişim: Kişinin kendinde biriktirmiş olduğu değerleri başkalarına ulaştırmasıdır. Başka bir tanıma göre ise, bilgi üretme, aktarma ve anlamlandırma sürecidir. Sanatsal iletişim anlayışı insanlığın ilk dönemlerinden günümüze kadar büyük aşama ve değişkenlikler göstermiştir. Çünkü sanat, dilin iletişimsel olanaklarındaki kısıtlılığı ve sınırlılığı aşar.<sup>113</sup>

Sanat, insan ile yaşantısı arasında köklü bir ilişki ve iletişim vardır. İnsanın psikolojik ve davranışsal dengeleri sağlayan önemli bir etkidir. Fischer, bu durumun son derece önemli bir faktör olduğunu şu şekilde dile getirmektedir:

*“Her şeyden önce şaşırtıcı bir olayı pek sıradan bir şey sayma eğiliminde olduğumuzu unutmayalım. Hem şaşırtıcı olduğu açıkça ortada bu olayın: milyonlarca kişi kitap okuyor, müzik dinliyor, tiyatroya gidiyor, sinemaya gidiyor. Neden? Oyalanmak, dinlenmek, eğlenmek istiyorlar demek, soruyu pekiştirmekten öteye gitmez.insanın bir başkasının hayatına, sorunlarına gömülmesi, kendini bir resim, bir müzik parçası, ya da bir roman, oyun, film kişisi ile bir görmesi neden oyalayıcı, dinlendirici, eğlendirici olsun? Böyle gerçeklik dışı olaylara yoğunlaşmış gerçekleşmiş gibi tepki göstereyim? Ne tuhaf anlaşılmasız eğlencedir bu? Eğer yetersiz bir yaşayıştan daha zengin bir yaşayışa, tehlikelerden uzak yaşantılara kaçma istiyoruz dersek, o zaman yeni bir soru çıkıyor ortaya: yaşayışımız neden yeterli değil? Neden gerçekleşmemiş yaşamlarımızı başka görüntülerle, başka biçimlerle gerçekleştirmek istiyor, karanlık bir salonun aydınlatılmış sahnesinde yalnızca oyun olduğunu bildiğimiz bir şeye solugumuz kesilircesine kapılıyoruz?”<sup>114</sup>*

İnsan ayrı bir birey olmakla yetinmemektedir. Kendisince özlem duyduğu hayal bile olsa o koşulları yaşamak istemekte, gerçekte yaşamış olduğu stresli gerilimli ortamlardan bir an bile olsa kurtulmak istemektedir. Bireyselliğini entelektüel etkinliklerle-sanatla bütünleştirmeye, toplumsallaştırmayı önemsemekte, özlemekte, kendince anlamlı kılan bir yaşantının gerekliliğini benliğinde hissetmektedir.

<sup>112</sup> Artut, a.g.e., s. 36.

<sup>113</sup> Üstün Dökmen, **İletişim Çatışmaları ve Empati**, Sistem Yayıncılık, Ankara, 1994, s. 19.

<sup>114</sup> Ernest Fischer, **Grek Estetiği**, Çev: Cevat Çapan, Payel Yayınları, İstanbul, 1995, s. 10’ dan aktaran Artut, a.g.e., s. 37.

### 2.1.1.2. Sanatta Gerçeklik ve Taklit Sorunu

Sanatı doğanın taklidi olarak tanımlayan Platon'dan bu yana, sanattaki gerçeklik anlayışına yönelik bazı görüşlerin yakın dönemlere gelinceye dek sanatın, dış dünyayı yansıtan bir ayna gibi görüldüğü düşünülmüştür. Oysa ki doğanın birebir gerçekliği ve yinelenmesi sanatın özüne aykırı bir yaklaşımdır. Çünkü sanat sürekli değişkenlik gösteren bir dinamizmadır. Hiçbir sanat olayı olgün ve durağan olmadığı gibi; her sanat ekolü, akımı da bir öncekinin birebir devamı olamaz. Dolayısıyla sanat yapıtı, gerçekliğin kaba, bayağı görünümünü değil, özgün bir yorumunu ortaya koyar.

Sanatçı konularını gerçekten alır. Gerçeğe tüm olarak aykırı olan bir sanat yapıtı da insana haz vermez. Gerçek duygusundan yararlanmamış sanat yapıtları da yapmacıklı, soğuk ve sevimsizdir. Sanatçının sevdiği, değer verdiği değerler ile gerçekler çelişkiye düştüğü zaman, sanatçı ya gerçekleri olduğu gibi anlatmak ya da gerçekleri olması gerektiği şekilde göstermek durumundadır.<sup>115</sup>

### 2.1.1.3. Sanatta Bozulma (Kitsch) Olgusu

Sanatta bozulma, dejenerasyon, "Kitsch" olgusu tamamıyla kültür ve ona bağlı olan diğer etkenlerle ilintili olduğundan popüler beğeni konusuna değinmekte yarar vardır.

#### 2.1.1.3.1. Popüler Beğeni

Sanat ve toplumun ilişki sorunu çok yönlü ve değişken bir görünüm taşır. Tarihsel bir boyut niteliğinin yanı sıra çağın teknolojik gelişmeleriyle de bağlantılıdır. Böyle bir yaklaşımın sanatın giderek belli tanım kalıplarına sığmayan alabildiğine görece bir kavram olarak benimsenmesini öngörmekte, bir başka deyişle, kavramın sınırlarını genişletmekte, beğeni standardı söz konusu olmamaktadır.

Böylelikle sanat kavramı hangi değer ölçütlerini yansıtırsa yansıtın, insan doğasının, onun varlığının doğal bir gereksinimi olduğu görülür. Günümüzde modern kentlerin kitle-sanat ilişkileri açısından aşırı zevk ya da beğeni farkları göstermesi, kentsel düzenin

---

<sup>115</sup> Artut, **a.g.e.**, s. 33.

bozukluğundan kaynaklanmakta ve popüler kitle olarak nitelenen geniş topluluklarda düzenli bir beğeni alışverişi içine girememektedir.<sup>116</sup>

Kırsal kesimler anonim karakterli toplu bir beğeni ölçütü oluşturup, dururken, kentlerde giderek artan oranda bireysel beğeni ölçütleri oluşmuştur. Kırsal kesim ortamı içinde, özel bir dinleyici ya da seyirci için değil, herkesin sanat yapma etkinliğine katılmasının başka bir değişle, anonim bir etkinlik olan folk sanatının yanı sıra, kentlerde yarı eğitim görmüş, kitle davranışı gösteren kalabalığa sunulan güdük ya da yarı sanatsal bir etkinlik olan popüler sanat yaratılmıştır.<sup>117</sup>

Sanatın; eğitimsiz, yoksul, dolayısıyla “beğeni düzeyi düşük” geniş kitleler için popüler sanat, eğitilmiş azınlıktaki bir elit için de yüksek sanat olarak iki sınıfa ayrılmaktadır. Bölmeler arasındaki ayrımın da git gide ve keyfi bir biçimde derinleştirildiği anlayış kapsamında klasik müzik, ikinci gruba dahil edilir. Klasik müziğin özel bir eğitimden geçmiş kulakların algılayabileceği, zevkine ancak zahmetli deneyimlerle varılabileceği, dolayısıyla bu müziği dinlemenin herkesin harcı olmadığı, ancak ayrıcalıklı bir kültür düzeyi gerektirdiği ön yargısı bugün de sık sık dile getirilir.

Değişik sanat anlayışı mensupları popüler müzik ve yüksek sanat müziği anlayışlarına farklı yaklaşımlar geliştirmişlerdir. Frankfurt Okulu entelektüelleri “popüler” müziği kitsch olarak kabul etmektedirler.<sup>118</sup> Bu yaklaşıma göre popüler sanat ya da müzik, düşünce temelinde yükselmez hatta düşünceyi bloke ederek yaşam bulur. Bir anlamda düşünce tembelliğine dayalı bir zevkin ürünüdür.<sup>119</sup> Postmodern anlayışı benimseyenler ise, bu iki sınıflama arasındaki ayrımın “yüksek sanat”ın reddedilmesiyle giderileceğini iddia etmektedirler. Gerçekçi sanat anlayışı, sanatın popüler ama nitelikli olmasını öngörür. İçeriği önemser ama biçimin de ona uygun bir yetkinlikte olmasını savunur. Herkes tarafından anlaşılabilen halkçı bir sanatın, yüksek artistik değerinin yanı sıra zengin bir içeriğin ve yalın bir üslubun savunulması, “elit” ilan edilmiş ve özellikle, içeriğin biçimde

---

<sup>116</sup> Artut, **a.g.e.**, s. 38.

<sup>117</sup> Sezer Tansuğ, **Çağdaş Türk Sanatı**, Remzi Yayınları, İstanbul, 1991, s. 21’den aktaran Artut, **a.g.e.**, s. 39.

<sup>118</sup> Yılmaz Onay v.d., **Müzik Üzerine Tartışmalar**, Evrensel Basım Yayın, İstanbul, 2006, s. 11.

<sup>119</sup> Artut, **a.g.e.**, s. 39.

önemsendiği bir sanat dalında sürdürülmesi doğal bir zorluk, dolayısıyla özel bir önem taşımaktadır.<sup>120</sup>

### 2.1.1.3.2. Bozulma Olgusu-Kitsch Kavramı

Kitsch, kötü zevk ve duyguları yansıtan, düşük artistik yani sanatsal değer taşıyan, bazen de seri olarak üretilen sanat ürünleri için “kaba” veya “değersiz-niteliksiz” anlamında kullanılan Almanca bir kelimedir. Yani sanatsal açıdan belli bir düzeyin altında kalmış olmayı ifade eden bir sözcüktür.

Kitsch’in oluşumu hızlı değişim (özellikle çarpık kentleşme, göç ve gecekondulaşma) ve dönüşümler yaşayan toplumlarda gerçekleşmektedir. Özellikle kitsch ekonomik ve politik iktidarsızlığın baş gösterdiği gelişmekte olan ülkelerin en belirgin kültürel özelliklerinden biridir.

Özellikle 1970’li yıllardan itibaren Türk toplumunun şehirleşmeye yönelik değişiminin sonucu olarak köylü-kentli dinamikleriyle çatışan kitlelerin kendilerine özgü suni bir kültür anlayışlarını geliştirdikleri bir sürecin sonu olarak görülmektedir.

Baudrillard, kitsch olgusunu çözümlemesinde şu görüşlere yer vermiştir:

*“Yüksek gerçek, yani modellerin modeller aracılığıyla üretimi ve o modelin de bir başka modele modellik etmesi... Dolayısıyla gerçeğin yok olması, yitmesi ve gerçek olmayanın, gerçeğin yerine ikame edilmesi.”<sup>121</sup>*

Baudrillard taklit modelini yalnız nesnelere bağlı bir kavram olarak ele almıyor. Onu insanın kendisine ait gerçeğiyle de iç içe geçiriyor. Bunu yaparken de simülasyon modelini bütünleyecek bir kavram koyuyor ortaya. Yeniden çevrim-dönüşüm (recycling). Bu doğanın yeniden dönüşümüyle aynı anlama geliyor. Doğa artık simgesel de olsa, kültürün karşısına dikilen, ona muhalefet eden birincil ve özgün bir varlık özelliğini yitirmiş, kendisine ait simgelerin kullanılmasıyla bir taklit modeline dönüşmüştür.<sup>122</sup>

<sup>120</sup> Onay, **a.g.e.**, s. 11.

<sup>121</sup> Jean Baudrillard, “Kitsch Olgusuna Estetik ve Sosyolojik Bir Bakış”, Çev: Hasan Kahraman, **Hürriyet Gösteri Dergisi**, İstanbul, 1991’den aktaran Artut, **a.g.e.**, s. 40.

<sup>122</sup> Artut, **a.g.e.**, s. 40.



Kitsch, nesnelere doğal olmayan boyutlarda, daha küçük veya daha büyük ölçütlerde üretir; malzemeyi taklit eder, biçimlerle oynar, farklı biçimleri uyumsuz, anlamsız bir yaklaşımla birleştirir, modayı tekrar ettikçe eder. Çünkü bozulmanın özü duygusallık ve bilinen gerçeklerin yeniden deforme ederek yansıtılmasıdır. Böylece kitsch'in sorgulanması önemsiz kalmaktadır. Yapıtın duygusallığı içinde izleyicinin kendi duygusallığına güzel, sevimli, hoş şeylerin sunumu bozulmayı yaygın hale getirmekte, kitleleri etkileyerek kendisine bağlamaktadır. Kitsch bir çırpıda algılanmayı, benimsenmeyi hedefler. İzleyici böyle bir sanat ürünü karşısında dünyaya yeni bir açıdan bakma gereksinimi duymaz. Zaten karşısında bildiği ve kabul gördüğü şeyler vardır. Çünkü sanatsal düşünce ve estetik kaygılardan yoksundur.

Genel anlamda kitsch'in güzel ve sevimli duygusallığı ve dolaysız gerçekliği nedeniyle kitlelere çekici geldiğini; kolay algılanabilir, şematik ve standart bir isim-mesaj birlikteliği sunduğu için de sanatın asıl olan sorgulayıcı işlevine ters düşerek farklı kitlelere, seçkinlere itici geldiğini söyleyebiliriz. Bir başka deyişle kitsch, yaratıcı sanatın "Nasıl?" sorgulanmasını bir kenara atıp, "Ne?" sorusuna karşılık vererek, doğrudan doğruya nesneyi gösterir. Bir tür kabul edici tüketimdir. Ağlayan çocuk resimleri, naylon çiçeklerle dekore edilmiş kiraathane veya pide salonları, bir müzik aleti çalan bir figürün gösterildiği biblolar, izleyiciyi yormaz, hatta tersine, bir sanat nesnesini tükettiği için onu mutlu eder.<sup>123</sup>

Genel hatlarıyla sanat kavramına değindikten sonra çalışmamızın ana konularından biri olan kültürel bir kimlik aracı olarak müzik konusuna geçebiliriz.

### **2.1.2. Kültürel Kimlik Bağlamında Müzik**

Sosyal yaşantıyla ilgili bir çok alanda olduğu gibi, insanın bio-psiko-sosyal varlık olarak ortaya koyduğu müzik davranışı, günümüze kadar değişik açılardan ele alınarak tanımlanmaya çalışılmıştır. Her bir tanım, kendi içinde tutarlılık taşısa da müzik olgusunu bir bütün olarak tanıtmada yetersiz kalabilmektedir. Müziğin bir sanat ve bilim olduğunu kavrayıp, bir tanım yapma kaygısını bir kenara bırakarak, müziğin insan yaşamındaki yerini belirlemeye çalışmak yararlı olacaktır.<sup>124</sup>

<sup>123</sup> Reşat Başar, "Türkiye'de Kitsch Olgusu ve Postmodernizm", **Edebiyat Eleştiri Dergisi**, Mart Matbaacılık, Sayı: 8, İstanbul, 1995, s. 26'dan aktaran Artut, **a.g.e.**, s. 40.

<sup>124</sup> Kaplan, **a.g.e.**, s. 55.

Müzik, bir bilim ve sanat olarak ‘güzel’, ‘anamlı’ ve ‘idrak edilebilir’ seslerin düzenlenmiş hali olarak tanımlanabilir.<sup>125</sup> Müzik hem sanattır hem bilim. Yani hem duygusal olarak algılanabilmeli hem de akıl ile kavranabilmelidir.<sup>126</sup> Müzik teknik bir ifade ile, ses yüksekliği (diklik, incelik-kalınlık) ve tartım (ritm) bağıntıları içinde düzenlenmiş seslerin sanatıdır.<sup>127</sup> Müzik, kendi içeriğini oluşturan seslerin karmaşık bir şekilde de olsa insan tarafından bir düzenlilik çerçevesinde algılama çabasının ortaya çıkardığı bir uğraşı olarak da ifadelendirilebilmektedir. Başka bir deyişle, müzik sözel ve sözel olmayan sembolik bir moddur. Farklı araçlara angaje olmuş (notalar, plak ve kasetler, vb.) sembolik bir mod olarak müzik, bireylerin hayatı anlamlandırma pratikleri içinde önemli bir yer işgal eder. Müzik, ortaya çıkışından günümüze kadar, insanın coşkularını dile getirme tarzını da oluşturmuştur.<sup>128</sup> Müziği “toplumsal olarak anlam verilen ses kalıpları” olarak değerlendiren Merriam, “müzik, kültürel olarak anlam yüklü sesler içinde kalıplaşan bir etkinlikler, düşünceler ve nesnelere bütünüdür.” şeklinde tanımlamaktadır.<sup>129</sup>

Ses, müzik ve konuşma ortaya bir davranış koyar. Davranış ve konuşma iletişimi güçlendirir, ayrılmaz bir bütün olarak insanları bir duygu ve düşünce etrafında toplayabilir ya da ayırabilir.<sup>130</sup> Müzik akla ve duygunun üst katlarına seslenmektedir. Eğer böyle olmasaydı müzik sanatın bir dalı olarak kabul edilemezdi. Laserre’ye göre bütün sanat dalları içerisinde, yapısı gereği, insan duyularını en çok avucu içine alan, fiziksel olarak insanı büyüleme gücü en yüksek olan sanattır müzik. Seslerin aklın üzerinde büyük bir güç kurması, hareketin duyuları körüklemesi, bilgili ama çığırından çıkmış bir müziğin bizde bırakacağı duyuların sarhoşluğu, bu tür müziğin başlıca niteliğidir. Bu sarhoşluk sadece estetik değildir, dinleyicinin düşünce bütünlüğünü ve irade gücünü elinden alır. Müzikten alınan

<sup>125</sup> Aslı Kayhan, “Kültürel Hafıza: Klasik Batı Müziğinin Türkiye Cumhuriyeti’nin Kültür İnşasındaki Anlamı”, **Medya ve Kültür**, Der: Nurçay Türkoğlu, Sevilen Toprak Alayoğlu, 1. Baskı, Urban Kitap, İstanbul, 2009, s. 339.

