

**T.C.  
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
FELSEFE ANABİLİM DALI  
FELSEFE BİLİM DALI**

**KÜLTÜR ENDÜSTRİSİ KAVRAMINDAN HAREKETLE  
ÇAĞDAŞ SANATTA ÖZNEİNİN YERİ**

**FAHRİ GÜLER**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**DANIŞMAN  
DR. ÖĞR. ÜYESİ FEYZA ŞULE GÜNGÖR**

**KONYA-2019**

**T.C.  
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
FELSEFE ANABİLİM DALI  
FELSEFE BİLİM DALI**

**KÜLTÜR ENDÜSTRİSİ KAVRAMINDAN HAREKETLE  
ÇAĞDAŞ SANATTA ÖZNEİNİN YERİ**

**FAHRİ GÜLER**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**DANIŞMAN  
DR. ÖĞR. ÜYESİ FEYZA ŞULE GÜNGÖR**

**KONYA-2019**



T.C.  
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



YÜKSEK LİSANS TEZİ KABUL FORMU

Öğrencinin	Adı Soyadı	Fahri Güler
	Numarası	158101011007
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Felsefe
	Programı	Yüksek Lisans
	Tez Danışmanı	Dr. Öğr. Üyesi Feyza Şule Güngör
	Tezin Adı	Kültür Endüstrisi Kavramından Hareketle Çağdaş Sanatta Öznenin Yeri

Yukarıda adı geçen öğrenci tarafından hazırlanan **Kültür Endüstrisi Kavramından Hareketle Çağdaş Sanatta Öznenin Yeri** başlıklı bu çalışma 26/09/2019 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oybirliği/oyçokluğu ile başarılı bulunarak jürimiz tarafından Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Sıra No	Danışman ve Üyeler		
	Unvanı	Adı ve Soyadı	İmza
1	Dr. Öğr. Üyesi	Feyza Şule Güngör	
2	Dr. Öğr. Üyesi	Melike Molacı J.	
3	Doç. Dr.	Ercan Salgar	



T.C.  
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



### Bilimsel Etik Sayfası

Öğrencinin	Adı Soyadı	Fahri Güler		
	Numarası	158101011007		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Felsefe		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans	X	
		Doktora		
Tezin Adı	Kültür Endüstrisi Kavramından Hareketle Çağdaş Sanatta Öznenin Yeri			

Bu tezin hazırlanmasında bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.

Öğrencinin Adı Soyadı  
İmzası

Fahri Güler  
fahri



### ÖZET

Öğrencinin	Adı Soyadı	Fahri Güler		
	Numarası	158101011007		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Felsefe		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans	X	
		Doktora		
	Tez Danışmanı	Dr. Öğr. Üyesi Feyza Şule Güngör		
Tezin Adı	Kültür Endüstrisi Kavramından Hareketle Çağdaş Sanatta Öznenin Yeri			

Bu çalışmada, kültür endüstrisinin, çağdaş sanatın oluşumuna etkilerini ortaya koyarak, sinema ve müzikte özneye düşen roller açığa çıkarılmaya çalışılmıştır. Bu bağlamda, öznenin çağdaş sanattaki üretici ve tüketici rollerinde kültür endüstrisinin etkileri analiz edilmiştir. Birinci bölümde, öznenin tarihsel dönüşümünü açığa çıkarmak için Aydınlanma dönemini hazırlayan koşulları ve Aydınlanma ile birlikte öznenin yenedünya düzeninde merkeze getirilmesi konu edinmiştir. İkinci bölümde, kültür endüstrisi kavramını literatüre kazandıran Frankfurt Okulu'nun düşünce geleneği temele alınarak, Adorno ve Horkheimer'in kültür eleştirileri kapsamlı olarak incelenmiştir. Son bölümde, kültür endüstrisinin çağdaş sanattaki etkileri analiz edilmiştir. Bu bağlamda sinema ve müzikte, üretici ve tüketici öznenin değer yargılarının kültür endüstrisi tarafından şekillendiği açığa çıkarılmaya çalışılmıştır.

