



Prof. Dr. NECLA MORA

Kültürün endüstrileştirmesiyle birlikte ürettiğinin farkında olmadan çalışan, daha sonra bu ürünleri medyada görüp satın almak için çabalayan insanların aynı zamanda bu ürünlerin içeriklerinde sunulan yaşam tarzlarına ulaşabilmek ve tüketerek var olduğunu göstermek için yaşadığı psikolojik baskı, sadece kapitalizmin işine yaramaktadır.

Giriş

Kültür (Culture), kavramına iki biçimde bakılabilir. Birincisi, insanın yeryüzünde, yaşamının başlangıcından bu güne kadar ürettiği her şeyi kapsar. İkincisi, bireylerin ya da toplulukların yaşam tarzını biçimlendiren örf, adet, gelenek, görenek, alışkanlıklar, davranışlar ve inançların toplamı olarak ele alınır (Demir ve Acar, 1993, 142-143). Williams'a göre , kültür kavramının kökü Latince'de 'cultura', 'colere' dan türetilmiştir. 'Colere' ikamet etmek, yetiştirmek, korumak, ibadetle onurlandırmak anlamlarında kullanılır. Williams, 'colere' kelimesinin ikamet anlamının 'colony' (koloni) dönüştüğünü, ibadetle onurlandırmak, 'cultus' üzerinden ise, 'cult'a dönüşerek inanç tapınma anlamında kullanılmaya başlandığını yazar. Latince 'Cultura', yetiştirme ve bakma anlamlarında kullanılmıştır. Örneğin, ekin ekmek, hayvan yetiştirmek. Culture (kültür) kavramı, süreci temsil eden anlamda kullanılmıştır. 18. yüzyıldan itibaren İngiltere'de, Fransa'da, 'civilized' (uygarlaşmış), 'cultivated' (kültürlü) ayrımı yavaş yavaş ortaya çıkmaya ve bazen birbirinin yerine kullanılmaya başlanmasına rağmen, Almanya'da bu ayrım daha net olarak 'civilized' (uygarlaşmış), manevi anlamda gelişmek, 'cultivated' (kültürlü) ise, maddi ya da süreci ifade eden, insani gelişimi kapsayan anlam yüklenmiştir. Örneğin, halk kültürü (folk-culture), mekanik kültür (mechanical- culture), kavramları, uygarlık (Civilisation) insanlığın gittiği endüstrileşme ve mekanik yaşama doğru gelişmesi karşısında kullanılan kavramlar olmuştur. Ancak 'Arkeoloji', 'Kültürel Antropoloji' maddi ve süreç anlamlarında kültür kavramını işaret ediyorken, 'Tarih' ve 'Kültürel Çalışmalar' (cultural studies) 'da süreçle ilgilidir ve göndermeler, göstergesel ve simgeseldir.

Almanya'da 'culture', 'Kultur' olarak kullanılmaya ve 'Allgemeine Kulturgeschichte' der

Menschheit' (İnsanlığın Genel kültürel tarihi) ile insanlığın yapıp ettikleri ile tanımlanmaya başlanmıştır. İngilizce'de 1870 tarihinden itibaren, Tylor'un 'Primitive culture' (ilkel kültür) anlamında kullanması ile uygarlık ve kültür kavramlarının kullanım alanları netleşmiştir. Günümüzde, kültür kavramının en yaygın kullanım alanı, müzik, edebiyat, resim, heykel, tiyatro ve filmidir. 'Cultivation' (tarım, kültür), cultivated' (işlenmiş kültür, ince zarif, bilgili) anlamlarında aradaki farkı vurgulamak için sınıfsal ayrıma doğru kelimenin dönüşümünü gösterir. Örneğin, culture, cultural, sub-culture (alt-kültür), popular culture, (popüler kültür), kavramın yaptığı yolculuğu ve toplumsal anlamda genişlemesini gösterir. Kültür kavramı, düşmanlık ve aşağılama anlamlarında kullanıldığı gibi, estetik, zarafet ve görgü anlamlarında da kullanılmaktadır. Araştırmalarda, 'Structuralism' (yapısalcılık), karşına 'Culturalism' kavramın getirilmesi ve toplumbilimsel çözümlenmelerde kullanılması, kültür kavramının kullanım alanlarının genişlemeye devam edeceğinin göstergesidir (Williams,2006, 105-112).