<sup>126</sup> Tuba Karahisar, “1998-2008 Yılları Arasında Türk Müziğinde Yozlaşmanın TRT ve Özel Televizyolardaki Seyri”, **Medya ve Kültür**, Der: Nurçay Türkoğlu, Sevilen Toprak Alayoğlu, 1. Baskı, Urban Kitap, İstanbul, 2009, s. 347.

<sup>127</sup> Sidney Finkelstein, **Müzik Neyi Anlatır**, Çev: M. Halim Spatar, Üçüncü Baskı, Kaynak Yayınları, İstanbul, 2000, s. 9.

<sup>128</sup> Caner Işık, Nuran Erol, **Arabeskin Anlam Dünyası**, Bağlam Yayıncılık, İstanbul, 2002, s.18.

<sup>129</sup> Ayhan Erol, **Müzik Üzerine Düşünmek**, Bağlam Yayınları, İstanbul, 2009, s. 25.

<sup>130</sup> Kaplan, **a.g.e.**, s. 56.

bu tür bir zevk nitelik bakımından değil, sadece yoğunluk olarak uyuşturucudan farklıdır.<sup>131</sup>

Müzik, özünde insani imgeleri de içerir, bu insani imgeler ise insanın varolduğu toplumsal yapı içinde şekillenir; daha açık bir ifadeyle müzik yapıtları, içinde buldukları toplumsal yapının imgelerini ve ortak sembolik anlam dünyasını işaret etmektedir. Dolayısıyla bir müzik yapıtının oluşumu, içinde bulunulan tarihsel ve toplumsal çevrenin belirlemesi içinde anlaşılabilir. Ortak bir duygu alanı ve ortak coşkunun dillenmesi bu coşkunun paylaşılmasına yol açacak ve bu paylaşım, toplumsal coşkunun varlığının göstergesini oluşturacaktır. Ritmin ve coşkunun paylaşılmasıyla ortaya çıkan yoğunluk, toplumsal algılayışın geneli hakkında önemli ipuçları verebilecektir. Müzik, birleştirici bir aura yarattığı kadar aynı zamanda sosyal farklılıkların daha köşeli bir halde görünmesine aracılık eder.<sup>132</sup>

Müziğin, toplumsal yapı içindeki konumu hakkında Adorno'nun yaptığı belirleme oldukça önemlidir. Adorno, "Müzik Sosyolojisine Giriş" adlı eserinde şu ifadelerde bulunmaktadır:

"Müziğin, ilk göze çarpan özelliği, kendi yapısının içinde, kendi toplumsal dışlanmışlığının acısını kendisinde taşıyan toplumsal karşıtlıkları temsil etmekte olmasıdır. Müzik, kendi formlarında toplumdaki bu karşıtlıkların gücüne ve bunların toplumsal olarak giderilmesi gereksinimine biçim verme işini ne denli yerine getirirse, kendi biçimsel dilindeki karşıtlıklar da toplumsal durumun sorunlarını o denli yerine getirir ve acının şifreli metninde o denli toplumsal değişim çağrısında bulunur".<sup>133</sup>

Müzik, kimi şeyler anımsatan, kimi şeylerle çelişen ve bu kararsızlıklar arasında kendi içeriğini yalnızca kendi biçimine yönelten bir dildir. Yine Adorno'ya göre; "Müzik dille bir benzerlik kuruyorsa, bu benzerlik onun kendisini dilden uzaklaştırması için kullanılır."<sup>134</sup>

<sup>131</sup> Pierre Laserre, **Nietzsche'nin Müzik Üzerine Düşünceleri**, Çev: İlhan Usmanbaş, 3. Basım, Pan Yayıncılık, İstanbul, 2007, s. 9.

<sup>132</sup> Işık, **a.g.e.**, s. 18-19.

<sup>133</sup> Ünsal Oskay, **Müzik ve Yabancılaşma**, 3. Basım, Der Yayınları, İstanbul, 2001, s. 32.

<sup>134</sup> Emre Zeytinoğlu, **Sanat Üzerine Yersiz Yorumlar**, Bağlam Yayınları, İstanbul, 2008, s. 14.

Bir müzikal yapı kendini anlatırken bulunduğu toplumsal yapının genel izlenimini farkında olmadan verir; anlatmak istediğiyle ilgili olarak da kendini yeniden ifade etmeye ve kurmaya başlar. Müzikal yapıyı oluşturan kişi de, toplumsal bir ilişkinin tespiti iddiasında olmasa bile, yaygınlaşmaya başlayan müzikal yapı, toplumun coşkusuyla bir ortaklık taşımaya başlar.

Ayrıca, müziğin birleştirici bir gücü vardır. Birbirleri arasında bir ayırım yapmaksızın farklı dinleyicileri birleştirir. Tarihsel-toplumsal bağlama göre, kolektif müzikal aktiviteler de insanları birleştirebilir ve sosyal farklılıkları yeniden şekillendirebilir.

Yukarıda belirtilen anlamlarda toplumsal yaşamla ve insanla iç içe geçmeye başlayan müzik kültürel dünya içinde önemli bir anlamlandırma durumuna sahiptir. Bu anlamlandırmanın popüler kültür alanında ortaya çıkan ürünlerde de bir işlerliği söz konusudur. Müzik, Marcuse'nin şu açıklamalarıyla ayrı bir anlam kazanabilmektedir: "Günlük varolma savaşımının olayları, sınıflar üstü bir biçimde dile getirilir, toplumsal eşitsizlikler doğallaştırılır ve evetlenmeleri için gerekli ideolojik zemin hazırlanmış olur". Bunun yanında popüler kültür, reel yaşamın yerine başka türlü bir yaşam olabileceğine ilişkin düşüncelerin yollarını tıkamakta, kırgınlıkları hafifletmekte, varolanın benimsenmesinin acısını ve utancını azaltmaktadır. Müzik gibi kültürel olarak sıklıkla türetilen bir ürünün çözümlenmesindeki yaklaşımlar bir yandan müziğin kitleleri uyuşturan yönüne dikkati çekerken diğer yandan hızla değişen dünyaya adapte olamayan bireyler için bir soluklanma veya özgürleşme aracı olarak iki uçta yer almaktadır. Gündelik hayatta müziği deneyimleme biçimlerimize baktığımızda yaşanan pratiklerin her iki tür sonucu da bir arada barındırdığı gözlenebilir.<sup>135</sup>

Kültür endüstrisi içinde varoluşun kasveti ne denli büyük olursa, melodi de o kadar tatlı çınlar. Bu tutarsızlığın dışa vurduğu temel ihtiyaç, toplumsal koşulların halk yığınlarına dayattığı düş kırıklığında serpilir; ancak bizzat bu ihtiyaçla beraber ticaretin hizmetine koşulur.<sup>136</sup> Bu hizmet ise, popüler kültür alanında inşa edilen bir ürün olarak, bir müzikal eserin üretilmesi şeklinde karşımıza çıkmaktadır.

<sup>135</sup> Işık, **a.g.e.**, s. 21.

<sup>136</sup> David Rowe, **Popüler Kültürler: Rock ve Sporda Haz Politikası**, Çev: Mehmet Küçük, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1996, s. 15.

Bir müzikal eserin varolabilmesi için ise sesin ve dinleyici zihninin bir araya gelmesi gerekmektedir. Dinleyiciler müziği içselleştirmeye ihtiyaç duymaktadırlar; çünkü coşkunun, insani ve toplumsal görünümün ortaklığı ritimde kendisini göstermektedir. Bu ortak ritmin görünümü, hem kitleye ortak dil olarak yaratılan bir semboller bütünü, hem de toplumun içinde kendisini anlamlandıran bir dilsel ifadelendirmeyi kapsamaktadır.

Genel hatlarıyla ifadelendirilecek olursa, müzik, toplumsal hayatın içinde üretilen ve buna bağlı olarak toplumsal çerçeve içine yerleştirilen bir kavramdır. Müzikal ürünler, popüler olması nedeniyle hem genelleştirici bir özelliğe hem de bireysellikten uzak bir üretime işaret eder. Popüler müzik üretimi, kitle ve kültür endüstrisi kavramlarını çağrıştırmaktadır.<sup>137</sup>

Müzik ve felsefe üzerine çalışmalar yapmış olan Adorno, müziği “ciddi” ve “standart” olarak sınıflandırmaktadır. Ona göre standart müzik, gündelik yaşamın müziği ve apolitiktir yani üzerinde düşünülmeyi gerektirmeyen, sadece iyi vakit geçirme amacıyla tüketilen müziktir. Toplumun bilinçlenmesini sağlayacak müzik, “ciddi” dediği çoksesli müziktir. Bu müzik bireyin zekasını geliştirici niteliktedir. “Standart” olan ise, bu nitelikten yoksun aynı zamanda siyasi erkin gündeminde, kitleleri suni mutluluğa sevk eden, içi boş müziktir.<sup>138</sup> Ülkemizden bir caz müzisyeni olan Önder Facon ise bu konudaki görüşlerini şu şekilde belirtir; “Popüler müziği bir müzik türü olarak algılamıyorum...patates, deterjan, dondurmadan pek farklı değil.”<sup>139</sup>

Müzik, çoğu toplumda genel ve özel durumların anlamı ve zihniyet durumu hakkında ipucu niteliğinde belgeler verebilmektedir. ABD’nin güney eyaletlerinde doğan caz ve blues türlerinde varolan toplumsal koşulların ve bu koşullar içinde yaşanan sosyal psikolojik sancuların bir göstereni olması gibi arabesk de içinde doğduğu koşullarda yaşayan bireylerin benliklerinin inşasında önemli bir “kültürel yatıştırıcı” işlevini görmüştür. Söz konusu müzik türleri onları yaratan, deneyimleyen ve tüketen bir grup için hayatın herhangi bir alanı gibi gerçektir, sahicidir<sup>140</sup> kendi hayatlarının içinden çıkmıştır,

<sup>137</sup> Işık, **a.g.e.**, s. 23.

<sup>138</sup> Yıldırım, Koç, **a.g.e.**, s. 90.

<sup>139</sup> Önder Facon’dan aktaran Metin Solmaz, **Türkiye’de Pop Müzik**, Pan Yayınları, İstanbul, 1996, s. 149.

<sup>140</sup> J. Fornas, *Cultural Theory and Late Modernity* (1995) adlı eserinde “sosyal sahiciliğin” bilimli bir sosyal (sanal ya da gerçek) cemaat içinde meşru olan normlara dayanan yapma olmayan bir şey hakkında hüküm

meşrudur ve anlamlıdır. Kültürel ürünlerin bize anlamlı gelmesi, anlamların öznel arası kabul edilmiş belirli referans noktaları halinde hayatın içinde kabul görmelerinden kaynaklanır.

Müziğin toplum üzerine etkisi, iktidar tarafından da anlaşılabilir olabilmiş ve bunun sonucunda toplum uygulanan politikalar ve özellikle kültür endüstrisi aracılığıyla yönlendirilmeye çalışılmıştır. Siyasal iktidarlar ve birtakım ideolojik duruşlar da kendilerini çoğu zaman müzik ile dillendirmişlerdir (sol müzik, İslami müzik vb. gibi). Arabesk, müzikle başlayan bir ifadelendirme sürecidir ve sonuçta kendine özgü ve özel bir kültürel duruş tarzı geliştirmiştir.<sup>141</sup>

Özetle söylemek gerekirse müziğin etkisi yalnızca tek tek insanlarla sınırlı kalmaz, bütün toplumu, hükümetin yönetimini, tüm ülkeyi, ülkedeki, işleri de kapsar. Müzik bozulursa, tüm bu şeylerde bozukluk meydana gelir. Konfüçyüs, müziğin kişi ve toplum üzerindeki etkilerini şu sözleriyle vurgulamaktadır: Müzik devlet kurar, devlet yıkar.<sup>142</sup>

### 2.1.2.1. Müzik ve İnsan

Her sanat dalında olduğu gibi müzik sanatında da öncelikle duylara yönelik insani edim vardır. Bu edimin insani yönünün olması, insan (müziyen) tarafından üretilmesinden kaynaklanır. Müzik kendi kendine olan bir şey değil, bizim yaptığımız ve anlam verdiğimiz bir şeydir. İnsanlar müzikle düşünür, onunla kendilerinin kim olduğuna karar verip, kendilerini anlatırlar.<sup>143</sup>

Müziğin insan üzerindeki işlevleri birçok yapıdan geniş, etkin ve çeşitlidir. Müziğin insan hayatında ilk müziksel olma yaratısı anne karnında ve doğum anındaki ilk dünyaya gelişindeki sesli merhabadan ibarettir. Bu yapı, müzikle insan arasında duyuşsal bir etkilenme meydana getirmektedir. Bu etki, insanı müziksel bir varlık yapısına dönüştürür. Bu yapı, insanın kendi gelişiminde çok önemli bir rol oynayacak ve müziğin içinde

---

verme olduğunu vurgular. J. Fornas, **Cultural Theory and Late Modernity**, Sage, Londra, 1995' den aktaran Işık, **a.g.e.**, s. 23.

<sup>141</sup> Işık, **a.g.e.**, s. 23.

<sup>142</sup> Kaplan, **a.g.e.**, s. 57.

<sup>143</sup> Nicholas Cook, **Müziğin ABC'si**, Çev: Turan Doğan, Kabalcı Yayınevi, İstanbul, 1999, s. 18.

bulundurduğu etkin işlevsellikler, bireyin gelişim evrelerinde oldukça önemli bir süreç teşkil edecektir.<sup>144</sup>

Müzik bir insan aktivitesidir. İnsan hareketi olmadan ne müzikal ses ne de müzikal seslerin çalışmaları olabilir.<sup>145</sup> Müzik, yaşamın her evresinde insanı saran, insanlarla iç içe olan bir olgudur. Ana kucağında ya da beşikte, evde, sokakta, iş yerinde, okulda, eğlence ve dinlenme yerinde, radyo ve televizyonda, tören ve toplantılarda müzikle birlikte oluruz. Anne karnındaki bebek, annesinin kalp atışlarının ritminden etkilendiği için, doğduktan sonra bu bildik sesi anne kucağında yeniden bulunca rahatlar, ağlamayı keser. İzleyen yıllarda ise çocuğun müzikten etkilenmesi doğrudan bir ilişki biçimine dönüşür, giderek çeşitlenir, zenginleşir ve yaşam boyunca sürer gider. Çevresindeki müzikle etkileşim içinde olan insan, süreç içinde müzikal davranışlar kazanır: Dinleme, benzetme, oynama, mırıldanma, tempo tutma, ıslık çalma, tıngırdatma, şarkı söyleme, beğenme, eleştirme, çalgı çalma, besteleme gibi... Bu davranış biçimlerinin ortak paydası “müzikle anlaşma”dır. Müzik insana kendini tanıma, kendini ifade etme, kendini gerçekleştirme ve kendini aşma olanağını verir. Henüz üç-dört yaşındaki bir çocuk, kendine özgü üslubuyla şarkı söylerken hem gırtlığının sağladığı ses olanaklarını tanımaktan hem de şarkı söyleyerek kendini gerçekleştirmekten mutluluk duyar. Küçük yaşta çalgı çalmaya başlayan çocuklar da çalgısında ilerledikçe becerilerini geliştirip kendini nasıl aştığını görmenin kıvancını yaşar. Toplu şarkı söyleme olgusu ise kolektif bilincin doyum sağlayan en etkili uygulamalarındandır. Çünkü insanın başlıca üstün niteliklerinden biri duyguların paylaşımı, dayanışmanın duygusal planda yükseltilmesidir.<sup>146</sup>

Müzik yapıtları özlerinde insani imgeleri, tipik insan edimlerini ve ilişkilerini içerirler. Müziğin duygu uyandırmasını sağlayan da, işte bu insani imgelerin varlığıdır. Müzik tarihi, her şeyden önce, insani imgelerin ses halinde gelişmesinin tarihi olduğu gibi insan sesine, insan parmaklarına ve çalgılara ilişkin teknik ve becerilerin gelişmesinin de tarihidir. Bu

<sup>144</sup> Mete Gökçe, “Koro Müziğinin Toplumsal İşlevleri Açısından Türkiye Korolar Şenliğinin Kazandırdıkları Üzerine Genel Bir Değerlendirme”, [www.muzikegitimcileri.net/bilimsel/bildiri/M-Gokce.pdf](http://www.muzikegitimcileri.net/bilimsel/bildiri/M-Gokce.pdf), 09.12.2009, s. 2.

<sup>145</sup> Bülent Alaner, **Müzikte Beşinci Boyuta Doğru**, Anadolu Üniversitesi Devlet Konservatuvarı Yayınları, Eskişehir, 2007, s. 2.

<sup>146</sup> Ahmet Say, **Müzik Nedir, Nasıl Bir Sanattır?**, Evrensel Basım Yayın, İstanbul, 2008, s.16.

gelişme her zaman toplumsaldır, çünkü geçmişte her biri bir insan topluluğu için taşıdıkları anlam bakımından sınamadan geçmiş sayısız edimin ve buluşun ürünüdür.<sup>147</sup>

### 2.1.2.2. Müzik ve Toplum

Adorno; müziğin içinde gerçekleştiği bir “müzik yaşamı”ndan söz eder. Ancak müzik yaşamı, ona göre müziğe ters düşer. Çünkü “müzik yaşamı, müzik için yaşam değildir.” Doğrusu müzik için yaşam diye bir şey yoktur. Ne müzik yaşamı ne toplum müzikle barışık değildir.