**Anahtar kelimeler:** Aydınlanma, Frankfurt Okulu, Kültür, Kültür Endüstrisi, Özne.



T.C.  
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



### ABSTRACT

Author's	Name and Surname	Fahri Güler		
	Student Number	158101011007		
	Department	Philosophy		
	Study Programme	Master's Degree (M.A.)	X	
		Doctoral Degree (Ph.D.)		
	Supervisor	Dr. Öğr. Üyesi Feyza Şule Güngör		
Title of the Thesis/Dissertation	The Position of the Subject in Contemporary Art Based on the Concept of Cultural Industry			

**In this study, it is attempted to reveal roles of the subject in cinema and music by suggesting the effects of the cultural industry on the formation of contemporary art. In this context, the effects of subject on the cultural industry on the producer and consumer roles in contemporary art are analysed in depth. In the first part, the conditions which prepared the Enlightenment period to reveal the historical transformation of the subject and bringing the subject to the center in the new world order together with enlightenment are discussed. In the second chapter, the cultural critiques of Adorno and Horkheimer are examined extensively based on the thought tradition of the Frankfurt School, which introduced the concept of culture industry to the literature. In the last chapter, the effects of culture industry in contemporary art are analysed. In this context, it is attempted to reveal that the value judgments of the producer and consumer subjects are shaped by the cultural industry in cinema and music.**

**Keywords: Enlightenment, Frankfurt School, Culture, Culture Industry, Subject.**

## İÇİNDEKİLER

<b>TEZ KABUL FORMU</b> .....	i
<b>BİLİMSEL ETİK SAYFASI</b> .....	ii
<b>ÖZET</b> .....	iii
<b>ABSTRACT</b> .....	iv
<b>İÇİNDEKİLER</b> .....	v
<b>ÖNSÖZ</b> .....	vi
<b>GİRİŞ</b> .....	1

### BİRİNCİ BÖLÜM

#### 1) AYDINLANMA

1.1. Rönesans'tan Aydınlanma'ya Düşüncenin Gelişimi.....	3
1.2. Aydınlanma Nedir.....	5
1.3. Aydınlanma'da Akıl ve Özne.....	13
1.4. Adorno ve Horkheimer'in Aydınlanma Eleştirisi.....	14

### İKİNCİ BÖLÜM

#### 2) KÜLTÜR VE KÜLTÜR ENDÜSTRİSİ

2.1.Kültür Kavramı.....	18
2.1.1. Kültür Tartışmaları.....	21
2.1.2. Kitle Kültürü.....	24
2.1.3. Popüler Kültür.....	26
2.2. Frankfurt Okulu.....	29
2.3. Kültür Endüstrisi'nin Oluşum Temelleri.....	33
2.4. Kültür Endüstrisi.....	35

### ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

#### 3) ÇAĞDAŞ SANATTA KÜLTÜR ENDÜSTRİSİ VE ÖZNE

3.1. Kültür Endüstrisi ve Sanat.....	45
3.2. Çağdaş Sanatta Ortaya Çıkan Temalar.....	51
3.2.1. Öznenin Görünür Olması.....	53
3.2.2. Öznenin Şeyleşmesi.....	56
3.3. Sinema.....	59
3.3.1. Popüler Sinema ve Özne.....	64
3.4. Müzik.....	67
3.4.1. Popüler Müzik ve Özne.....	69
<b>Sonuç</b> .....	<b>73</b>
<b>Kaynakça</b> .....	<b>76</b>
<b>Özgeçmiş</b> .....	<b>81</b>