Kültürün inşası ve Yeniden Üretimi

Yukarıda belirttiğimiz gibi kültür kavramı giderek insanın bilgi ve görgü anlamında birikimi ile hem kendinde, hem de yapıp ettiklerinde yarattığı incelme, estetik görünüm ve derinleşmeye gönderme yapan bir kavramdır. İnsan önce yaşamını sürdürmek için araç-gereç yapmaya başlamış ve bu çabasını geliştirerek ortaya zanaat çıkmıştır. Zanaat, öğrenilenin deneme yanılma yoluyla uygulanarak bir beceri haline gelmesidir. Sanat ise, uzun bir kültürel birikim, eğitim, öğretim, beraberinde gözlem, düşünme, deneyim ve sindirme sürecini gerektiren estetik yanı olan birikimin ortaya konulduğu resim, heykel, müzik, edebiyat vb. uğraşlardır. Ancak şunu unutmamak gerekir, kültür, dil ve iletişimle ve iletişimin ortaya çıkardığı değişim ve dönüşümle birlikte yolculuk etmiştir. Rönesans ve Reform hareketleri, Aydınlanma, Sanayi devrimi ve insanlığın bunlarla birlikte geçirdiği aşamalar, bu dönemlerde hem kendi zihinsel ve kültürel dönüşüm ve değişimlerini, hem de toplumsal değişim ve dönüşümlerini sağlamıştır. Aynı zamanda pozitif bilimlerin ortaya çıkması insanlığın gelişmesini ve buluşların hızını artırmıştır.

İnsanoğlu dünyaya geldiğinde, kendinden önceki kuşakların yapıp ettiklerini ve kendi aidiyetini dil aracılığı ile öğrenmiş ve dil, kültürü toplumsal anlamda inşa eden, taşıyan ve yeniden üreten bir araç olmuştur.

Dil ve Kültür İlişkisi

Zıllıoğlu, kültürü, insanın fizik ve doğal ve toplumsal çevresiyle etkileşim içinde yarattığı kendiliğinden var olmayan bir olgu olarak tanımlar (2003, 46). Ona göre, insanlığın geliştirdiği

dil ile kültür arasında bir ilişki vardır. Bu ilişki iki boyutta ele alınabilir. Birincisi, yaratma, ikincisi, örgütlenme ve aktarma. Gereksinimden kaynaklanan yaratma, düşünerek ve tasarlayarak yapılan bir eylemdir. Düşüncenin içeriği tasarımlar, tasarımların temeli de bilgidir. Bilgi, insanın çevresiyle etkileşiminin ürünüdür. Kültürün diğer boyutu, insan yaşamının örgütlenme biçimiyle oluşur. İnsan, beslenme, barınma gibi her canlının temel ihtiyacının yanında, kendi neslinin sürekliliğini sağlamak için geliştirdiği birçok yeniliğin yanında, birlikte yaşamak için inançlar, kurallar, değerler, gelenekler, görenekler, örf, adet vb. toplumsal yaşama yön veren bir düzen oluşturmuştur. Dolayısıyla insan yaşamını bireysel ve keyfi değil, toplum içinde belli değerlere göre biçimlenmiş bir yaşam ve gelecek anlayışı ile gelenekselleşmiştir. Böylece kültürel yaşamın her alanında belli kalıplar oluşarak, bu kalıplara uygun olarak toplumsal/kültürel kurumlar ortaya çıkmıştır (Zillioğlu, 2003, 47-48). Tüm bunları oluştururken, varlığını sürdürürken, içeriğini doldururken, işlevsel olarak kullanırken, dili ve kültürel birikimini kullanmıştır.

Kültür Kavramında Toplumsal Algı

Erdoğan'a göre, kültür kavramı, günlük kullanımda, insanları, belli aidiyetlere ayırmak için bir kriter olarak ele alınır. Kültürlü insan olarak tanımlanmak, iyi, rafine, ince, nerede nasıl davranmasını bilen görgülü insan olarak olumlu anlamda kullanılırken, kültürsüz insan tanımlaması, kaba, cahil, görgüsüz olarak olumsuz anlamdadır (2002, 131). Kültürün birçok farklı ayrımı vardır. Birincisi, yüksek kültür ve alçak kültürdür. İkincisi Toplumsal sınıflara göre, burjuva kültürü, işçi kültürü ayrımıdır. Ayrıca ulusal, yerel, etnik, ırk, din, vb. kriterlere göre kültür sınıflandırması yapılır (Erdoğan, 2002, 139).

Barnard ise, kültürü üç ana gruba ayırır. Bunlar; tek boyutlu seçkin kültürü, erkek egemen kitle kültürü ve çok boyutlu popüler kültürdür (2002, 36). Kitle kültürü kapitalizmle birlikte yolculuk eden bir kültürdür ve günümüzde bu kültür diğer kültürleri endüstri içine alarak, öğütüp, pazara kitle kültürü olarak sunar. Kitle kültürünün yayılmasında birçok aydın, işçi sınıfını suçlamıştır. Ancak aşağıda kısaca kitle kavramı ve kitle toplumunun ortaya çıkışına ve sonraki gelişmelere baktığımızda gerçek sorumlunun kapitalist üretim anlayışı olduğu görülür.