Soykan’ın aktardığına göre, her sanat gibi bir gerçeklik görünüşü olan müzik, görünüş değil de gerçekliğin kendisi olunca, o artık ideoloji olur, ideoloji olarak, toplumsal yanlış bilincin kaynağı olarak müzik işlevsel müziktir. Bu durum müziğin kendisini toplumda kullandırması durumudur. O zaman müzik toplumsal olmaz. Ancak toplumsal eğilim, müzikte yankılanınca, müzik toplumsallaşır. Müzik-toplum bağıntısının nasıl oluştuğunu sormaktan çok bu oluşumda toplumun müzikte nasıl görüldüğünün, müziğin de toplumun dokusundan hangi anlamları çıkardığının araştırılması önemlidir. Ancak müziğin merkezi içeriğinin toplumsal olarak deşifre edilmesi denemelerinden tam başarı beklenemez. “Kuşkusuz, müziğin toplumsal içeriği kendinin önce derece derece açıyor, ilk ortaya çıkışında kendini gizliyor. Bu içerik, doğrudan doğruya görünenden ortaya çıkmaz.” Müzik ile toplumsal içeriği birbirinden ayrı tutmalıdır. Müzik yalnız toplumsal olana değil, doğal olana da kendi tarzında egemendir. Müziğin dünyası doğal ve toplumsal olarak bir bütün dünyadır; gerçek dünya karşısında bir görünüş dünyası, dış dünya karşısında bir iç dünyadır.

“Tasvirler dizisi olarak değil, dinamik bütünlük olarak büyük müzik, iç dünya sahnesinde meydana gelir. Bu, müzik ile toplum bağıntısının tam bir kuramının aranıp bulunacağı yönü gösterir. Sanat yapıtlarının toplumla bağıntısı Leibniz’in monatlarına benzer: penceresiz. Demek ki, toplum olmaksızın, kendini bilir olmak için, bu bilinç daima ve zorunluca topluma eşlik etmeksizin, yapıtlar ve aynı zamanda kavramdan uzak

<sup>147</sup> Finkelstein, a.g.e., s. 10.



müzik, her durumda toplumu tasavvur eder. Şuna inanmak istenir: Kavramdan uzak müzik ne denli derinse, topluma o denli az göz kırpar.”<sup>148</sup>

Kendisi de bir müzik kuramcısı olan Adorno, müzik kuramcılarına bakacakları yeri gösteriyor: İç dünya sahnesi. Dışarıda olan ne varsa bu sahnede vardır. Hiçbir monadın dışarıya açılan penceresi yoktur. Ama her monad tüm diğerlerinde olan biteni, yani dünyayı bilir. Çünkü birindeki olan biten, yani onun tasavvur ettiği ne ise ötekilerin tasavvur ettiği de odur, aynı şeydir; arada sadece tarz farkı vardır. Müziğin kavramdan uzak olması, onun kendisini kolayca ele vermemesi demektir. Derinliği olan ve bu müzikte toplumsal olan dibe çökmüştür. Bestecinin toplumsallığı bu çökeltide söz konusudur, siyasal meydanlarda coşturan efekt yerine kullanılan sözüm ona müzikte değil. Sözüm ona müzik, varolanı, nesnel gerçekliği yeniden üretir. Esas itibariyle müzik, toplumsal hakikat içeriğini, ama ancak karşı koyma ile, topluma yapmış olduğu anlaşmayı feshetmeyle kazanır. Toplumla uyuşma, anlaşma durumunda müzik ya da sanat ne özerk ne de özgürdür. Özgürlük için anlaşmanın iptali gerekir. Bu iptal da ancak sanat tarafından yapılabilir, karşı taraftan değil. Efendinin azat ettiği köle asla özgür değildir, o yalnız azatlıdır. Toplumsal olanı müziksel biçimlerde içselleştiren müzik, bu suretle topluma karşı çıkar. Müzik bu içselleştirmede ve toplumla kavgalı olmasında kendi özerkliğini elde eder, topluma kayıtsız olmada değil. En azından kavga etmesi için bir toplum gereklidir.<sup>149</sup>

“Tinsel bir şey olarak müziksel ürünün kendisi, toplumsal aracılıdır, aracısız bir şey değil. Kesin anlamda, ondaki üretici güç ancak aracılıktan kopmamış kendiliğindenliktir.”

150

Kendi özerkliğiyle pazar diktasına en şiddetli biçimde karşı koyan müzik, toplumla ortak çizgiler yakalamaktan da geri kalmaz. Peki, “Müziksel kendiliğindenlik toplumsal olarak genellikle nasıl olanaklıdır?” bu soru aslında bir müzik felsefesi ya da bununla birlikte düşünülmüş bir müzik sosyolojisinin olanağını veren bir sorudur. Bu, “sanatın toplumda nasıl oluştuğunu, toplumun sanatta nasıl etkide bulunduğunu sormayı değil, tersine toplumun sanat yapıtlarında kendini nasıl nesneleştirdiğini bilmek isteyen bir müzik sosyolojisidir.” Müzikte nesneleşen toplum artık müziğin hakikatidir, toplumsal hakikat değil. Ama müzik, bu kendi hakikatini topluma geri verir. “Bu bakımdan müzik sosyolojisi, ideolojik içerikle ve müziğin ideolojik etkisiyle ilgilendiği ölçüde, toplumun

<sup>148</sup> Ömer Naci Soykan, **Müziksel Dünya Ütopyasında Adorno ile Bir Yolculuk**, 2. Baskı, Bulut Yayınları, İstanbul, 2000, s. 75.

<sup>149</sup> Soykan, **a.g.e.**, s. 79.

<sup>150</sup> Soykan, **a.g.e.**, s. 79.

eleştirisel bir öğretisi olur. Bu müzik sosyolojisine müziğin hakikatini araştırma yükümlülüğü verir.”<sup>151</sup>

Soykan’a göre müzik, sanat dahil tüm kültürel etkinliklerin bir iç içe geçişi ve bağlantısı anlamında uygarlık, bu kenetlenmelerle eklemlerinde zamanla kireçlenmeye uğrar. Böylece hepsi bir olur, daha doğrusu yok olur. Bu nedenle öncelikle “müzik ile uygarlığın sıkı sıkıya bağlantısı ortadan kesilmelidir.” Daha önce de söylenildiği gibi müzik toplumla yaptığı anlaşmayı bozmalıdır. Ama bir yandan toplum düzlemindeki, öte yandan kültür düzlemindeki toplumsal bağlantılar, katılmış biçimde her iki düzlemde hüküm sürmektedirler.

“Estetik geçerlilik toplumsal zorunlu görüntüdür: hiçbir sanat yapıtı güç üzerine kurulmuş bir toplumda kendi gücüne tam güveni olmaksızın gelişemez.” Kendi gücüne güveni olan müzik, bir toplumsal bağlantının resmi olarak gereğini duymaz. “Müzik doğru yaşamın trajik resmini yapmak için olmaktan da vazgeçmelidir. Bunun yerine o, ide’yi cisimlendirir, ki artık hiçbir hayat yoktur.”<sup>152</sup>

Soykan’a göre; “Müziğin hayatla yarışmaya ihtiyacı yoktur. Müzik hayata bir alternatif değildir”.

Adorno gibi “kulaklarıyla düşünmeye alışık biri”sinin dünyası, onun tarzında söylendiğinde, müzikle birlikte oluşmuş, kendin, yaratmış tüm dünya olarak, ütopya olmayan, ütopyaadır. Müzik ve müzik ya da her şey ve hiçbir şey; sorun budur.<sup>153</sup>

### **2.1.2.3. Müziğin Bireysel, Toplumsal ve Kültürel İşlevleri**

Müziğin insan yaşamındaki yeri, gördüğü işlevlerle belirlenmiştir. Birbirleriyle bağlantıları da olabilen bu işlevlerin önde gelenlerini burada dile getirebiliriz.

#### **2.1.2.3.1. Müziğin Bireysel Yönden İşlevleri**

Müzik, bireyin duygu ve düşünce dünyasına hareket getirir. Bireyin kendini tanımasına, kanıtlamasına, duygularını inceltmesine, düşündürmesi ve duygulandırmasına olanaklar

<sup>151</sup> Soykan, a.g.e., s. 82.

<sup>152</sup> Soykan, a.g.e., s. 85.

<sup>153</sup> Soykan, a.g.e., s. 90.

sağlar. Seslerin etkileyici biçimde birleşmesi olgusundan insanın hoşlanması doğaldır. Öte yandan müzik, “eğlendirici”dir de. Müziğin bu nitelikleri insan yaşamını zenginleştirir, insanı mutlu edecek öğeler içerir.<sup>154</sup>

### 2.1.2.3.2. Müziğin Toplumsal Yönden İşlevleri

Toplumsal işlevleri açısından müziğin başta gelen bir yönü, bireyler arasında bağlar kurulmasında rol oynaması, ortak duygu ve düşüncelerin oluşmasını sağlamasıdır. Modern çağda teknolojinin hızlı gelişimiyle bütün dünyayı kapsayan son derece yaygın iletişim olanakları elde edilmiş, ortak müzikal bağların kurulması hızlanarak pekişmiştir. Daha önemlisi, modern iletişim olanaklarının bulunmadığı çağlar boyunca, ilkçağdan başlayarak bireyler ve topluluklar arasında bağlar kurulmasında müziğin oynadığı roldür. Tarih içinde hemen bütün kıtalarda geçerliliğini sürdüren “saz şairleri” geleneği, ortak duygu ve düşüncelerin dile getirilmesi ve oluşmasında, sözün ve müziğin öncü rolünü temsil etmiştir.<sup>155</sup>

Adorno’ya göre müzik, genel anlamda bir toplumsal harçtır. Ve tabiatındaki mantığa asla ulaşamadıkları bir malzemeye dinleyicilerin atfettikleri anlam; her şeyin ötesinde onların gündelik yaşam mekanizmalarına bir miktar fiziksel uyum sağlayabilecekleri bir araç olmaktadır.<sup>156</sup> Dinleyicilerin mutsuzluklarını itiraf etmelerine izin veren müzik, onları bu “rahatlama” yoluyla toplumsal bağımlılıkta birleştirir.<sup>157</sup>

Müziğin toplumsal işlevleri, toplum psikolojisi açısından da değerlendirilmelidir. “Ortak duygu ve düşünceler”in müzik aracılığıyla dile getirilmesi olgusunun en çarpıcı örnekleri, iş ve işçi şarkılarının yanı sıra, Fransız Devrimi’nden başlayarak çağımıza kadar uzanan atılım yıllarında birçok ülkede iz bırakan devrim şarkıları ve marşlarında simgesini bulmuştur.<sup>158</sup>

---

<sup>154</sup> Say, **a.g.e.**, s. 17.

<sup>155</sup> Say, **a.g.e.**, s. 18.

<sup>156</sup> Theodor Adorno, “Popüler Müzik Üzerine”, **Toplumbilim Dergisi Müzik Özel Sayısı**, Çev: Evren Çelik, Bağlam Yayınları, Sayı: 9, İstanbul, 1999, s. 74.

<sup>157</sup> Adorno, **a.g.e.**, 1999, s. 75.

<sup>158</sup> Say, **a.g.e.**, s. 18.

### 2.1.2.3.3. Müziğin Kültürel İşlevleri

Müzik, özünde kültürel bir olgudur. Kültürün mayalanması ve gelişmesini doğrudan etkiler, geçmiş ile gelecek arasında bağlar kurar; “kültür”ün hem nedeni hem de sonucu olan insanın ortak değerlerini dile getirir. Tarih içinde çeşitli coğrafyalarda her topluluk ya da halk, kendi müzik kültürünü geliştirmiştir. Burada yine “müziksiz insan, müziksiz toplum olamaz” özdeyişine gelmiş oluyoruz.

### 2.1.2.3.4. Müziğin Ekonomik ve Eğitsel İşlevleri

Ekonomik işlevleri açısından müzik, özellikle 19. yüzyıldan başlayarak yeni boyutlar kazanmış, halkın da izlediği opera, operet ve konser gibi etkinlikler, kitlelerin ilgisini görmüştür. 19. yüzyılın sonlarında gelişmeye başlayan müzik teknolojisinde, üretim, dağıtım ve tüketiminde olağanüstü bir büyüme meydana gelmiştir. Günümüzün müzik endüstrisi ise ekonomik yönden dünyanın dört bucağındaki milyonlarca insanı etki alanı içine almıştır.<sup>159</sup>

Say’a göre müziğin “eğitim” boyutu, ilkçağın yüksek uygarlıklarından başlayarak çağımıza değin değişen ve gelişen çeşitli uygulamalar sergilemiştir. Örneğin, Antik Yunan’da resmi genel eğitim, dört alanda sürdürülüyordu: Felsefe, matematik, müzik, beden eğitimi. İnsan formasyonunun oluşmasında temel bir yeri olan bu dört eğitim alanıyla verilen mesaj açıktır: Felsefe ile düşüncenin irdelenmesi, matematik ile aklın kullanımı, müzik ile duyguların derinleştirilmesi, beden eğitimi ile sağlıklı insan yetiştirilmesi öngörülüyordu.

Ortaçağ’da eğitim, bütünüyle dinsel karakter kazanmış ve “müzik eğitimi”nden anlaşılan, dinsel müzik şarkılarının öğretilmesi olmuştur. Avrupa müzik kültüründe din dışı müzik formlarının yaygınlaşması ise Rönesans Dönemi’ne rastlar. Çoksesli müziğin benimsenerek yaygınlaşmasının da Rönesans çağında gerçekleşmesi rastlantı değildir.

Çağımızda müzik eğitimi üç temel kategoride gerçekleştirilmiştir: Bu üç kategori, okullarda uygulanan “genel müzik eğitimi”, müziğe özel ilgi ve sevgi duyanlar için “amatör müzik eğitimi” ve müziği meslek olarak seçenler için “profesyonel müzik eğitimi”

---

<sup>159</sup> Say, a.g.e., s. 19.

programlarını kapsar. Amaçları bakımından ayrılan söz konusu üç program içinde “amatör müzik eğitimi” ilk bakışta ikincil nitelikte görülebilir. Oysa gelişmiş ülkelerde kadın ve erkek bütün amatör müzikseverler için yediden yetmişe kadar uygulanan bu program, toplumda “müzik eğitiminin gövdesi” kabul edilir. Gelişkin ülkelerde amatör koro ve amatör çalgı müziği topluluklarında yer alan müziklerin sayısı, genel nüfus içinde önemli bir yer tutar.<sup>160</sup>

#### 2.1.2.4. Müzikal İletişim

Müzik eseri aslında, bestecinin insanlığa sunduğu bir bildiridir. Söz konusu bildirinin dinleyiciye iletilmesi için seslendiriciye (yorumcuya) görevler düşer. Anlaşılacağı gibi, “müzikal iletişim” şu temel öğelerden oluşur: Besteci, eser, seslendirici, dinleyici. Besteci; insanlarla paylaşmak istediği duygu ve düşüncelerini anlatmak amacıyla seçip bir araya getirdiği seslerle bildirisini oluşturan kişidir. Öte yandan, bildiri seslendirilmedikçe dinleyiciye iletilemez ve asıl amacına ulaşamaz. Seslendirici; ya da yorumcu, bestecinin bildirisini insanlara (dinleyiciye) ileten sanatçıdır. Dinleyici ise bestecinin bildirisini (eseri) tanımak isteyen kişi ya da topluluklardır. Müzikal iletişimde dinleyicinin çok önemli bir yeri vardır: Dinleyici olmasa besteci kimin için besteleyecek, yorumcu kimin için seslendirecektir? Besteciden esere, yorumcudan dinleyiciye uzanan iletişim süreci, birbirini tanımlayan öğelerden oluşan müzikal bir bağlantıdır. Bu öğelerden birinin eksik bulunması durumunda iletişimin kopacağı açıktır.<sup>161</sup>

Say’a göre tarihte müzikal iletişimin müzik sanatına soluk kazandıran üç köklü aşaması vardır. Bunlardan birincisi, yalınç bir nota yazısı özelliğindeki “müzik yazısı”nın kullanılmaya başlamasıdır. İkincisi, müzik yazısının çoğaltılmasını ve notaların çok sayıda müzikçiye iletilmesini sağlayan “nota basımı”dır. Üçüncüsü ise sesleri kaydederek geniş geni yığınlara ileten gramfon, radyo gibi teknolojik icatlardır. Bu üç aşama, müzik sanatının gelişimi açısından da önem taşımıştır:

Müzik yazısının kullanımı, seslerin işaretlerle saptanarak müzik eserinin kalıcılığını sağlamıştır. Nota basımı, müzik yazısının hem bir standarda kavuşmasına yol açmış, hem de çok sayıda insanın eseri yeniden seslendirmesi olanağını sunmuştur. Ses kaydı ve

<sup>160</sup> Say, a.g.e., s. 19.

<sup>161</sup> Say, a.g.e., s. 20.

kaydedilmiş seslerin modern aygıtlarla iletilmesi olanağı ise müzik sanatının kitlesel boyutlarda yaygınlaşmasını getirmiştir.<sup>162</sup>

### 2.1.2.5. Popüler Müzik

Hiç şüphesiz dünya üzerinde müziğin pek çok türü vardır. Bu türlerin her biri de ayrı bir ifade şeklini oluşturmaktadır. Fakat bu türler içinde bazıları daha geniş kitlelere ulaşmış popüler hale gelmektedir. Popüler müzik bu noktada incelenmesi gereken bir müzik türüdür. Çalışmamız popüler kültür çerçevesinde şekillendiği için, popüler kültür içinde yer alan popüler müzik konusuna da yer vermenin gerekli olduğunu düşünmekteyiz.