## ÖNSÖZ

Sanayi devrimi ile birlikte değişen üretim ve tüketim alanı, geç kapitalizmin etkisiyle birlikte altın çağını yaşadığı 20. Yüzyıla damgasını vurmuştur. Büyük ve güçlü devletlerin sahne aldıkları dünya savaşları, güçsüz ülkelerde ham madde ve pazar arayışlarının etkisiyle cereyan etmiştir. Yeni ekonomik düzen, sosyal ve kültürel alanları da biçimlendirmeye başlamıştır. Frankfurt Okulu temsilcilerinden Adorno ve Horkheimer için kapitalist düzenin her şeyi hızlıca üretilip tüketme düşüncesi, insanlar için anlamlı ve değerli her şeyin ekonomik düzlemde ele alınması gerçeğini ortaya çıkarmıştır. Özellikle kültür alanında, ortaya konan her unsur, bir meta haline almış, kitlelere satılmak üzere pazarlara sunulmuştur. Kültür alanındaki bu değişimi '*kültür endüstrisi*' kavramıyla tanımlamaya çalışan Adorno ve Horkheimer, kültür endüstrisinin sınırlarına sanatı da dâhil etmiştir. Kapitalist eylemlerin en güçlüsü olan, teknik olanaklarla yeniden üretim, çağdaş sanat formlarının da vazgeçilmezi olarak ön plana çıkmış, bu dönemde ortaya konan her eser çoğaltılarak kâr amacıyla piyasaya sürülmüştür. Dolayısıyla sanat eserlerindeki anlam ve içerik, ekonomik beklentilerin gerisinde kalmış, Walter Benjamin'in de ifade ettiği üzere, sanat eserinin biricik olma özelliği, eserlerin çoğaltılıp dağıtılmasıyla son bulmuştur.

Bu çalışmada kültür endüstrisinin neliği ve işlevi üzerinde durulup, kültür endüstrisinin sanat alanına, özellikle çağdaş sanat alanındaki sinema ve müziğe etkilerine değinilecektir. İlk olarak sinema ve müzikte, kültür endüstrisinin, eseri oluşturan yaratıcı özneye ve eseri tüketen tüketici özneye biçtiği roller ele alınacaktır. Bu bağlamda, kültür endüstrisinin, çağdaş sanatta üretim ve tüketim sürecinde etkin rol almaları için, her iki özneye de dikte ettiği değer yargılarını ve bu değer yargılarını belirleyen unsurları açığa çıkarmaya çalışacağız.

Yayınlanmış olduğu kitap ve makalelerle yol gösteren, çalışma süresince, bilgi, birikim ve kaynaklarını sağlayan, her zaman yanımda olan ve desteğini hiçbir zaman esirgemeyen danışmanım, Dr. Öğr. Üyesi Feyza Şule GÜNGÖR'e emekleri için teşekkürlerimi sunarım.

Fahri GÜLER

Konya - 2019



## GİRİŞ

İnsanlık tarihinde yaklaşık olarak bin yıl süren Orta Çağ, dini ve siyasi yöneticilerin yaşamla ilgili tüm kuralları belirlediği bir dönem olmuştur. İnsanlar, nasıl yaşamaları gerektiği hakkında sürekli olarak yönlendirilmiş ve uyum göstermeyenler cezalandırılmıştır. Ancak, Rönesans dönemiyle birlikte birtakım bilimsel faaliyetler gerçekleşmiş ve bu faaliyetlerde doğa, dünya ve evren hakkında yeni bilgilere ulaşılmıştır. Bu sebeple, Orta Çağ'daki dini ve siyasi kurumların insanlar üzerinde yarattıkları köleci tutumlar yavaş yavaş son bulmaya başlamıştır. Dolayısıyla bu dönemde insanlar bilmeye, öğrenmeye çalışarak, özgürlüklerini elde etmeye başlamışlardır. Aydınlanma, Rönesans ile başlayan bu sürecin doruk noktası olmuştur. Aydınlanma ile birlikte 'özne' kavramı ortaya çıkmış, özne yaşamın merkezine getirilmiştir. Öznenin yaşamın merkezine getirilmesi, ahlak, din, siyaset, ekonomi, sanat gibi tüm değerlerin özneye göre yeniden düzenlenmesi anlamını taşımaktadır. Dolayısıyla özne, bilinç sahibi, karar verebilen, yargıda bulunan, aklıyla hem dünyayı hem de kendi dünyasını değiştirebilecek güce sahip bir varlık olarak kendi özüne Aydınlanma ile kavuşmuştur.