Kitle Toplumunun Ortaya Çıkışı ve Kitle Kültürü

Kitle kavramı, modern sınıflı toplumun belirmesi için gerekli toplumsal, siyasal ve ekonomik koşulları hazırlayan Batı Avrupa kapitalizminin 19. yüzyılın ikinci yarısında hızlı gelişimi ile ortaya çıkmıştır. Kitle toplumu, kapitalist işbölümünün gelişmesi, fabrika örgütlenmesi ve meta

üretimi, nüfusun kentlerde yoğunlaşması ve karar alma sürecinin merkezileşmesi ve evrensel iletişim sistemleri ve oy hakkının işçi sınıfını da kapsayacak biçimde genişletilmesiyle, kitlesel siyasal hareketlerin büyümesi amacını taşır. Kitle terimi aynı zamanda ideolojik değişimin bir göstergesidir. Bu siyasal değişim ve dönüşümün ekonomik yapıdaki değişim ve dönüşümü teşvik etmesiyle eski feodal yapıların giderek çözülmesine ve burjuva sınıfının oluşmasına neden olmuştur. Bu sınıf, kendi tahakkümünü meşrulaştırmak için laik ve rasyonel idealleri olan demokrasi, eşitlik ve maddi adalet anlayışını ileri sürer. Böylece kapitalizm toplumsal ilişkileri, kalıtsal ayrıcalıklara ve katı güç ve statü hiyerarşisine dayanan tabakalaşma sisteminden, biçimsel anlamda kurulan eşitlik sistemine dönüştürür. Yeni egemen sınıf olan burjuvazi, hem işçi sınıfını hem de feodal kalıntıyı egemenliği altına alır. Kitle kavramı, önce kentlerde yükselen burjuvazinin, modern kapitalist devlet içinde toplumsal düşüncede örgütlenmesiyle ortaya çıkar. Kitle kültürü kavramı, 19. Yüzyılda Sanayi işçi sınıfının kültürünü tanımlamak amacıyla kullanılmıştır. İlk kitle toplumu kuramları, karar almanın seçkinlerin tekelinde olduğunu savunan, toplumsal hiyerarşinin yeniden öne çıkarıldığı kuramlardır. Örneğin, F. Nietzsche, bir yapıtında, “eğer insan köle istiyorsa, bu insanları efendi olacak şekilde yetiştirmek aptallık olur” diyerek, Avrupa işçi toplumuna karşı, kitle toplumu eleştirisi geliştirmiştir (Swingewood, 1996, 17-19). Kitle kültürünü, seçkinci yaklaşımı benimsemiş, G. Le Bon, O. Gasset, W. Reich, Pareto ve Masco gibi aydınlar, yüksek kültüre karşı bir tehdit olarak algılar. Örneğin, 19. Yüzyılda, G. LeBon, yazdığı ‘Kitleler Psikolojisi’ adlı eserde, kitlelere karşı hissettiği korku ve endişeyi açığa vurur. Kitleyi bilinçsiz, saldırgan, duyguları ile hareket eden bir kalabalık olarak algılar. G. Le Bon’ da, kitlelerin ortaya çıkmasıyla gelişen kitle kültürünün yüksek kültürü bozacağından doğan korkularını açığa vurur. Oysa kitle kültürü kapitalizm tarafından endüstriyel ortamda, seri olarak üretilmiş, tek tip, yapay bir kültürdür. Bu kültür, Pazar değeri olan her tür kültürel ürünü, olayı, olguyu, duyguyu kullanan ve kâr etmek amacından başka bir kriteri olmayan kapitalist anlayışın ürünüdür. Bu kültürün tüketicileri, pasif konumda ve çeşitli nedenlerle kolayca etki altında kalan ve bütün bu olan bitenden haberi olmayan, alım gücü sınırlı olan işçi sınıfıdır.

Almanya’da Frankfurt Üniversitesi Sosyal Araştırmalar Enstitüsü düşünürleri, Karl Marx’ın, toplumda, sınıfların üretim biçimlerine bağlı olduğu ve üretim araçlarının kontrolünü elinde bulunduran sınıfların toplumu kontrol ettiği görüşünden yola çıkarak, kitle kültürünün üretildiği kültür endüstrisine yönelik eleştirel çalışmalara başlamıştır.