Popüler kültür içinde kendine özgü bir yere sahip olan popüler müzik, popüler özelliğini diğer kültürel ürünler gibi on dokuzuncu yüzyıla birlikte değişen üretim ilişkileri, toplumsal formasyon ve bu değişimlerin kültürel ifade yolları ve biçimlerinde bulunduğu karşılığın değişmesinden alır. Burjuvazinin eliyle gerçekleşen endüstri kapitalizmine geçişle birlikte ussallaştırma müziğin notalanmasına da ve müziğin yeniden üretimini standartlaştıracak bir kodlama ile müzik yapıtları kullanımlarından bağımsızlaşmış ve toplumla ilişkileri açısından birer meta özelliği taşıyacak hale gelmiştir.<sup>163</sup>

Popüler müziği “folk” ya da “sanat” müziğinden ayıran hem çıkış koşullarına hem de üretim süreçlerine içkin bir takım özelliklerdir. Tagg, bu özellikleri dörde ayırarak farkı belirtmeye çalışır: Birincisi popüler müziğin, sayıca çok ve sıklıkla sosyo-kültürel açıdan türdeş olmayan dinleyici gruplarına kitlesel dağıtım için üretilmesidir. İkincisi yazılı olmayan bir biçimde saklanması ve dağıtılmasıdır. Üçüncüsü yalnızca bir meta haline gelebildiği endüstriyel para ekonomisi içinde mümkün olmasıdır. Dördüncüsü de kapitalist toplumlarda “serbest” girişim yasalarının konusu olmasıdır, bu da mümkün olduğunca çok kişiye mümkün olduğunca az şeyden mümkün olduğunca çok satmak demektir.<sup>164</sup> Bu

<sup>162</sup> Say, a.g.e., s. 20.

<sup>163</sup> Berrin Yanıkkaya, “Beden Dilimi Oku: Popüler Müzik ve Bir Metin Olarak Beden Dili”, **Toplumbilim Dergisi Beden Sosyolojisi Özel Sayısı**, Bağlam Yayınları, Sayı: 24, İstanbul, 2009, s. 48.

<sup>164</sup> Philip Tagg, “Analysing Popular Music: Theory, Method and Practice” içinde **Reading Pop: Approaches to textual Analysis in Popular Music**, Oxford University Press, Oxford, 2000, s. 75’den aktaran Yanıkkaya, a.g.e., s. 49.

nedenle de tanım itibariyle popüler müzik piyasa ekonomisinin koşulları içinde ve bu koşullar tarafından belirlenen niteliklere sahiptir.

Popüler müzikle ilgili olarak Adorno'ya baktığımızda üç önemli argümanı ortaya koyduğunu görürüz. İlki popüler müziğin standartlaştırılmış olmasıdır. Herhangi bir pop müzik ürünü başarı elde ederse son noktaya kadar ticari açıdan sömürülüp tüketilir. Bir şarkıda var olan detaylar diğer şarkılarda da kullanılıp yapısına dokunulmaz. Bu da Adorno'nun "sahte bireyselleştirme" olarak tanımladığı süreçte standartlaşma yoluyla gizlenir. Beğeni toplayan şarkıların standartlaştırılmasıyla dinleyicinin aynılaştırılması amaçlanmaktadır. Adorno, popüler müzik yoluyla pasif dinlemenin yaratıldığını, çalışmanın sıkıcı olduğu kapitalist sistemin işten kaçma isteği yarattığını, ancak bu kaçışın "gerçek" kültüre kaçışa enerjisi olmayan bireyler tarafından bir sığınma yeri olarak yorulmadan tüketilen popüler müzik alanına doğru olduğunu belirtir. İkinci olarak popüler müzik bir tür yalın diyalektik içinde işlev görür ve tüketilmesi için oyalayıcılığın ve dalgınlığın ötesinde bir ortam yaratmak gerekir ki, pop müzik dinleyen insanlarda bu iki durum oluşur. Üçüncü argüman ise, popüler müziğin toplumsal bir çimento olmasıdır, sosyo-psikolojik işlevi, tüketicilerin günlük hayatın düzenine fiziksel olarak uymalarını sağlamaktır.<sup>165</sup>

Adorno bu standartlaşma işleminin sonucunda popüler müzik şarkılarının aynılaşmış olmalarından dolayı, herhangi birinin nakaratıyla bir diğersinin kolayca yer değiştirebileceğini savunur. Bu yapısal standartlaşma sonucunda standartlaşmış tepkiler oluşur. Kültür endüstrisinin önemli bir ürünü olarak gördüğü popüler müzik dinleyicileri Adorno'ya göre çocuksudurlar, daha önceden yedikleri bir yemeği tekrar tekrar yemek isterler. Popüler müzik, mekanikleşmiş işten rahatlama ve soluklanma olanağı sunar, çünkü bir talebi ya da zorluğu yoktur, dikkat edilmeden, özen gösterilmeden dinlenebilir. Adorno'ya göre insanlar popüler müziği isterler, çünkü kapitalizm kafalarının içine "çekiç"le vurarak istenilir hale getirir. Ancak bu istekleri aynı zamanda kapitalist toplumda yaşamlarını karakterize eden üretim ve tüketim arasındaki simetriden kaynaklanır. Buna göre de insanlar popüler müziği isterler, çünkü standardize edilmiş ürünlerin tüketimi, üretimdeki çalışmalarının standardize, tekrarlanan ve sıkıcı doğasını yansıtır.<sup>166</sup>

<sup>165</sup> Adorno'dan aktaran John Storey, **Popüler Kültür Çalışmaları: Kuramlar ve Metotlar**, Çev: Koray Kardeşin, Babil Yayınları, İstanbul, 2000, s. 113.

<sup>166</sup> Theodor Adorno, "On Popular Music", **Cultural Theory and Popular Culture**, Prentice Hall Yay., Londra & New York, 1998, s. 76.

Lull'a göre ise popüler müziğin sözel içeriği önemli bir toplumsallaşma aracıdır, müziğin akranlar arasındaki ilişkilerin çimentosu olarak genel bir toplumsal işlevi bulunmaktadır. Hawkins ve Lull'a göre, gündelik durumların ve etkileşimlerin ayrılmaz bir bileşeni olarak müzik her günkü toplumsal etkileşimimizi inşa eder, bizlere kendi kimliklerimizi yapılandıracak ve başkalarını değerlendirecek çevreler sunar. Popüler müzik, hem toplumsal, siyasal ve kültürel konular tarafından biçimlendirilir hem de onları biçimlendirir; müzik anlamları öylesine çaba harcamadan üretir ve yeniden üretir ki gündelik hayatımızdaki etkisini çoğu zaman fark etmeyiz.<sup>167</sup>

Şarkı sözleri yalnızca bu nedenle değil aynı zamanda şarkı söyleyenin dinleyicisi ile kurduğu ilişkinin niteliği açısından da önemlidir. Kruse, sözlerin çözümlenmesinin neden anlamlı ve önemli olduğunu söyler; sözler bir şarkının yalnızca “anlatısal” yapısını sağlamaz, aynı zamanda sanatçının dinleyiciler tarafından nasıl algılandığını, neyin “tarafını” tuttuğunu da belirtir. Çünkü dinleyenlere sanatçının düşünceleri ve duyguları ile ilgili bilgi verir ve dinleyicilerin metinsel yorumlama hazzına ulaşmalarını ve zor yakalanan ve değişen “gerçek anlam”ı bulmaya çalışmalarını sağlar. Burada iletileri kodlayan açısından önemli olan noktalardan bir tanesi de anlamlar ve kimlikler üzerinde bir iktidarları olması e aslında yazma eyleminin kendisinin kültürel düzeyde siyasal bir müdahale olmasıdır. Kruse bu açıdan bakıldığında işaretleme içinde şarkı sözlerinin önemli bir yeri olduğunu, kültürel anlayışlar yaratmaya ve özneleri iktidar ilişkileri çerçevesinin içinde konumlandırmaya yardım ettiklerini söyler. Öznelerin kimlikleri de bir şekilde kültürel metinlerle olan etkileşimleriyle biçimlenir, pop müzik şarkı sözleri dinleyicilerin referansları açısından önemli bir nokta olduklarından ve müzisyenlerin önemli bir ifade biçimi olduklarından şarkı sözlerinin analizi sorgulanmaya değerdir.<sup>168</sup>

---

<sup>167</sup> Yanıkkaya, **a.g.e.**, s. 49.

<sup>168</sup> Kruse'dan aktaran Yanıkkaya, **a.g.e.**, s. 50.



## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### 3.1. KÜLTÜREL KİMLİĞİN BİR YANSIMASI OLARAK SANATÇILAR VE YILDIZ OLGUSU

“Kültürel Kimlik Bağlamında Müzik: Yıldız Olgusu” başlıklı tez çalışmamızın ikinci bölümünde müziğin sosyo-kültürel bir olgu olarak toplumdaki yeri ve önemine değinilmiştir. Hiç şüphesiz ki müziği toplumların vazgeçilmez bir unsuru haline getiren sadece müzik yapıtları değildir. Müzik olgusu dört yapıcı öğeden oluşmaktadır. Birincisi müzik yapıtı, ikincisi onu yaratan sanatçı, üçüncüsü alımlayan kitle ve sonuncusu da yapıt ile kitle arasındaki iletişimidir. Dolayısıyla müzik yapıtlarını ortaya koyan ve topluma ulaştıran sanatçılar da bu noktada önem kazanmaktadır. Bu sanatçılar da toplumun bir yansıması olarak karşımıza çıkmaktadır.

Fakat bu sanatçılardan bazıları daha ön plana çıkmakta ve toplum içerisinde yıldız olarak adlandırılmaktadırlar. Yıldız, toplumun gereksinimleri ve beklentileri doğrultusunda üretilen ve toplumu oluşturan bireylerce tüketilen bir nesne olarak ortaya çıkmaktadır. Toplumun belli gereksinimlerini karşılayan yapı nedeniyle, toplumu yıldızdan, yıldızı toplumdaki bağımsız düşünmek olanaksızdır. Yıldızın gerçek varlık nedeni onu tüketen kitledir. Başka deyişle, izleyicileridir. Yıldız ve izleyici arasında karşılıklı bağımlılık söz konusudur.

Buradan yola çıkarak bu bölümde öncelikle kültürel kimliğin bir yansıması olarak sanatçı kavramına ve yıldız olgusuna değinilecektir. Daha sonra da yıldızların, hayran kitleleriyle ilişkilerine yer verilecek ve toplumun bazı kesimleri için yıldızların neden bu kadar önem taşıdığı anlaşılmasına çalışılacaktır. Bu bağlamda öncelikle toplumsal boyutuyla sanatçı kavramı açıklanmaya çalışılacak daha sonra imaj ve yıldız olgusuna değinilecektir.

### 3.1.1. Sanatçı Kimliği-Sanatçı Yetisi

Sanatçı genel anlamda; sanat dallarının herhangi birinde özgün etkinliklerde bulunan estetik bilgisi olan kişidir. Kişilik olarak sanatçının en büyük özelliği ilgi kurduğu objeleri (doğayı) algılayabilen, tasarlayıp, yorumlayabilen yaratıcı kimliğe sahip yetenekli kişidir. Bu anlamda sanatçı nesnelere estetik boyutlarını kavrayabilen, kurabilen ve duyabilen özel insandır.<sup>169</sup>

İnsanın sanatçı kişiliğine ilişkin Schiller, “İnsanın Estetik Eğitimi” adlı yapıtında şu görüşlere yer verir:

*“İnsanın kişiliği, başlı başına ve bütün maddesel gereçlerden bağımsız olarak bakıldığında, olabilecek sonsuz değişimler için yalnızca bir biçim taslağıdır. Kişi, bakmadığı ve duymadığı sürece, biçimden ve boş yetiden başka bir şey değildir.”<sup>170</sup>*

Şeref Bigalı’ya göre sanatçı:

*“Bir işin teknik yönünü öğrenmek belki kolaydır. Bir dilin kelimelerini öğrenmek, o dili öğrenmek demek değildir. Konuşma dilinin olgunluğuna ermek zordur. Sanat dilini, bir ruh içinde dile getirmeye çalışan sanatçı, düşünce, olgunluk, teknik hakimiyet ve ruhsal yetilerle anlam kazanan sezgi dünyası, onun dilini yaratır. Düzensiz bilgi kırıntıları, birleştirici ve kurucu yaratmaya yetmezler. Sanatçı yüreğinde taşıdığı samimiyetin duygusal yalnızlığı içinde, hareketlerinin nedenini araştırır. Görünüşte sakin, telaşsız ve alçakgönüllüdür.”<sup>171</sup>*

Sanatın yaşam çizgilerini çizmek olduğunu ileri süren Baudelaire göre sanatçı, her yerde evinin dışında, ama her yerde kendi evinin içinde hisseden kişidir. Sonuçta sanatçı; etrafıyla ilgilenen kişidir, aktif olandır, etkilenen ve etki verendir, sanattan bir yaşam biçimi ortaya çıkaran, teslimiyetçi olmaktan öte sanat tarihi içinde saklı kalmış, bulunmamış, keşfedilmemiş olanlardan etkilenen bir karakterine sahip kişidir.<sup>172</sup>

<sup>169</sup> Artut, **a.g.e.**, s. 25.

<sup>170</sup> Friedrich Schiller, **İnsanın Estetik Eğitimi Üzerine Bir Dizi Mektup**, Çev: Melahat Özgü, MEB Yayınları, İstanbul, 1990, s. 45.

<sup>171</sup> Şeref Bigalı, **Resim Sanatı**, Şafak Matbaası, Ankara, 1984’den aktaran Artut, **a.g.e.**, s. 25.

<sup>172</sup> Artut, **a.g.e.**, s. 25.

Aslında sanatçının insan yanı ile sanatçı kişiliği arasında çok büyük ayrılıklar yoktur. İkisi arasında doğal olarak bir bağlantı vardır. Çünkü ikisi iç içe girmiştir. Ancak sanatçı yanı, günlük insan yanından ağır basar. Bir sanatçının sanatçı kişiliği ne denli büyükse, günlük yaşamda içinde bulunduğu koşullardan kendini ne denli soyutlamış olursa ortaya koyduğu yapıt da o denli önemli olur. Sanatçının kişiliğinin bu iki ayrı yanı kimi zaman çelişmelerle, kimi zamanda tam bir uyum içinde olur. Bu değişimi etkileyen en önemli faktör, sanatçının içinde yaşadığı toplumsal koşullardır. Çünkü sanatçının gerek günlük yaşamdaki benliği, gerekse lirik-şiiresel şekildeki ikinci kişiliği, toplumsal çevrede, bu çevrenin kendi karakteristik yaşam ve düşünce yapısı içinde ortaya çıkmaktadır. Sanatçı kuşkusuz yapıtında kendi düşüncelerini, duyarlılığını, kendi kişisel manevi yaşamını ifade eder. Ancak toplumsal yaşam sanatçıyı öylesine kuşatmıştır ki, bilerek ya da bilmeden kendi kişisel gizli yanlarını ifade etmeye çalıştığı zaman bile toplumsal önemi olan şeyleri de ifade etmiş olur.<sup>173</sup>

Sanatçı, içinde yaşadığı toplum-kültürün ve çağının bir bireyi olarak ondan aldıklarını kendi tininin süzgecinden geçirerek, yaratıcı gücü ile yapıtında ortaya koyar. Elbette onun birincil amacı, herhangi belli bir şeyi doğrudan doğruya anlatmak değildir, ama o yine de bir şeyler söyler, kendi tarzında.<sup>174</sup>

Sanatçı kişiliğinin yapısını ve tarzını gösteren bazı potansiyel özellikler görülür. Bu özellikler, sanatçının ürettiği sanat yapıtlarının nitelikleri konusunda bize bilgi verebilir. Bunlardan birincisi sanatçının bilgi (kuramsal) birikimi, diğeri psikolojik (ruhsal) ve sosyolojik (dinsel, etik, siyasal, çevresel, kültürel) boyutu, bir diğeri ise, sanatçının yaratıcı potansiyelini belirleyen yetkin, üretken, yapıcı bir şekilde iş yapabilme gücüdür.

Sanatçı kişiliğinin önemli bir yanı olan sanat anlayışı ise sanatçının yapıtının hayata geçirilmesinde rol oynayan önemli bir faktördür. Sanatçının sanat anlayışı, tarzı (ressam, şair, müzisyen, mimar v.b) yaşadığı çağa, ülkesinin özelliklerine, çevresel ve kişisel yetiştirme tarzına bağlı olarak bir anlayışı, bir tarzı olabileceği gibi bir topluluğun da sanat anlayışı olabilir (gruplar, ekoller).

Artut'a göre sanatçı özgür ve bilimsel bir kimliğe sahiptir. Sürekli yeni bilgiler, etkiler, duyu ve duyumlara açık ve yüklü olduğu için bu yönü ile daima bilim adamları ve

<sup>173</sup> Artut, **a.g.e.**, s. 26.

<sup>174</sup> Soykan, **a.g.e.**, 2005, s. 76.

düşünürlerin önündedir. Çünkü sanatçı hayatı yaşayarak düşünür, düşünerek yaşar. Onun görevi bilginin en üst düzeyine ulaşmaktır. Yaşamın ve evrenin gizemli yönlerini arayıp özgün yöntemlerle insanlara aktarmaktır. Çünkü gerçek bilim adamı düşüncelerini açıklamadan, yazmadan yapamaz. Bu bakımdan bilim adamı ile sanatçı arasında büyük benzerlikler vardır. Eseri olmayan bir sanatçı düşünülemez gibi, eseri yani ürünü olmayan bir bilim adamı da düşünülemez.<sup>175</sup>

### 3.1.2. Yıldız Olgusu ve İmaj

Sanatçıların yıldız olmalarında imajlarının etkisi büyüktür. Sanatsal yeteneklerinin yanı sıra topluma kendilerini ne şekilde sundukları da büyük önem taşımaktadır. Çünkü hayran kitleleri daha çok onların imajlarına hayran kalmaktadırlar. Bundan dolayı imaj kavramının ne anlam ifade ettiği önem kazanmaktadır.