Özne, 20. yüzyıla gelindiğinde yeni bir boyunduruk altına girmiştir. Kapitalist ekonomik sisteminin inşa ettiği yeni dünya düzeninde özneler tüm değerlerini ekonomik unsurlara göre oluşturmaya başlamışlardır. Marx'ın da ifade ettiği üzere alt yapının (ekonomi) üst yapıyı (kültürel ve sosyal alanlar) belirlediği tezinden yola çıkarak, küreselleşen ve büyüyen ekonomik olanaklar kısa sürede üst yapının belirleyicisi konumuna gelmiştir. Kültür dünyası, teknolojik olanakların gelişmesiyle standart hale gelmiş, örneğin Amerika'daki pop müzik kültürü diğer ülkelere de pazarlanarak, daha çok insana ve daha çok tüketiciye ulaşmıştır. Teknolojinin ve seri üretimin hız kazandığı yirminci yüzyılda, kitle kültürü olarak ifade edilen alan, kapitalizmin etkisiyle kültür endüstrisinin himayesi altına girmiştir. Kitlelere ait olan değerler birer metaya dönüşmüş ve tekrar kitlelere satılmak üzere piyasaya sunulmuştur.

Öznenin beklentileri ve özel yaşamı değersizleştirilmiş, piyasaların önemli derecede kâr elde ettikleri ürünler hızla üretilip, hızla tüketilme stratejisiyle ortaya

konulmuştur. Kültür endüstrisi, yeniden üretimle sanat alanına hızlı bir giriş yapmıştır. Özellikle fotoğrafın ve sinemanın icadıyla, resim ve tiyatro sanatında bir gerileme ortaya  kmıŐ, filmler ve fotoğraflar sürekli yeniden üretilip, tüm dünyaya aynı anda ulaşarak sanatın ilkesel çehresini değiştirmiştir. Yine bu dönemde, popüler kültür,  aĐdaŐ sanat alanında kendini birçok formda gösterecektir. Özellikle popüler müzik, popüler sinema filmleri, çeşitli radyo ve televizyon programları, popüler dergiler bunlara birer örnek olarak gösterilebilir. Kültür endüstrisi bu sayede üretim sürecini hız kesmeden devam ettirecektir. Ancak sanat alanındaki bu ilkesel değişim ve yeniden üretim süreci, özneyi standart hale getirmekle kalmayıp, öznenin duygu ve deneyim dünyasına hitap etmeyi de bir kenara bırakacaktır. Bu sebeple sanat eserleri, içi boşaltılmış birer meta olmaktan öteye gidemeyen, sermaye sahiplerinin ve iktidar güclerinin yoğun ekonomik uĐraŐlarının bir durağı olmuştur.

Çalışmamızda ilk olarak kültür endüstrisini oluşturan etmenleri ortaya  kartmak için, 20. yüzyılın, siyasal, sosyal, kültürel ve ekonomik koşullarına eğilmek arz edecektir. Ayrıca kültür endüstrisi kavramının Frankfurt Okulu düşünce geleneğinden  kmıŐ olması sebebiyle, Frankfurt Okulu'na değinmek, kültür endüstrisi kavramını daha iyi analiz etmemizi sağlayacaktır. Buradan hareketle 20. yüzyılın ikinci çeyreğinden itibaren başlayıp günümüze kadar gelen süreçte,  aĐdaŐ sanatta sinema ve müzik alanında oluşan eserlerin hem oluŐturulup hem de tüketilmesinde kültür endüstrisinin rolü ifade edilmeye çalıŐılacaktır. Bu bağlamda  aĐdaŐ sanatta, bir müziği veya bir filmi meydana getiren üretici öznenin ve bu eserleri tüketen tüketicisi öznenin, kültür endüstrisinin belirlenimlerine göre hareket ettiği görülmüştür. Dolayısıyla kültür endüstrisinin burada özneye çizdiği bir yol vardır ve bu yoldan yürümeyen her özne, kültür endüstrisi tarafından bir hiçlikle baş başa bırakılır.