Frankfurt Okulu ve Kültür Endüstrisi

Günümüzde birçok kültür endüstrisi kurumu (medya), artık kapitalizmin hizmetindedir. Her eve, her beyne giren medya, kapitalizmin kitlelerin bilincini yönlendirdiği ve onların değerlerini sahte değerlerle değiştirerek her şeyi hızla tüketen ‘fast food’ (hızlı yemek) tipi bir ‘fast live’ (hızlı yaşamak) yaşam tarzını meşrulaştırmaktadır. Frankfurt okulunun kültür endüstrisine getirdiği eleştirel yaklaşımda ileri sürdüğü gibi kapitalizmin kontrolünde olan kültür endüstrisi (medya),

kitleleri kolayca aptallaştıran, gerçekleri kendi çıkarı doğrultusunda değiştiren ve çarpıtan bir anlayışla üretim yapar. Benzer düşünceyi paylaşan Yaylagül, kültürün özelleştirilmesiyle birlikte kitle kültürü /popüler kültürün, insan bilincinin parçalanmasına ve tek tip tüketim kültürünün egemen olmasına yol açtığını belirtir (2008, 84). Medyanın yarattığı bu kültür, bir salgın gibi insanları etkilemektedir. Sokakta karşılaştığımız insanları giderek birbirinden ayırmamız mümkün olmayacaktır. Aynı tip giyim kuşam ve markalardan sonra artık aynı tip saçlar, dudaklar, burunlarla insanlar, adeta birbirinin kopyası durumuna gelmektedir. İnsanın özerkliği ve yaratıcılığının yerini, medya aracılığıyla (kültür endüstrisi) sunulan yaşam tarzları almıştır.

Kitle Kültüründen Kültürel Çalışmalara

Günümüz medya çağında kültür, medya şirketleri tarafından endüstri ortamında üretilip, paketlenen kültürel ürünlerin dünyaya dağıtılarak, yine medya içerikleri olarak paylaşılan kurgulanmış anlamlardır. Bu anlamlar, dil ile biçimlendirilir ve iletilir. Dil ile alımlanır ve çözümlenir.

Frankfurt Okulu'nun başlattığı kültür endüstrisi ve kitle kültürü çalışmalarının izinden yürüyen Amerikan ve İngiliz kültürel çalışmalar geleneği, kültürel emperyalizme getirdiği eleştirel yaklaşımla, medyatik kültürün kullanımlarını anlayarak, iktidar ve kültür ilişkilerine yeni kuramsal çözümler getirmeye çalışır (Maigret, 2011, 187). Kitle kültürü, alımlanma sürecinden sonra topluma medyatik kültür olarak geri döner, böylece toplum giderek değişir ve dönüşür. Ancak bu değişim ve dönüşüm kimin işine yarar? Bu sorgulanmalıdır.

Sonuç Yerine

Kültür, insanların yaşam biçimleri hakkında birçok göstergesi içinde barındıran bir kavramdır. Kültür, dil, gelenek, görenek, yaşam biçimleri, eğitim, yaşamışlıklar, insanın içinde yetiştiği toplum, aile vb. özellikleri dışarı yansıtır. Kültür, bireysel, toplumsal veya bağlı olunan aidiyetlere göre farklılıklar gösterir.

İnsanlığın kültürel yolculuğu, merak, sorgulama, öğrenmek, öğretmek, araştırmak, bulmak, yaratmak, üretmek, geliştirmek, değiştirmek ve dönüştürmekle olmuştur. Ancak kültürün endüstrileştirilmesiyle birlikte ürettiğinin farkında olmadan çalışan, daha sonra bu ürünleri medyada görüp satın almak için çabalayan insanların aynı zamanda bu ürünlerin içeriklerinde

sunulan yaşam tarzlarına ulaşabilmek ve tüketerek var olduğunu göstermek için yaşadığı psikolojik baskı, sadece kapitalizmin işine yaramaktadır.

Yararlanılan Kaynaklar

Barnard. M. (2002), Sanat Tasarım ve Görsel Kültür, Çev. Güliz Korkmaz, Ankara, Ütopya Yayınları.

Demir, Ö. ve Acar, M. (1993), Sosyal Bilimler Sözlüğü, 2. Baskı, Ankara, Vadi Yayınları.

Erdoğan, İ. (2002), İletişimi Anlamak, Ankara, Erk Yayınları.

Maigret, E. (2011), Medya ve İletişim Sosyolojisi, Çev. Halime Yücel, İstanbul, İletişim Yayınları.

Swingewood, A. (1996), Kitle Kültürü Efsanesi, Çev. Aykut Kansu, Ankara, Bilim ve Sanat Yayınları.

Williams, R. (2006), Anahtar Sözcükler, Çev. Savaş Kılıç, 2. Baskı, İstanbul, İletişim Yayınları.

Yaylagül, L. (2008), Kitle İletişim Kuramları, 2. Baskı, Ankara, Dipnot Yayınları.

Zıllıoğlu, M. (2003), İletişim Nedir?, 2. Baskı, İstanbul, Cem Yayınevi.

Necla Mora: Prof. Dr. İstanbul Gelişim Üniversitesi.