İmaj, bir ürünün, bir kişinin, bir şeyin ‘Nasıl?’ bilindiğidir.<sup>176</sup> İmaj, zihinlerdeki çağrışımlar, hisler, tutumlar ve izlenimler ile bunların olumlu/olumsuz değerlendirmelerinden oluşur.<sup>177</sup> Berger’e göre imaj, yeniden yaratılmış yada yeniden üretilmiş görünümdür. İmaj, ilk kez ortaya çıktığı yerden ve zamandan kopmuş ve saklanmış bir görünüm ya da görünümler düzenidir. Her imajda bir görme biçimi yatmaktadır.<sup>178</sup> Diğer bir deyişle, imajlar orada bulunmayan şeyleri gözde canlandırmak için üretilmişlerdir ve imajlar ne kadar güçlü olursa inandırıcılıkları o kadar fazla olur.

İnsanlığın varolduğu günden bu yana, imaj yaratma ve kullanma edimi hep vardı. Ancak sınıflı toplumların ortaya çıkışıyla ve özellikle 19. yüzyıldan sonra modern toplumla birlikte bir dolayım oluşturmaya başladı; kendiliğindenliğin yerini araçlar ve aracılar almaya başladı. İmaj üretimi bir sanayi haline dönüştürülmüş ve bu sanayi toplumun belirleyeni olmuştur.<sup>179</sup>

<sup>175</sup> Artut, **a.g.e.**, s. 28.

<sup>176</sup> [www.akregroup.com/downloads/MARKA\\_\\_NEDIR.doc](http://www.akregroup.com/downloads/MARKA__NEDIR.doc), **İmaj ve Türkiye’nin Algılanması**, s. 10, 28.08.2009

<sup>177</sup> [pr.atilim.edu.tr/yayinlar/ijaj.doc](http://pr.atilim.edu.tr/yayinlar/ijaj.doc), **Marka Nedir?**, s. 3, 28.08.2009

<sup>178</sup> John Berger, **Görme Biçimleri**, Çev: Yurdanur Salman, 6. Basım, Metis Yayınları, İstanbul, 2005, s. 9.

<sup>179</sup> İsmet Yazıcı Emir, **Kitle İletişiminde İmaj**, 2. Baskı, İm Yayınları, İstanbul, 2003, s. 34.

İmaj ve sembol, günlük kullanımda sıklıkla birbiriyle karıştırılan kavramlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Ve çoğu kez, sembol, imajın yerine geçen bir kavram olarak algılanmaktadır. Emir'e göre imaj, gerçekliğin 'yaklaşık' olarak sunumudur. İmaj gerçeği yeniden üretmez, gerçekle nadiren çakışır; bir yanılsama yaratır sadece. İmaj bir anlamdır; sembol ise bu anlamı yaratacak bir gösterendir. Bir iletişim döngüsünde, iki belirleyen (gösteren ve gösterilen) bir araya gelerek bir başka şeye, yani göstergeye işaret eder. Bir başka deyişle duyularımızla algıladığımız gösteren ve gösterilen birleşir ve bizi imaja taşıyan göstergeye ulaştırır. İmaj, üç belirleyenin bileşkesinden oluşup tek'e ulaşmış bir anlamsal boyutun ifadesidir. Dolayısıyla sembol yalnızca bizi imaja taşıyan bir gösterendir. Kültürel düzlemde, bizi çevreleyen her şey bir göstergesi işaret eder. İmaj, bu göstergelerin dolayımında oluşur.<sup>180</sup>

Cassier'e göre, "İnsan nedir?" srusunun yanıtı, "simgeleştiren varlık"dır. Her organizmanın kendine özgü bir dünyası, yaşamını sürdürebilmesi için aldığı ve dışarıya verdiği tepkiler vardır. İnsan öncelikle, biyolojik işlevlerle hayatını devam ettiren bir varlıktır. Hayatını devam ettirirken, diğer canlılardan farklı olarak niceliksel değişiklikler yanında niteliksel değişikliklere de uğrar. İnsanın, simgeleştirme özelliği bulunmaktadır. Bu özellik, insana farklı bir boyut kazandırır.<sup>181</sup>

İnsanın, toplumsallaşma yolunda ilerlerken yaşam deneyimleriyle edindiği gerçek, onun kendi doğal gerçekliği olmaktan öteye geçmiştir. Toplumsalın belirlediği kalıplarla "O", kendi doğal gerçekliğini değil, toplumsalın dolayımında oluşan kültürel gerçeği deneyimler ve yaşar. Yanılsamalarla yaşanan hayat ona, gerçeği kendi gerçekliğiymiş gibi algılatır. Bu nedendir ki, kültürün kodlarıyla oluşan imaj, aslında duyularımızın ve fiziksel görünümümüzün üzerine ustaca yapılmış bir makyajdır. Gerçekliği gizler, olmayanı varmış gibi gösterir. Kültürün sembolleri duyu organlarımızla algılanır ama, bilinçaltına seslenir. Bir başka deyişle imaj, bilinçaltımızın dışavurumudur.<sup>182</sup>

Emir'e göre imajı oluşturan göstergelerin çözümlenebilmesi, kodların açılması şifrelerin çözülebilmesi, ancak ortak gösterenleri kullanan taraflar arasında gerçekleşebilir. Yani, gönderen ve gönderilen arasındaki iletişimsel döngüde, mesajın algılanıp, anlam taşıyıcısı olan gösterenin gönderilen tarafından şifresinin çözülebilmesi için, o gösterenin

<sup>180</sup> Emir, **a.g.e.**, s. 37.

<sup>181</sup> Cassier'den aktaran Doğan Özlem, **Kültür Bilimleri ve Kültür Felsefesi**, İnkılâp Yayınları, Ankara, 2000, s. 172.

<sup>182</sup> Emir, **a.g.e.**, s. 39.

anlamını gönderilenin bilebilmesi, yani, aynı kültürel koşullarda yaşıyor olmaları gerekir. Dolayısıyla imaj, kendi başına bir hiçtir. Ancak kendini algılayabilecek bir kitle bulabilirse varlığını ortaya koyar ve bir anlam ifade eder.

### 3.1.3. Yıldız Olgusunun Tanımı ve Özellikleri

Bir toplumu oluşturan bireylerin arasından bazılarını farklı, üstün hatta olağanüstü görmeleri hemen hemen tüm zamanlarda karşılaşılabilecek bir eğilimdir. Özellikle kitle iletişim araçlarıyla yaygın bir biçimde ve sıklıkla gündeme gelmeleri nedeniyle toplumun ilgisini çeken bu kişileri “yıldız” olarak adlandırmak olanaklıdır. Bu kişiler umulanın aksine siyasal, ekonomik ya da dinsel alanlardaki etkinlikleri çerçevesinde değil, sinema müzik ya da tiyatro gibi alanlarda kazandıkları ya da onlara atfedilen başarılarıyla dikkatleri çekmektedir.

Yıldız toplumun sosyal ve kültürel bir göstergesidir. Kapferer’in belirttiği gibi, rastlantılar yıldız yaratmaz; yıldız bir fiziğin, bir karakter tipi ile halkın belli bir dönemde beklediklerinin bir kişilikte birleşmesidir.<sup>183</sup> Yani yıldız kendisine duyulan bir gereksinim sonucu içinde bulunduğu toplumdan çıkar halkın kendisine bir idol arayışından doğmaktadır ve yapımcılar tarafından kendisine toplumun ihtiyacı doğrultusunda bir kimlik oluşturulur ve son seçim için halka sunulur. Yıldız adayı halk tarafından kabul gördüğü andan itibaren o artık yıldız adayı değil, yıldızdır.

Halk kendisine sunulan yıldız adayını yıldız olarak kabul etmeden önce, yıldızda kendinden de bir şeyler bulmak ister. Büker ve Uluyağcı, yıldızın içinden çıktığı toplumdan bağımsız ele alınamayacağını; onların, toplumun düşlerinin, gereksinimlerinin dolaylı ya da dolaysız yansımaları olduğunu belirtirler.<sup>184</sup> Ancak, zamanla yıldız toplumdan soyutlanarak farklı bir kimliğe bürünür ve o artık seçilmiş olur, o bir yıldızdır. Herkesin olmak istediği yerdedir.<sup>185</sup>

<sup>183</sup> J. N. Kapferer, *Dedikodu ve Söylenti: Dünyanın En Eski Medyası*, Çev: I. Gürbüz, İletişim Yayınları, İstanbul, 1992, s. 223’den aktaran Zeynep Çiğdem Karabekiroğlu, “1960’larda Popüler Dergilerde Yıldız İmajı: Türkan Şoray”, *Biyografya Türkan Şoray 8*, Bağlam Yayınları, İstanbul, 2009, s. 122.

<sup>184</sup> Seçil Büker, Canan Uluyağcı, *Yeşilçam’da Bir Sultan*, Afa Yayınları, İstanbul, 1993, s. 11.

<sup>185</sup> Karabekiroğlu, *a.g.e.*, s. 123.

Dyer'a göre yıldızın örgütsel gücü sınırlıdır, hatta çoğu zaman böyle bir güce sahip bile değildir. Buna karşın yaptıkları ve yaşam tarzıyla orta düzeyde bazen de en yüksek düzeyde ilgi odağı olmayı başarır; izleyici kitlesinin beğenilerini, yaşama bakışını etkileyebilir. Ancak her toplumsal yapıda yıldızın varlığından söz etmek olanaksızdır. Yıldızın varolabilmesi için, içinden çıkacağı toplumun kimi özelliklere sahip olması gerekmektedir. Morin, Leammle'ın konuyla ilgili düşüncesini vurgulayarak, toplumun yıldız "üretebilmesi" için kapitalist bir yapıda olması gerektiğini ileri sürer. Yani Marksist düşünce yıldızın varlığını şöyle açıklamaktadır: Marksist toplumsal sistemde toplumu oluşturan bireylerin her biri toplum içinde bir işleve sahiptir ve eylemlerinin sorumlusudur. Yıldız için ise böyle bir sorumluluk söz konusu değildir. Yıldız varolan sistemin tamamen dışında, kapitalist bir dünyaya ait bir olgu olarak varlık gösterir.

Yıldız olgusundan kapitalist üretim biçimlerinin egemen olduğu dönemlerden bu yana söz edilebilmektedir. Yıldızın edimsel alanları olarak sinema, müzik, sinema kapitalizmle birlikte sektörleşmiş, yapılan büyük yatırımlar, gelişen endüstriyel donanım ve atılımlar tek tipleşen sistem, yıldızın da bir meta olarak sunulmasına yol açmıştır. Başka deyişle yıldız sistemi fabrikasyondur; yıldızın belli bir standartta üretimine ve tüketimine dayalıdır. Dolayısıyla yıldız, reklamı yapılacak, pazarlanacak belli tipleri canlandıracak somut özelliklere sahip olmalıdır.<sup>186</sup> Yıldızın üretilen ve tüketilen bir meta olarak sunumu, toplumun "modern" olma özellikleriyle de ilintilidir. Jeanniere, 'modern'i "kendinden söz edilen ve satılan her şey" olarak tanımlamaktadır.<sup>187</sup> Modern toplumu "piyasa toplumu" olarak tanımlayan Poole ise işbölümünün kaçınılmaz olduğunu ve bu işbölümünün her bireyin bir başkasının gereksinimlerini karşılayacak biçimde gerçekleştiğini belirtmektedir.<sup>188</sup> Dolayısıyla modern toplumda bireyler arası karşılıklı bağımlılık söz konusudur. Yıldız ve toplum arasında da karşılıklı bağımlılık vardır ve yıldız ancak talep görebileceği bir toplumda varlık gösterebilir ki, bu modern toplumdur.<sup>189</sup>

Yıldızlar, toplumun iktidarsız seçkinleridirler ve karizmatiktirler. Max Weber'e göre karizma, insana atfedilen ve sıra dışı kabul edilen bir özelliktir. Bu özelliğe sahip kişinin,

<sup>186</sup> Richard Dyer, **Stars**, BFI Pub, London, 1986, s. 11.

<sup>187</sup> Abel Jeanniere, "**Modernite Nedir?**", **Modernite Versus Postmodernite**, Çev: N. Tural Küçük, Der: Mehmet Küçük, Vadi Yayınları, Ankara, 1994, s. 15'den aktaran Aysun Yüksel, **Tarkan/Yıldız Olgusu**, Çiviyazıları, İstanbul, 2001, s. 24.

<sup>188</sup> Ross Poole, **Ahlak ve Modernlik**, Çev: Mehmet Küçük, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1993, s. 17'den aktaran Yüksel **a.g.e.**, s. 24.

<sup>189</sup> Aysun Yüksel, **Tarkan/Yıldız Olgusu**, Çiviyazıları, İstanbul, 2001, s. 25

başkalarının ulaşabileceği bir şey olsa da doğüstü, insanüstü ya da istisnai özelliklere sahip olduğuna inanılır. Tanrı tarafından gönderilmiş olduğu, örnek alınacak özelliklerle donatılmış olduğuna bu nedenle de lider olmaya layık olduğu düşünülür. Yıldız, Weber'in tanımındaki iktidar ve karizmatik kişinin lider olması koşuluna uymaz. Alberoni'nin tanımlamasıyla yıldızlar, kurumsal iktidar alanlarını doldurmazlar, yaptırım gücüne sahip değillerdir; ancak kitleleri kendilerine çekerler, pek çok kişide Panzi'nin tanımıyla, koşulsuz hayranlık ve ilgi uyandırırılar.<sup>190</sup>

Yetenek, yıldız olabilmek için önemli bir avantaj olmasına karşın, fiziksel çekicilik ayrı bir öneme sahiptir.<sup>191</sup> Yıldız, gücünü, fiziksel albenisi, çekici tavırları, toplumsal ve kültürel olarak güzellik/yakışıklılık kalıplarına uygunluğundan alır.<sup>192</sup> Devingen bir yapıya sahip olan toplum, sürekli değişir, toplumsal yapı değişikçe güzellik, çekicilik kavramları da değişiklik gösterir. Bu nedenle, zamanla, toplumun, yıldızlaştırdığı kişiler de farklı güzellik/çekicilik ölçütlerine sahip olabilir. Yıldızı, yıldız yapan ölçütlerden biri de, dış görünümünün, toplumun kadın ve erkek rollerinden beklentilerini karşılayacak ya da bu rollere yenilik getirecek biçimde olmasıdır.<sup>193</sup> Yıldızlar, toplumun ağır basan değerlerinin simgesi olup, toplumsal tipleri temsil ederler.<sup>194</sup> Sınıfsal konumu gereği, toplumda, herkesin yıldız olabileceği düşüncesi vardır önemli olan kişilerin farklı, olağanüstü olduklarına inanılmasıdır.<sup>195</sup>

Yıldız, ideal güzellik ölçütlerini saptamaya ve kişinin kendi fiziksel ölçütlerini tanımlamasına yardım eder. Açıkça, güzellik ölçütlerini tanımlamanın ölçütü çekiciliktir. Görünüş için moda, oldukça yüzeysel ve küçük bir olgudur. Fiziksel stil değişimi aynı zamanda, her zaman sosyal anlamda da değişimdir.<sup>196</sup> Yıldızlar, yıldızdırlar, çünkü onlar ender, istisnai, yetenekli, harikadırlar. Daniel Boorstin, yıldızı, sahte bir olay olarak niteler.

<sup>190</sup> Seçil Büker, "Film Ateşli Bir Öpüşmeyle Bitmiyor", **Kültür Fragmanları: Türkiye'de Gündelik Hayat**, Der: Deniz Kandiyoti, Ayşe Saktanber, Çev: Zeynep Yelçe, 2. Basım, Metis Yayınları, İstanbul, 2005, s. 160.

<sup>191</sup> Yüksel, **a.g.e.**, s. 33.

<sup>192</sup> Dyer, **a.g.e.**, s. 15.

<sup>193</sup> Yüksel, **a.g.e.**, s. 33-35.

<sup>194</sup> Büker, **a.g.e.**, s. 174.

<sup>195</sup> Dyer, "Charisma", **Stardom-Industry of Desire**, Ed. by. C. Gledhill, Routledge, London-New York, 1991, s. 58'den aktaran Sanem Bengü Uygunkan, **Yıldız Sistemi ve Popüler Kültür Arasındaki İlişki "Türkiye'nin "Süperstarı" Ajda Pekkan Örneği"**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2007, s. 57.

<sup>196</sup> Dyer, **a.g.e.**, s. 15-16.