## BİRİNCİ BÖLÜM

### 1) AYDINLANMA

#### 1.1. Rönesans'tan Aydınlanma'ya Düşüncenin Gelişimi

Antik Yunan felsefesinde doğanın anlamlandırılmaya çalışılması, Rönesans ve Aydınlanma için, tekrardan felsefenin ana temalarından biri haline gelmiştir. 15. Yüzyılda Constantinople'nin işgali, Doğu Roma İmparatorluğu'nun çöküşüne sebep olmuş ve birçok bilim insanı Batı'ya göç etmiştir. Bu durum siyasi ve bilimsel değişimleri beraberinde getirmiştir. Göç eden bazı bilim adamları, Yunan felsefesini yeniden keşfe çıkararak, düşünürlerin doğa hakkındaki görüşlerini iletirip yeni bir doğa felsefesi oluşturmaya başlamışlardır. Rönesans dönemi olarak da adlandırılan bu dönem, Orta Çağ ile Yeni Çağ arasında kalan bir zaman dilimini kapsar. 15. ve 17. Yüzyıllar arasında varlığını sürdürmüş olan Rönesans, 'yeniden doğuş' olarak değerlendirilir (Cevizci, 2009: 375).

Karanlık Orta Çağ'dan çıkmış Batı'nın nihai hedefi, seküler bir felsefe geleneği oluşturmaktır. Ön yargılardan, varsayımlardan ve dini buyruklardan sıyrılmak, matematiği, fiziği aynı zamanda deney ve gözlem yöntemlerini kullanışlı hale getirmeye çalışmak, Rönesans düşünürlerinin ilk hedefi olmuştur. Yunan felsefesinde Pythagoras ve öğrencilerinin, Hatta Platon'un da vurguladığı üzere, matematiğin dili, doğayı ve evreni derinlemesine bir incelemeye tabi tutmak için başvurulması gereken bir kaynaktır. Aynı zamanda bazı bilim adamlarınca yine bu dönemde, mantık yoluyla akıl yürütme biçimleri olan 'tümevarım' ve 'tümdengelim' yöntemlerinin tüm alanlara uygulanması gerektiği düşünülmüştür. Bu sayede, öne sürülen bir önermenin doğruluğu ve yanlışlığı ortaya konabilecektir. Örneğin 'kargalar siyahtır' gibi bir önermede bulunuyorsak, yeryüzündeki tüm kargaları gözlemlemiş olmamız gerekir, dolayısıyla burada mantık ilminin tümevarım yöntemini kullanırız. Tümevarım yönteminin savunucularından olan Francis Bacon (1561-1626), 16. Yüzyılda, *Novum Organum* adlı eserinde, bilimsel çalışmalarla ilgili görüşlerini dile getirmiş ve 18. Yüzyılda doruk noktaya ulaşan Aydınlanmanın temelini inşa edenler arasına girmiştir.