Çıkış yerinin, bir ürün olmasını vurgular, yıldız sistemi, özünde istenilen şekilde kullanıldığı için gelişim gösterir. Bu hem yıldız olma olgusu hem de yıldızlara özgü, diğer ürünlerin sistemleri gibi, varlığının temelidir. Onlar, yalnızca tüketim nesnesi değil, gerçek ya da anlamlı da değildir. Daniel Boorstin'in "İmaj" isimli kitabında tartıştığı temel düşünce; yıldızlar oldukça çağdaş bir kültür gibidir ve sahte bir olgudur. Onlar, anlamlı görünür fakat temelde anlam olarak içi bostur. Yeteneği ya da kendine özgü bir üstünlüğü olmasa da yıldız, ünlüdür. Ünlü olmak, örneğin, saçma farklılıkların görünüşünün pazarlanmasıdır. Yıldızlar, güçlü karaktere sahip değildir ancak kesinlikle; gizemli önemli bir şahsiyet olarak tanımlanabilir. Ulusal ilan edilmiş ticari bir markadır. Günümüzde, kadının ve erkeğin "ulusal ilan edilmiş markalar" içinde, çoğunlukla kabul edilen, gerçekte insanın içindeki boşluğun yeni bir kategorisi olan özelliklerdir.<sup>197</sup> Yıldız imajları, gerçek insanların, gerçek kişilikleri içinde kabul ettirilir.<sup>198</sup> Sinema ve televizyonda yıldız, tehlikelerden hiç korkmayan kahramanı oynar, varlığının farkındadır, hayatta kalmayı kafasına koymuştur, korku duygusunu alt etmeye razıdır, hayatta kalmak ve problem çözmek için oldukça dinamik oynar. Yıldız ile ilgili, ekonomik ve işletme alanındaki tartışmalar, sinemaya düşmanca yaklaşan bir bakış açısından gelmektedir. Daha dostça yaklaşım, film aracının, yıldızlar yaratmasının, doğasında olduğunu tartışır. Bazı yazarlar, önemli roller ve yıldız yaratımı arasında yakınlık olduğunu belirtir.<sup>199</sup> Film yapımcısı Samuel Goldwyn, bu durumu şu şekilde tarif eder "Tanrı yıldızları yaratır, yapımcılar onları bulur". Jarvie, bu görüşü sürdürür, yıldızlar, yıldızdırlar, çünkü doğal yeteneğe sahipler. Dikkat çekici fotojenik bakışlar, rol yapma yetenekleri, kameradaki görüntü, kişiliklerinin çekiciliği, cinsel çekicilik, ilginç ses ve beden durusu. Jarvie'e göre, beceri, imajdan sonra var olur.<sup>200</sup>

Yıldızlar ve yıldız adayları için popüler dergiler ve televizyon programları reklamlarının yapıldığı bir alandır. Onların ne kadar reklamı yapılırsa, halk onlar hakkında daha çok şey merak etmeye başlayacak ve onların popülerliği artacaktır. Serpil Kirel'in belirttiği gibi, yıldızlar sadece televizyon ekranında ya da beyaz perdede değildirler artık, oradan taşmışlardır. Onlar gibi konuşan, onlar gibi giyinmeye çalışan ve onlar gibi

<sup>197</sup> Aktaran Dyer, **a.g.e.**,1986, s. 14.

<sup>198</sup> Dyer, **a.g.e.**, 1991, s. 137'den aktaran Uygunkan, **a.g.e.**, s. 58.

<sup>199</sup> Dyer, **a.g.e.**,1986, s. 16.

<sup>200</sup> Aktaran Dyer, **a.g.e.**,1986, s. 18.

davranmaya özenen seyirciler sayesinde gündelik hayatın içinde de taklitleri ile var olmaktadır.<sup>201</sup> Tüm bunlar da yıldızın halk üzerinde oluşturduğu etkinin bir göstergesidir.

Yıldız sisteminde, yıldızın özel yaşamının çok göz önünde olması yıldızın canlandığı imgeye zarar verebileceği için gizlilik esastır. Ya da izleyicinin belli sınırlar içinde yıldızın yaşantısını bilme hakkı vardır.<sup>202</sup> Sürekli olarak gündemde olmaları ve aynı zamanda ulaşılmaz olmaları gerektiğinden bu yana yıldızlar bu ikilemin yarattığı çıkmazda yaşarlar. Halkın arasında olmak, halka karışmak ve onlardan biri olmak büyüü bozacaktır. Bu nedenle dokunulmaz ve mesafeli olmaya zorlanırlar. Saç şekillerinden oyunculuklarına kadar taklit edilirler, kaprisleri, kuralları, istekleri ve seçimleri önemlidir. Farklı olmalıdırlar ve şöhretlerini korumak için farklı kalmalıdırlar.<sup>203</sup>

### 3.1.4. Yıldızlar ve Hayran Kitleleri

Yıldız, modern toplumun bireyleri tarafından tüketilen, alışıldık söylemle “topluma mal olmuş” bireydir. Kendisini özenti ile takip eden izleyici kitlesi üzerinde yetkeci olmasa da güç sahibidir. Başka değişle, yıldız herkesin sevdiği ya da eleştirdiği, özce herkesin dikkatini çeken kişidir. Alberoni’nin değişiyle “onlar kollektif nesnelere olarak seçilmişlerdir.”<sup>204</sup> Dolayısıyla, yıldız ve izleyici arasında karşılıklı bağımlılık söz konusudur. Yıldızın varlığı için izleyici büyük önem taşımaktadır. Bir tüketim nesnesi olarak konumlandırıldığında, film yapımcıları yıldızı yaratan, onun ortaya çıkmasını sağlayan kişiler olarak görülmektedir. Oysa yıldızın gerçek varlık nedeni onu tüketecek olan kitledir. Başka değişle, izleyicileridir. Jarvie’ye göre, izleyici için yıldızlar, fantastik bir dünyada yaşayan tanrısal varlıklardır; üstün özelliklere sahiptirler. Yalnızca birbirlerine aşık olur, birbirleriyle evlenirler ve sık sık ayrılık yaşarlar. Onlar “güçsüz seçkinlerdir.”<sup>205</sup> Onları Olympos’tan farksız bir dünyadır. İzleyici kitle bu dünyayı ve üyelerini gıpta ile gözler. Bu dünya izleyiciyi hem hayran bırakır hem de ona “Ben de böyle olmalıyım

<sup>201</sup> Serpil Kırel, **Yeşilçam Öykü Sineması**, Babil Yayınları, İstanbul, 2005, s. 68.

<sup>202</sup> Gülseren Şendur Atabek, “Sinemada ‘Yıldız’, Televizyonda ‘Şöhret’: Türkan Şoray Örneği”, **Biyografya Türkan Şoray 8**, Bağlam Yayınları, İstanbul, 2009, s. 110.

<sup>203</sup> Evrim Zuhur Aras, “Türkan Şoray: Bir İmajın Başarısı”, **Biyografya Türkan Şoray 8**, Bağlam Yayınları, İstanbul, 2009, s. 67.

<sup>204</sup> Alberoni Francesco, **The Powerless ‘Elit’: Theory and Sociological Research on the Phenomenon of the Stars**, Sociology of Mass Communication, Ed. By: Denis McQuail, England, Penguin Books, 1979, s. 85.

<sup>205</sup> Alberoni, a.g.e., s. 75.

düşüncesini aşılır.” Bu arzu yıldızın dünyasını ayakta tutar. Çünkü izleyici, içinde olmak istediği ve kıskançlıktan tamamen arınmış olarak, yıldızla bir duygudaşlık yaşadığı bu fantastik evrenin devamı için destek verir. Bu denli etkili olmasına karşın, Dyer yıldız olgusuyla ilgili olarak yapılan araştırmalarda izleyicinin varlığının göz ardı edildiğini ileri sürmektedir. Ona göre, yıldız-izleyici ilişkisi toplumda yaşayan herkesin yaşadığı çelişkilerin ve reddedişin bir yoğunlaşmasıdır ve toplumda çelişkiyi, baskılanmayı ve dışlanmayı en çok yaşayan kesimler yıldızla özdeşleşmektedir. Çünkü yıldız topluma yeni değerler sunmakta, çoğu zaman bir başkaldırının simgesi olmaktadır. Örneğin, James Dean yaşadığı süre içinde yalnızca üç filmde oynamasına karşın, yansıttığı asi, düzene başkaldıran genç tipi ile kendi kuşağına olduğu kadar sonraki kuşaklara da örnek olmuş ve idolleştirmiştir. Benzer şekilde 1970’li yıllarda hız kazanan kadın hareketini hem özel yaşamıyla, hem de oynadığı filmlerle desteklemiş olan Jean Fonda’da, dönemin kadınına model olmuştur. Ancak onun geçirdiği süreç bir anlamda başkalaşma, dönüşüm olarak kendini gösterir. Fonda, 1960’larda oynadığı filmlerde daha çok Doris Day ile bütünleşen karakterleri canlandırırken, 1970’lerde erkeğe ve egemen kültüre başkaldıran yanı sıra kadın hakları savunucusu rolünü üstlenmiştir. Onun yaşadığı bu süreç, geleneksel yapıdan sıyrılıp haklarının peşine düşen, uyanan kadın bilincinin simgesi olmuş, bir çok kadın için model alınacak bir örnek oluşturmuştur.<sup>206</sup> Günümüzde ise Eminem şiddet içeren düzen karşıtı şarkı sözleriyle birçok kişinin tepkisini üzerine çekmektedir. Buna karşın genç nesil onun başkaldırısını desteklemekte ve onu idolleştirmektedir. Aynı saptamayı Alanis Morissette için de yapmak olanaklıdır. İlk çıktığı dönemde Yonca Evcimik de şarkı sözleriyle dikkat çekmiş, eleştiri almıştır. Ancak bu durum o dönemin genç kuşağını etkilememiş ve Evcimik onların desteğini kazanmıştır.<sup>207</sup> Mayer, Tudor ve Morin’in yıldız-izleyici ilişkisini irdeledikleri çalışmalarından elde ettikleri verilere göre yıldızın izleyici kitlesi ağırlıklı olarak ergenler ile kadınlardan oluşmaktadır.

Dyer kadın ve ergenlerden oluşan izleyici kitle profiline bir yenisini eklemektedir. Yıldız hayranlık duyan kitlenin bir kısmını da erkek eşcinseller (gay) oluşturmaktadır çünkü kadınlar ve ergenler gibi eşcinseller de hemen hemen tüm toplumlarda egemen olan heteroseksüel, yetişkin ve erkek söylem tarafından dışlanmakta ve baskılanmaktadır. Yıldız ile izleyici arasındaki ilişki yoğundur ve bu yoğunluk izleyici kitlenin yıldızda kendi başkaldırısını ya da ezilişini görmesinden kaynaklanmaktadır. Bu noktadan yola çıkarak

<sup>206</sup> N. Aysun Yüksel, **Toplumu Yansıtan Bir Öge Olarak Yıldız Olgusu: Türkiye Gerçeği Ve İki Örnek**, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Eskişehir, 1998, s. 20-21.

<sup>207</sup> Yüksel, **a.g.e.**, s. 50.

Dyer, yıldızların da ergenler, kadınlar ve sıra dışı olarak tanımlanan eşcinseller arasından çıktığını savunmaktadır. Haskell'in erkeklerden çok kadın yıldızların, hem erkeklerin, hem de kadınların fantezilerinin odağı olduğuna ilişkin görüşü Dyer'in görüşlerini, sınırlı bir çerçeveden de olsa, destekler niteliktedir. Erkek izleyici için kadın yıldız farklılaşmış bir sevgi nesnesidir. Onda hep arzuladığı ve belki de hiç ulaşamayacağı ideal kadını bulur. İdeal olarak adlandırılan kadın yıldız, erkek izleyicilerin fantezilerini süsler. Oysa, kadın izleyici için kadın yıldız model alınacak bir örnek oluşturur. Haskell'a göre, kadın yıldız tıpkı geçmişle gelecek arasında bağlantı kuran çift yönlü bir ayna gibi, içinde bulunduğu toplumdaki kadınlara yenilikler sunar, yansıtır ve bu yeniliklerin sürekliliğini sağlar.<sup>208</sup> Öte yandan, kadın yıldızın hemcinsleri için narsistik beğenin odağı olduğu söylenebilir. Freud narsizmin kadına özgü olduğunu ve cinsel çekiciliğini izleyerek erkek karşısındaki kompleksini bastırıldığını ileri sürer. Kadın izleyici idolleştirdiği yıldızda olmak istediği kadını görür. Aynada kendini beğeniyle izleyen kız çocuğu gibi toplumun ve kültürün beğeni kalıplarına uyan ideal kadını gözlemler. Ona benzemeye gayret eder. Öyle olamayacağını bile bile aynadaki bir yansıma gibi yıldızın oradaki varlığından hoşnut olur. Üstelik yıldız toplumsal kalıpların dışında bir yaşam sürer. Evlilik kurumu onun aşklarının yasallığı için bir zorunluluk değildir. İzleyicinin gözünde yıldızın iyi bir kazancı, bağımsız, lüks bir yaşamı vardır. O üstün olandır. Başka deyişle, kadın yıldız, toplumda egemen olan kadına yönelik baskılardan sıyrılmıştır. Bu açıdan kadın izleyiciden onay alır. Erkek izleyicinin bu beğenisi, rekabete neden olabileceği halde kadın izleyici Türkan Şoray'a erkek izleyici kadar hayrandır. Rüçhan Adlı ile yaşadığı yasak aşk Türkiye gibi toplumsal baskıların başat olduğu bir ülkede hoşgörülle karşılanır.<sup>209</sup> Bu çelişkili durum yıldızın kıskançlıktan arındırılmış bir beğeniyle nasıl yüceltildiğinin ve bağışlandığının bir kanıtıdır.

Benzer şekilde erkek eşcinsel yıldızın ya da kadınsı erkek yıldızın da kadın izleyiciden destek alması olasıdır. Çünkü o da dışlanmış ve baskılanmış bir yaşamdan çıkarak yıldızlaşmıştır. İçinde yaşattığı kadının varlığını kanıtlamak için tüm kadınsı öğeleri kullanır ve böylelikle kadının varlığını da pekiştirmiş olur. Eşcinsel ya da kadınsı erkek yıldız, fiziksel bütünlüğü içinde bir erkektir. Freud'a dayandırılacak olursa, kız çocuk anatomik olarak erkekten farklı olduğunu fark ettiği andan itibaren bunun yalnızca bir farklılık olmadığını, aynı zamanda kendi açısından da bir eksiklik olduğunu düşünür. Bu düşünce ona hadım edilmiş olduğunu çağırıştırır. Kendini eksik, cezalandırılmış, dışlanmış

<sup>208</sup> Dyer, **a.g.e.**, s. 6.

<sup>209</sup> Büker, Uluyağcı, **a.g.e.**, s. 35, 40-41.

görür. Sahnede ya da perdede izlediği eşcinsel ya da kadınsı erkek yıldız anatomik olarak erkektir. Ancak cinsel kimlik açısında kadının kodlarını kullanmaktadır. Başka değişle o, fiziksel yapısıyla üstün ve tam olandır. Yeğlediği kodlarla ise eksik ama albenilidir. İkilik içeren bu sunumuyla kadın izleyiciyi hoşnut etmesi olanaklıdır. Çünkü o, kadınlığı ya da kadınsılığı seçmiş bir erkektir. Dolayısıyla kadınsı yanıyla barışık erkek yıldız, kadın izleyici için, toplumda başat olan erkek, heteroseksüel, yetişkin egemenliğine karşı kazanılmış bir zafer niteliği taşır. Bu gruptaki yıldızların destekçisi kuşkusuz kadın izleyici ile sınırlı değildir. Eşcinsel ya da kadınsı erkek yıldız, seçimlerini kendisi gibi yapmış bir kitlenin de beğenisini kazanır. Onlar için de böylesi bir yıldızın varlığı toplumsal baskılara karşı bir başkaldırı niteliği taşır.

Yeni yetme yıldızın konumu da benzer bir niteliktedir. O henüz toplumda başat olan eğilimlere ait değildir. Çocukluğundan yakın zamanda sıyrılmış olmasına karşın tam anlamıyla yetişkin de değildir. Buna karşın ünlü, zengin ve özgür bir gençtir. Kendi yaş grubundaki kitlenin beğenisini kazanma olasılığı yüksektir. Çünkü, ebeveynleri tarafından ve toplumsal kültürel kurallarla baskılanan genç, kendi saflarından sıyrılıp yükselmiş, yıldızlaşmış birini görmekten mutlu olur ve onu destekler. İzleyici için kendi yıldızı diğerlerinden daha fazla ışıltıya sahiptir. O ideal olandır.

Toplumun bu denli ilgisini çeken, hayranlarını kendisine bağlayan ve peşinden sürükleyen, her yaptıkları bağışlanan yıldızlara karşı kayıtsız kalmak neredeyse imkansızdır. Onlar her yaptıklarıyla topluma umut vermektedir. Başarıları, hayranlarında kendi başarılarıymış hissini uyandırmaktadır. Onlar varıl, güzel, çekici, zirvedeki tanrı ve tanrıçalardır, onlar yaşadığımız dönemin izdüşümleridir.<sup>210</sup>

Yıldızla hayranlık duyulmasının nedenini yalnızca baskılanmış grupların başkaldırısı olarak nitelendirmek olanaksızdır. Psikologlar toplumun, neden bazı ünlü kişilerin büyüüne kapıldıklarını araştırmışlardır. Bu araştırmaların ilginç bulguları vardır. İzleyicinin yıldız olmak için istekle dolu olması verilecek yanıtların ilkidir. Yıldızların bizi yansıtan aynalar olduğunu, toplumdaki çeşitlilik kadar çok yıldızdan söz edilebilir ve bu nedenle yıldızın kesin bir prototipi yoktur. Üstelik iyi bir oyuncu, iyi bir şarkıcı olmak yıldız olmak için bir zorunluluk da değildir. O halde herkes yıldız olabilir. Yaşamının herhangi bir aşamasında yıldız olmayı düşlememiş kimse yoktur belki de. Kitle iletişim

<sup>210</sup> Yüksel, a.g.e., 2001, s. 52-53.

araçlarının da yardımıyla her gün sayıları artan yıldız adaylarının ekranlarda boy göstermesi pek çok kişi için özendirici olmaktadır.

İzleyiciyi yıldıza bağlayan bir diğer ruh hali, kahramana tapınmaktır. İnsanlar sıradan ve sıkıcı yaşamlarını kahramana adayarak renklendirilmeye çalışır. İdolleştirdikleri kahraman onların gözünde üstün özelliklere sahiptir. Böylesi bir hayranlığı Müslüm Gürses'in izleyicilerinde gözlemleyebiliriz. Gürses, onu Müslüm Baba olarak benimseyen hayranları için olağanüstüdür. Onun uğruna kendilerini yaralamaktan çekinmezler.

Başka bir açıklama kendini ünlünün, yıldızın yerine koymak ve onu sahiplenmektir. Böylesi bir süreci yaşayan izleyici, yıldızın formasının ya da kepinin benzerini giyer, giyim tarzına uygun giysileri seçer. Eğer izleyici bir şarkıcıyı ya da oyuncuyu benimsediyse, o yıldızın en çok izlenen ya da en çok dinlenen olmasıyla bunu kendi başarısı gibi sahiplenir. Hayranı olduğu yıldız için “benimki” gibi bir söylem geliştirir. Yıldız soyadıyla tanınmıyor bile olsa hayranları ondan önadıyla söz edebilir. Türkan Şoray “Türkan”, İbrahim Tatlıses “İbo” oluverir. O artık aileden biri gibidir.

İnsanların eğlenceye duydukları gereksinim ve eğlenceden zevk alma hali de yıldızın büyüüne kapılma nedenlerinden biridir.<sup>211</sup> Adorno'ya göre eğlenmek her zaman bir şey düşünmemek, gösterildiği yerde bile acıyı unutmak demektir. Dolayısıyla haz daima “direnişe ilişkin sn düşünceden kaçmak”tır; eğlencenin vaat ettiği özgürleşme, “yadsıma gibi, düşünceden de kurtulmaktır”.<sup>212</sup> Magazin haberlerini okumak, gözde yıldızların söyleşilerini izlemek, hatta bir bilet elde etmek için saatlerce sırada beklemek bile sıradan insanın sıkıcı yaşamına bir hareket ve çeşitlilik getirir. Burada değinilen eğlence kavramı ve eğlenceye yüklenen görev Huizinga'nın oyun kavramına ilişkin görüşlerine benzemektedir. Oyun gündelik ya da asıl hayat değildir. “Oyun bu hayattan kaçarak, kendine özgü eğilimleri olan geçici bir faaliyet alanına girme bahanesi sunmaktır.” Popüler kültür ürünlerinin modern topluma sağladığı da budur: Gerçek hayattan kaçış. Oyun, yarattığı manevi ve toplumsal bağlar açısından kültürel işlev gören bir araçtır. “Arena, oyun masası, sihirli çember, tapınak, sahne, perde, mahkeme” gibi mekanların her biri oyun alanları olarak tanımlanabilir. Bunlar ayrılmış, çevresine parmaklık çekilmiş,

---

<sup>211</sup> Yüksel, **a.g.e.**, s. 48.

<sup>212</sup> Adorno, **a.g.e.**, 2007, s. 21.

kutsallaştırılmış ve kendi sınırları içinde özel kurallara bağımlı olan yerlerdir.<sup>213</sup> Bu tanımlamadan yola çıkarak yıldızların kendilerini topluma sundukları her mekanın bir oyun alanı olduğunu söyleyebiliriz. Kaldı ki, Huizinga da oyun alanları arasında sahne ve perdeyi sıralamaktadır. Sinema salonu, stadyum, televizyondaki belli bir yayın saati bireyin gerçek hayattan kopmasını sağlayacak, sınırları belli, ayrıksı bir faaliyet alanı olarak belirlemektedir. Üstelik hepsinin kendince kuralı vardır. Belli bir matineyi seçtikten sonra sinema salonunun karanlığında oturup film izlemek, stadyuma bilet alıp girdikten sonra oyuncuya ya da takıma destek vermek kendi içinde tutarlılığı olan kurallardır. Dolayısıyla insanın oyuna ve oyunun ifade ettiği kaçışa duyduğu gereksinim modern toplumda yıldızlar ve onların sundukları oyun alanlarında doyurulmaktadır.<sup>214</sup>

---

<sup>213</sup> Johan Huizinga, **Homo Ludens-Oyunun Toplumsal İşlevi Üzerine Bir Deneme**, Çev: M.A. Kılıçbay, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 1995, s. 25'den aktaran Yüksel, **a.g.e.**, s. 48.

<sup>214</sup> Yüksel, **a.g.e.**, s. 48.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Önemli bir iletişim aracı olan sanat ve buna bağlı olarak müzik, insan yaşantısı ile bütünleşen, toplumsal değer ve ideallerin belirlenmesinde, hayata geçirilmesinde önemli bir faktördür. Müzik, yaşam tarzının bir ifadesidir. Bu açıdan toplumların meydana getirdikleri müziklerin incelenmesi, onların nasıl yaşadıkları hakkında bilgi sahibi olmamıza yardımcı olmaktadır. Nasıl yaşadıkları demek, onların dünyayı, doğayı, toplumu, insanı nasıl algıladıkları anlamına gelmektedir.

Müzik, bireylerin hayatı anlamlandırma pratikleri içinde önemli bir yer işgal eder. Müzik, ortaya çıkışından günümüze kadar, insanın coşkularını dile getirme tarzını da oluşturmuştur. Laserre'ye göre bütün sanat dalları içerisinde, yapısı gereği, insan duyularını en çok avucu içine alan, fiziksel olarak insanı büyüleme gücü en yüksek olan sanattır müzik.

Müzik, özünde insani imgeleri de içerir, bu insani imgeler ise insanın varolduğu toplumsal yapı içinde şekillenir; daha açık bir ifadeyle müzik yapıtları, içinde buldukları toplumsal yapının imgelerini ve ortak sembolik anlam dünyasını işaret etmektedir. Dolayısıyla bir müzik yapıtının oluşumu, içinde bulunulan tarihsel ve toplumsal çevrenin belirlemesi içinde anlaşılabilir. Ortak bir duygu alanı ve ortak coşkunun dillenmesi bu coşkunun paylaşılmasına yol açacak ve bu paylaşım, toplumsal coşkunun varlığının göstergesini oluşturacaktır. Ritmin ve coşkunun paylaşılmasıyla ortaya çıkan yoğunluk, toplumsal algılayışın geneli hakkında önemli ipuçları verebilecektir. Müzik, birleştirici bir aura yarattığı kadar aynı zamanda sosyal farklılıkların daha köşeli bir halde görünmesine de aracılık eder.

Müziğin toplumsal etkileşimde varolan eşsiz bir insanlık görüngüsü olduğu, yalnızca kendi içinde kendisi için oluşmadığı ve her zaman onu üretecek, tüketecek ve ne olup olmadığına karar verecek insanlara gereksinim duyduğu açıktır. Dolayısıyla neyin müzik olup olmadığına ya da müziksel farklılıkların nelerden oluştuğuna ilişkin kavrayışlarımızın kendisi sosyo-kültürel bir olgudur. Bu yüzden müziğin kendisi için olduğu izlenimi veren



bir yaklaşımda bile, müzik insanların kendilerine ilişkin düşünüş biçimlerinin bir parçasıdır.

Bir müzikal yapı kendini anlatırken bulunduğu toplumsal yapının genel izlenimini farkında olmadan verir; anlatmak istediğiyle ilgili olarak da kendini yeniden ifade etmeye ve kurmaya başlar. Müzikal yapıyı oluşturan kişi de, toplumsal bir ilişkinin tespiti iddiasında olmasa bile, yaygınlaşmaya başlayan müzikal yapı, toplumun coşkusuyla bir ortaklık taşımaya başlar.

Müzik gibi kültürel olarak sıklıkla türetilen bir ürünün çözümlenmesindeki yaklaşımlar bir yandan müziğin kitleleri uyuşturan yönüne dikkati çekerken diğer yandan hızla değişen dünyaya adapte olamayan bireyler için bir soluklanma veya özgürleşme aracı olarak iki uçta yer almaktadır. Gündelik hayatta müziği deneyimleme biçimlerimize baktığımızda yaşanan pratiklerin her iki tür sonucu da bir arada barındırdığı gözlenebilir.

Toplumsal işlevleri açısından müziğin başta gelen bir yönü, bireyler arasında bağlar kurulmasında rol oynaması, ortak duygu ve düşüncelerin oluşmasını sağlamasıdır. Adorno'ya göre müzik, genel anlamda bir toplumsal harçtır. Ve tabiatındaki mantığa asla ulaşamadıkları bir malzemeye dinleyicilerin atfettikleri anlam; her şeyin ötesinde onların gündelik yaşam mekanizmalarına bir miktar fiziksel uyum sağlayabilecekleri bir araç olmaktadır. Dinleyicilerin mutsuzluklarını itiraf etmelerine izin veren müzik, onları bu "rahatlama" yoluyla toplumsal bağımlılıkta birleştirir.

Özetle söylemek gerekirse müziğin etkisi yalnızca tek tek insanlarla sınırlı kalmaz, bütün toplumu, hükümetin yönetimini, tüm ülkeyi, ülkedeki, işleri de kapsar. Bir dönemde sanata ve buna bağlı olarak da müziğe yüklenen anlam ile ilgili algılar önemlidir. Bu algılar dönemin sosyo-kültürel ve siyasal yapısıyla ilgili ip uçları verir. Bu nedenle müzik ya da daha genel deyişle sanat bir toplumun iç işleyişi ve toplumsal yapı ile ilgili önemli ip uçları verir. Örneğin bazı yorumlara göre müzikteki yozlaşma toplumsal yozlaşmanın da bir göstergesi olabilir.

Müzik olgusu dört yapıcı öğeden oluşmaktadır. Birincisi müzik yapıtı, ikincisi onu yaratan sanatçı, üçüncüsü alımlayan kitle ve sonuncusu da yapıt ile kitle arasındaki iletişimidir. Dolayısıyla müzik yapıtlarını ortaya koyan ve topluma ulaştıran sanatçılar da bu noktada önem kazanmaktadır. Bu sanatçılar da toplumun bir yansıması olarak karşımıza

çıkılmaktadır. Dolayısıyla genel anlamda sanat ve sanatçılar toplumsal yapının en önemli göstergeleridir diyebiliriz.

Bir toplumu oluşturan bireylerin arasından bazılarını farklı, üstün hatta olağanüstü görmeleri hemen hemen tüm zamanlarda karşılaşılabilecek bir eğilimdir. Özellikle kitle iletişim araçlarıyla yaygın bir biçimde ve sıklıkla gündeme gelmeleri nedeniyle toplumun ilgisini çeken bu kişileri “yıldız” olarak adlandırmak olanaklıdır. Bu kişiler umulanın aksine siyasal, ekonomik ya da dinsel alanlardaki etkinlikleri çerçevesinde değil, sinema müzik ya da tiyatro gibi alanlarda kazandıkları ya da onlara atfedilen başarılarıyla dikkatleri çekmektedir.

Yıldız toplumun sosyal ve kültürel bir göstergesidir. Rastlantılar yıldız yaratmaz; yıldız bir fiziğin, bir karakter tipi ile halkın belli bir dönemde beklediklerinin bir kişilikte birleşmesidir. Yani yıldız kendisine duyulan bir gereksinim sonucu içinde bulunduğu toplumdan çıkar halkın kendisine bir idol arayışından doğmaktadır ve yapımcılar tarafından kendisine toplumun ihtiyacı doğrultusunda bir kimlik oluşturulur ve son seçim için halka sunulur. Yıldız adayı halk tarafından kabul gördüğü andan itibaren o artık yıldız adayı değil, yıldızdır.

Halk kendisine sunulan yıldız adayını yıldız olarak kabul etmeden önce, yıldızda kendinden de bir şeyler bulmak ister. Yıldız, içinden çıktığı toplumdan bağımsız olarak ele alınamaz; onlar, toplumun düşlerinin, gereksinimlerinin dolaylı ya da dolaysız yansımalarıdır.

Yıldızın edimsel alanları olarak sinema, TV ve müzik temelde kapitalizmle birlikte sektörleşmiş, yapılan büyük yatırımlar, gelişen endüstriyel donanım ve atılımlar tek tipleşen sistem, yıldızın da bir meta olarak sunulmasına yol açmıştır. Başka deyişle yıldız sistemi fabrikasyondur; yıldızın belli bir standartta üretimine ve tüketimine dayalıdır. Dolayısıyla yıldız, reklamı yapılacak, pazarlanacak belli tipleri canlandıracak somut özelliklere sahip olmalıdır. Yıldız ve toplum arasında da karşılıklı bağımlılık vardır ve yıldız ancak talep görebileceği bir toplumda varlık gösterebilir ki, bu modern toplumdur.

Yıldızlar, kurumsal iktidar alanlarını doldurmazlar, yaptırım gücüne sahip değillerdir; ancak kitleleri kendilerine çekerler, pek çok kişide koşulsuz hayranlık ve ilgi uyandırır.

Yetenek, yıldız olabilmek için önemli bir avantaj olmasına karşın, fiziksel çekicilik ayrı bir öneme sahiptir. Yıldız, gücünü, fiziksel albenisi, çekici tavırları, toplumsal ve kültürel olarak güzellik/yakışıklılık kalıplarına uygunluğundan alır. Dinamik bir yapıya sahip olan toplum, sürekli değişir, toplumsal yapı değiştikçe güzellik, çekicilik kavramları da değişiklik gösterir. Bu nedenle, zamanla, toplumun yıldızlaştırdığı kişiler de farklı güzellik/çekicilik ölçütlerine sahip olabilir. Yıldızı, yıldız yapan ölçütlerden biri de, dış görünümünün, toplumun kadın ve erkek rollerinden beklentilerini karşılayacak ya da bu rollere yenilik getirecek biçimde olmasıdır. Yıldızlar, toplumun ağır basan değerlerinin simgesi olup, toplumsal tipleri temsil ederler.

Yıldızlar ve yıldız adayları için popüler dergiler ve televizyon programları reklamlarının yapıldığı bir alandır. Onların ne kadar reklamı yapılırsa, halk onlar hakkında daha çok şey merak etmeye başlayacak ve onların popülerliği artacaktır. Yıldızlar sadece televizyon ekranında ya da beyaz perdede değildirler artık, oradan taşmışlardır. Onlar gibi konuşan, onlar gibi giyinmeye çalışan ve onlar gibi davranmaya özenen seyirciler sayesinde gündelik hayatın içinde de taklitleri ile var olmaktadır. Tüm bunlar da yıldızın halk üzerinde oluşturduğu etkinin bir göstergesidir.

Yıldız ve izleyici arasında karşılıklı bağımlılık söz konusudur. Yıldızın varlığı için izleyici büyük önem taşımaktadır. Bir tüketim nesnesi olarak konumlandırıldığında, yapımcılar yıldızı yaratan, onun ortaya çıkmasını sağlayan kişiler olarak görülmektedir. Oysa yıldızın gerçek varlık nedeni onu tüketecek olan kitledir. Başka deyişle, izleyicileridir.

Dyer göre, yıldız-izleyici ilişkisi toplumda yaşayan herkesin yaşadığı çelişkilerin ve reddedişin bir yoğunlaşmasıdır ve toplumda çelişkiyi, baskılanmayı ve dışlanmayı en çok yaşayan kesimler yıldızla özdeşleşmektedir. Çünkü yıldız topluma yeni değerler sunmakta, çoğu zaman bir başkaldırının simgesi olmaktadır.

Mayer, Tudor ve Morin'in yıldız-izleyici ilişkisini irdelikleri çalışmalarından elde ettikleri verilere göre, yıldızın izleyici kitlesi ağırlıklı olarak ergenler ile kadınlardan oluşmaktadır. Yıldızla hayranlık duyan kitlenin bir kısmını da erkek eşcinseller (gay) oluşturmaktadır çünkü kadınlar ve ergenler gibi eşcinseller de hemen hemen tüm toplumlarda egemen olan heteroseksüel, yetişkin ve erkek söylem tarafından dışlanmakta

ve baskılanmaktadır. Yıldız ile izleyici arasındaki ilişki yoğundur ve bu yoğunluk izleyici kitlenin yıldızda kendi başkaldırısını ya da ezilişini görmesinden kaynaklanmaktadır.

Erkelerden çok kadın yıldızlar, hem erkeklerin, hem de kadınların fantezilerinin odağı olmaktadır. Erkek izleyici için kadın yıldız farklılaşmış bir sevgi nesnesidir. Onda hep arzuladığı ve belki de hiç ulaşamayacağı ideal kadını bulur. İdeal olarak adlandırılan kadın yıldız, erkek izleyicilerin fantezilerini süsler. Oysa, kadın izleyici için kadın yıldız model alınacak bir örnek oluşturur. Kadın yıldız tıpkı geçmişle gelecek arasında bağlantı kuran çift yönlü bir ayna gibi, içinde bulunduğu toplumdaki kadınlara yenilikler sunar, yansıtır ve bu yeniliklerin sürekliliğini sağlar. Kadın izleyici idolleştirdiği yıldızda olmak istediği kadını görür.

Benzer şekilde erkek eşcinsel yıldızın ya da kadınsı erkek yıldızın da kadın izleyiciden destek alması olasıdır. Çünkü o da dışlanmış ve baskılanmış bir yaşamdan çıkarak yıldızlaşmıştır. İçinde yaşadığı kadının varlığını kanıtlamak için tüm kadınsı öğeleri kullanır ve böylelikle kadının varlığını da pekiştirmiş olur. kadınsı yanıyla barışık erkek yıldız, kadın izleyici için, toplumda başat olan erkek, heteroseksüel, yetişkin egemenliğine karşı kazanılmış bir zafer niteliği taşır. Bu gruptaki yıldızların destekçisi kuşkusuz kadın izleyici ile sınırlı değildir. Eşcinsel ya da kadınsı erkek yıldız, seçimlerini kendisi gibi yapmış bir kitlenin de beğenisini kazanır. Onlar için de böylesi bir yıldızın varlığı toplumsal baskılara karşı bir başkaldırı niteliği taşır.

Toplumun bu denli ilgisini çeken, hayranlarını kendisine bağlayan ve peşinden sürükleyen, her yaptıkları bağışlanan yıldızlara karşı kayıtsız kalmak neredeyse imkansızdır. Onlar her yaptıklarıyla topluma umut vermektedir. Başarıları, hayranlarında kendi başarılarıymış hissini uyandırmaktadır. Onlar varısl, güzel, çekici, zirvedeki tanrı ve tanrıçalardır, onlar yaşadığımız dönemin izdüşümleridir.

Yıldızla hayranlık duyulmasının nedenini yalnızca baskılanmış grupların başkaldırısı olarak nitelendirmek olanaksızdır. İzleyicinin yıldız olmak için istekle dolu olması yıldızla hayranlık duyulmasının başka bir nedenidir. Birey kendini ünlünün, yıldızın yerine koyar ve onu sahiplenir. Böylesi bir süreci yaşayan izleyici, yıldızın formasının ya da kepinin benzerini giyer, giyim tarzına uygun giysileri seçer. Eğer izleyici bir şarkıcıyı ya da oyuncuyu benimsediyse, o yıldızın en çok izlenen ya da en çok dinlenen olmasıyla bunu

kendi başarısı gibi sahiplenir. Yıldızlar bizi yansıtan aynalardır, toplumdaki çeşitlilik kadar çok yıldızdan söz edilebilir ve bu nedenle yıldızın kesin bir prototipi yoktur.

İzleyiciyi yıldızla bağlayan bir diğer ruh hali, kahramana tapınmaktır. İnsanlar sıradan ve sıkıcı yaşamlarını kahramana adayarak renklendirilmeye çalışır. İdolleştirdikleri kahraman onların gözünde üstün özelliklere sahiptir.

İnsanların eğlenceye duydukları gereksinim ve eğlenceden zevk alma hali de yıldızın büyüüne kapılma nedenlerinden biridir. Magazin haberlerini okumak, gözde yıldızların söyleşilerini izlemek, hatta bir bilet elde etmek için saatlerce sırada beklemek bile sıradan insanın sıkıcı yaşamına bir hareket ve çeşitlilik getirir.

Yıldızlar modern ve kapitalist üretim ve tüketim ilişkilerinin geçerli olduğu tüm toplumlarda karşımıza çıkmaktadırlar. Hepsi de kendi toplumlarını yansıtmakta, onların beklentilerini karşılamakta, onlara kılavuzluk etmektedirler. Onlar, kıskançlıktan uzak bir sevgiyle sevilmetedirler. Bireyler, yıldızların kendilerini kendilerine gösterdikleri için, heveslerini onların adına gerçekleştirdikleri için, bazen de her ikisini birden başardıkları için onların takipçileri olmaktadır.

Son söz olarak söyleyebiliriz ki, müzik ve müzik yapıtlarını meydana getirip topluma sunan sanatçılar toplumun birer yansımaları olup, toplumun sosyal ve kültürel bir göstergesidirler. Kültürel birer kimlik aracı olarak toplumda işlev görürler ve gerek müzik gerek de yıldız olgusu toplumdan bağımsız bir şekilde düşünülemez.

## KAYNAKÇA

- Adorno, Theodor W. (1999), “Popüler Müzik Üzerine”, **Toplumbilim Dergisi Müzik Özel Sayısı**, Çev: Evren Çelik, Bağlam Yayınları, Sayı: 9, İstanbul, s. 69-76.
- Adorno, Theodor W. (2007), **Kültür Endüstrisi**, Çev: Nihat Ünler, Mustafa Tüzel, Elçin Gen, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Adorno, Theodor (1998), “On Popular Music”, **Cultural Theory and Popular Culture**, Prentice Hall Yay., Londra & New York, s. 73-96.
- Akay, Ali (2002), **Kapitalizm ve Pop Kültür**, Bağlam Yayınları, İstanbul.
- Alaner, Bülent (2007), **Müzikte Beşinci Boyuta Doğru**, Anadolu Üniversitesi Devlet Konservatuvarı Yayınları, Eskişehir.
- Alberoni, Francesco (1979), **The Powerless ‘Elit’: Theory and Sociological Research on the Phenomenon of the Stars**, Sociology of Mass Communication, Ed. By: Denis McQuail, England, Penguin Books.
- Aras, Evrim Zuhul (2009), “Türkan Şoray: Bir İmajın Başarısı”, **Biyografya Türkan Şoray 8**, Bağlam Yayınları, İstanbul, s. 63-76.
- Artut, Kazım(2004), **Sanat Eğitimi**, 3. Baskı, Anı Yayınları, Ankara.
- Atabek, Gülseren Şendur (2009), “Sinemada ‘Yıldız’, Televizyonda ‘Şöhret’: Türkan Şoray Örneği”, **Biyografya Türkan Şoray 8**, Bağlam Yayınları, İstanbul, s. 105-119.
- Aydın, Suavi (1999), **Kimlik Sorunu, Ulusallık ve Türk Kimliği**, Öteki Yayınevi, Ankara.
- Bauman, Zygmunt (1999), **Sosyolojik Düşünmek**, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Berger, John (2005), **Görme Biçimleri**, Çev: Yurdanur Salman, 6. Basım, Metis Yayınları, İstanbul.

- Bilgin, Nuri (1994), **Kimlik Sorunu**, Ege Yayıncılık, İzmir.
- Bükler, Seçil (2005), “Film Ateşli Bir Öpüşmeyle Bitmiyor”, **Kültür Fragmanları: Türkiye’de Gündelik Hayat**, Der: Deniz Kandiyoti, Ayşe Saktanber, Çev: Zeynep Yelçe, 2. Basım, Metis Yayınları, İstanbul, s. 159-182.
- Bükler, Seçil (1993), Canan Uluyağcı, **Yeşilçam’da Bir Sultan**, Afa Yayınları, İstanbul.
- Cook, Nicholas (1999), **Müziğin ABC’si**, Çev: Turan Doğan, Kabalcı Yayınevi, İstanbul.
- Demez, Gönül (2005), **Değişen Erkek İmgesi**, Babil Yayınları, İstanbul.
- Dokgöz, Deniz (2004), “Popüler Kültür Nesnesi Olarak Karikatür ya da Çizginin Metaya Dönüşmesi”, **Bilim ve Aklın Aydınlığında Eğitim Dergisi**, Sayı: 57, <http://yayim.meb.gov.tr/dergiler/sayi57/dokgoz.htm>.
- Dökmen, Üstün (1994), **İletişim Çatışmaları ve Empati**, Sistem Yayıncılık, Ankara.
- Dyer, Richard (1986), **Stars**, BFI Pub, London.
- Dyer, Richard (1991), “Charisma”, **Stardom-Industry of Desire**, Ed. by. C. Gledhill, Routledge, London-New York.
- Erdoğan, İrfan (2004), “Popüler Kültürün Ne Olduğu Üzerine”, **Bilim ve Aklın Aydınlığında Eğitim Dergisi**, Sayı: 57, <http://yayim.meb.gov.tr/dergiler/sayi57/erdogan.htm>.
- Erdoğan, İrfan (2001), “Popüler Kültürde Gasp ve Popülerin Gayri Meşruluğu”, **Doğu-Batı Dergisi**, Yıl: 4, Sayı: 15, s. 70-85.
- Erdoğan, İrfan, Korkmaz Alemdar (2005), **Popüler Kültür ve İletişim**, 2. Basım, Erk Yayınları, Ankara.
- Ergur, Ali (2002), **Portedeki Hayalet**, Bağlam Yayınları, İstanbul.
- Erol, Ayhan (2005), **Popüler Müziği Anlamak Kültürel Kimlik Bağlamında Popüler Müzikte Anlam**, 2. Baskı, Bağlam Yayınları, İstanbul.

- Erol, Ayhan (2009), **Müzik Üzerine Düşünmek**, Bağlam Yayınları, İstanbul.
- Finkelstein, Sidney (2000), **Müzik Neyi Anlatır**, Çev: M. Halim Spatar, Üçüncü Baskı, Kaynak Yayınları, İstanbul.
- Fiske, John (1999), **Popüler Kültürü Anlamak**, Çev: Süleyman İrvan, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.
- Fornas, J. (1995), **Cultural Theory and Late Modernity**, Sage, Londra.
- Gökçe, Mete (09.12.2009), “Koro Müziğinin Toplumsal İşlevleri Açısından Türkiye Korolar Şenliğinin Kazandırışları Üzerine Genel Bir Değerlendirme”, [www.muzikegitimcileri.net/bilimsel/bildiri/M-Gokce.pdf](http://www.muzikegitimcileri.net/bilimsel/bildiri/M-Gokce.pdf).
- Güneş, Sadık (2001), **Medya ve Kültür**, 2. Baskı, Vadi Yayınları, Ankara.
- Gürbilek, Nurdan (2007), **Vitrinde Yaşamak**, 4. Basım, Metis Yayınları, İstanbul.
- Güvenç, Bozkurt (2003), **İnsan ve Kültür**, 10. Basım, Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Huizinga, Johan (1995), **Homo Ludens-Oyunun Toplumsal İşlevi Üzerine Bir Deneme**, Çev: M.A. Kılıçbay, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Işık, Caner, Nuran Erol (2002), **Arabeskin Anlam Dünyası**, Bağlam Yayıncılık, İstanbul.
- Jeanniere, Abel (1994), “**Modernite Nedir?**”, **Modernite Versus Postmodernite**, Çev: N. Tural Küçük, Der: Mehmet Küçük, Vadi Yayınları, Ankara.
- Kağıtçıbaşı, Çiğdem (2000), **Kültürel Psikoloji**, 2. Baskı, Evrim Yayınevi, İstanbul.
- Kahraman, Hasan Bülent (2002), **Postmodernite ve Modernite Arasında Türkiye**, Everest Yayınları, İstanbul.
- Kaplan, Ayten (2005), **Kültürel Müzikoloji**, Bağlam Yayınları, İstanbul.
- Karabekiroğlu, Zeynep Çiğdem (2009), “1960’larda Popüler Dergilerde Yıldız İmajı: Türkan Şoray”, **Biyografya Türkan Şoray 8**, Bağlam Yayınları, İstanbul, s. 121-140.



- Karahisar, Tuba (2009), “1998-2008 Yılları Arasında Türk Müziğinde Yozlaşmanın TRT ve Özel Televizyolardaki Seyri”, **Medya ve Kültür**, Der: Nurçay Türkoğlu, Sevilen Toprak Alayoğlu, 1. Baskı, Urban Kitap, İstanbul, s. 347-361.
- Kaygısız, Mehmet (2000), **Türklerde Müzik**, Kaynak Yayınları, İstanbul.
- Kayhan, Aslı (2009), “Kültürel Hafıza: Klasik Batı Müziğinin Türkiye Cumhuriyeti’nin Kültür İnşasındaki Anlamı”, **Medya ve Kültür**, Der: Nurçay Türkoğlu, Sevilen Toprak Alayoğlu, 1. Baskı, Urban Kitap, İstanbul, s. 337-346.
- Kirel, Serpil (2005), **Yeşilçam Öykü Sineması**, Babil Yayınları, İstanbul.
- Kırtunç, Ayşe Lahur (23.12.2008), “Popüler Kültür Araştırmaları”, [www.kulturad.org/images/goc\\_kirtunc\\_konusma.html](http://www.kulturad.org/images/goc_kirtunc_konusma.html).
- Kongar, Emre (15.12.2008), “Popüler Kültürün Egemenliği ve Pop Star Yarışması” [www.kongar.org/medyanotu/300\\_Pop\\_Kultur\\_ve\\_Pop\\_Star\\_Yarismasi.php](http://www.kongar.org/medyanotu/300_Pop_Kultur_ve_Pop_Star_Yarismasi.php).
- Korkmaz, Nilüfer, Levent Yaylagül (2008), “Kitle Kültürü/Popüler Kültür Tartışmaları”, **Medya, Popüler Kültür ve İdeoloji**, 1. Baskı, Dipnot Yayınları, Ankara, s. 125-138.
- Laserre, Pierre (2007), **Nietzsche’nin Müzik Üzerine Düşünceleri**, Çev: İlhan Usmanbaş, 3. Basım, Pan Yayıncılık, İstanbul.”
- Lull, James (2001), **Medya İletişim Kültür**, Çev: Nazife Güngör, Vadi Yayınları, Ankara.
- Maalouf, Amin (2008), **Ölümcül Kimlikler**, Çev: Aysel Bora, 26. Baskı, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Modledski, Tanya (1998), **Eğlence İncelemeleri**, Metis yayınları, İstanbul.
- Mutlu, Erol (1999), **Televizyon ve Toplum**, TRT Eğitim Dairesi Başkanlığı, Ankara.
- Oktay, Ahmet (2002), **Türkiye’de Popüler Kültür**, 5. Basım, Everest Yayınları, İstanbul.

- Onay, Yılmaz v.d. (2006), **Müzik Üzerine Tartışmalar**, Evrensel Basım Yayın, İstanbul.
- Oskay, Ünsal (2001), **Müzik ve Yabancılaşma**, 3. Basım, Der Yayınları, İstanbul.
- Özbek, Meral (2006), **Popüler Kültür ve Orhan Gencebay Arabeski**, 7. Baskı, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Özlem, Doğan (2000), **Kültür Bilimleri ve Kültür Felsefesi**, İnkılâp Yayınları, Ankara.
- Poole, Ross (1993), **Ahlak ve Modernlik**, Çev: Mehmet Küçük, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Rowe, David (1996), **Popüler Kültürler: Rock ve Sporda Haz Politikası**, Çev: Mehmet Küçük, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Say, Ahmet (2008), **Müzik Nedir, Nasıl Bir Sanattır?**, Evrensel Basım Yayın, İstanbul.
- Schiller, Friedrich (1990), **İnsanın Estetik Eğitimi Üzerine Bir Dizi Mektup**, Çev: Melahat Özgü, MEB Yayınları, İstanbul.
- Sezer, Baykan (1993), **Müzik ve Batıcılılaşma**, İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları, İstanbul.
- Solmaz, Metin (1996), **Türkiye’de Pop Müzik**, Pan Yayınları, İstanbul.
- Soykan, Ömer Naci (2000), **Müziksel Dünya Ütopyasında Adorno ile Bir Yolculuk**, 2. Baskı, Bulut Yayınları, İstanbul.
- Soykan, Ömer Naci (2005), “Sanat ve Sosyoloji”, **Sanat ve Sosyoloji**, Yayına Hazırlayan: Aylin Dikmen Özarıslan, Bağlam Yayıncılık, İstanbul, s. 73-79.
- Storey, John (2000), **Popüler Kültür Çalışmaları: Kuramlar ve Metotlar**, Çev: Koray Kardeşahin, Babil Yayınları, İstanbul.
- Topçuoğlu, N. Nur (1996), **Basında Reklam ve Tüketim Olgusu**, 1. Basım, Vadi Yayınları, Ankara.

- Uygunkan, Sanem Bengü (2007), **Yıldız Sistemi ve Popüler Kültür Arasındaki İlişki “Türkiye’nin “Süperstarı” Ajda Pekkan Örneği**”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Uygur, Nermi (1996), **Kültür Kuramı**, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Yanıkkaya, Berrin (2009), “Beden Dilimi Oku: Popüler Müzik ve Bir Metin Olarak Beden Dili”, **Toplumbilim Dergisi Beden Sosyolojisi Özel Sayısı**, Bağlam Yayınları, Sayı: 24, İstanbul, s. 45-60.
- Yaylagül, Levent (2008), “Frankfurt Okulu’nda Kültür Endüstrileri ve Kitle Kültürü Yaklaşımı”, **Medya, Popüler Kültür ve İdeoloji**, 1. Baskı, Dipnot Yayınları, Ankara, s. 139-153.
- Yazıcı Emir, İsmet (2003), **Kitle iletişimde İmaj**, 2. Baskı, İm Yayınları, İstanbul.
- Yıldırım, Vural, Tarkan Koç, (2008), **Müzik Felsefesine Giriş**, 4. Basım, Bağlam Yayınları, İstanbul.
- Yüksel, N. Aysun (1998), **Toplumu Yansıtan Bir Öge Olarak Yıldız Olgusu: Türkiye Gerçeği Ve İki Örnek**, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Eskişehir.
- Yüksel, Aysun (2001), **Tarkan/Yıldız Olgusu**, Çiviyazıları, İstanbul.
- Zeytinoğlu, Emre (2008), **Sanat Üzerine Yersiz Yorumlar**, Bağlam Yayınları, İstanbul.
- [www.felsefeekibi.com/site/default.asp?PG=1544](http://www.felsefeekibi.com/site/default.asp?PG=1544), 28.12.2008.
- [www.akregroup.com/downloads/MARKA\\_\\_NEDIR.doc](http://www.akregroup.com/downloads/MARKA__NEDIR.doc), **İmaj ve Türkiye’nin Algılanması**, s. 10, 28.08.2009.
- [www.pr.atilim.edu.tr/yayinlar/imaj.doc](http://www.pr.atilim.edu.tr/yayinlar/imaj.doc), **Marka Nedir?**, s. 3, 28.08.2009.

## ÖZGEÇMİŞ

Adı ve SOYADI : Azize BAYGAL  
Doğum Tarihi ve Yeri : 15.03.1982, Antalya  
Medeni Durumu : Bekar

### Eğitim Durumu

Mezun Olduğu Lise : Antalya Lisesi  
Lisans Diploması : Süleyman Demirel Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi,  
Sosyoloji  
Yüksek Lisans Diploması : Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyoloji  
Anabilim Dalı  
Tez Konusu : Kültürel Kimlik Bağlamında Müzik: Yıldız Olgusu  
Yabancı Dil/Diller : İngilizce  
Bilimsel Faaliyetler : Baygal, Azize, “Alkol ve Uyuşturucu Madde Bağımlılığı”,  
**Sosyal Problemler Sosyolojisi**, Editör: Nurşen Adak, Siyasal Kitabevi, Ankara, 2009, s.  
249-285.

### İş Deneyimi

Stajlar : ---  
Projeler : ---  
Çalıştığı Kurumlar : Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyoloji  
Anabilim Dalı, Araştırma Görevlisi, 2007- ...  
Adres : Akdeniz Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji  
Bölümü, Kampus/ ANTALYA  
Tel. no : 0 242 310 61 56