Bacon'a göre, insan akıl ve gözlem aracılığıyla çevresini anlamlandırabilir. İnsanın, akıl ve gözlem yeteneği dışında herhangi bir bilgiyi elde etmeye gücü yetmeyecektir (Bacon, 2011: 425). Bacon, doğayı anlamlandırabilmek için tümevarım yöntemini kullanmamız gerektiğini belirtir. Ayrıca, şimdiye kadar bilimsel anlamda yapılan işlerde zekânın önemi anlaşılmamış olacak ki, bilimsel önermelerin net ve tartışmasız bir biçimde ortaya konması için zekânın en üst düzeyde kullanılması gerektiğinin altını çizer. Aksi takdirde gerçeğin bilgisine ulaşamayız (Bacon: 2011: 427). Bacon'a göre duyu verileri tam anlamıyla eksiksiz ve kolayca kabul edilebilir türden değildir. Duyu verileri, donuk ve aldatıcı olabilir. Görünenin ardındaki görünmeyeni bize doğrudan veremedikleri için tek başına bilgiyi elde etme yolu olarak görülmemelidir. Immanuel Kant'ın duyu verileriyle ilgili düşüncelerinde Bacon'un da payı olduğu söylenebilir. Bacon, doğaya boyun eğmemenin yolunun 'bilmekten' geçtiğini söyler. Ona göre bilmek, egemen olmaktır. Ancak bu türden bir bilgi, tümevarım yöntemini kullanıp, elde ettiğimiz verileri aklın süzgecinden geçirerek ulaşacağımız bir bilgidir.

'Bilmek' için emin ve sağlam adımlar atılması gerektiğini savunan Bacon'un yarattığı etkiyi ilerletmeye çalışan Descartes, zihnimizde bulanık tüm bilgilerden kuşku duyarak, kuşkuya yer bırakmayacak türden açık ve seçik bilgilerin peşinde olduğunu sisteminin ilk basamağına yerleştirir. Descartes bu konu hakkında şöyle söyler: "Doğru olduğunu apaçık bilmediğim hiçbir şeyi asla doğru kabul etmemek, yani acelecilikten ve peşin hükümlü olmaktan özenle kaçınmak ve akıllı ruhuma kendini açıkça ve seçikçe sunan, şüpheye düşmeye hiç mahal bırakmayanlar dışındaki hiçbir şeyi hükümlerine dâhil etmemektir."(Descartes, 2010: 19). Bacon'un bilmek konusunda başlattığı öncülüğü kendisinden devralan Descartes'in metodik şüpheciliği, metafiziğe, daha geniş ifadeyle Orta Çağ'a büsbütün bir savaş ilanıdır. Rönesans'tan sonra 17. yüzyılda da devam eden düşünce dünyasındaki bu gelişmeler, Aydınlanma'nın yolunu açan en önemli unsurlardır.

## 1.2. Aydınlanma Nedir

Aydınlanma, kelime anlamı itibariyle, içinde bulunulan kötü, karanlık, erişkin hâle gelinmemiş gibi durumlardan sıyrılarak iyiye ulaşma, erişme, refaha erme ya da olgunlaşma hali olarak ifade edilebilir. Aydınlanma, varılması gereken bir durak değil, sürekli devam eden bir süreç olarak karşımıza çıkar. İnsan, bilgiye ulaştıkça her alanda aydınlanmaya devam edeceği için bu yüzden aydınlanmanın ulaşılacak bir sonu yoktur. İnsanoğlu var olduğu sürece de bilmeye, öğrenmeye devam ettiği gibi aydınlanma sürecini de her zaman yaşamış olacaktır.

Antik Çağ'ın, doğayı tanıma ve ona hâkim olma düşüncesi, insani kaygıların en önemlisi olmuştur. Doğa, insan için hem bir yaşam kaynağı hem de yaşamın özünü oluşturan varoluşa sahipti. Düşünürler bu çerçeveden bakarak felsefe yapmaya çalıştılar. Ancak doğa ne tam olarak tanımlanmış ne de bütün boyutlarıyla anlamlandırılabilmiş değildi. Her düşünce teorisinde doğa bir yönüyle ele alınmış ve doğanın çeşitliliği ortaya çıktıkça, yeni düşünce sistemleri gelişmeye başlamıştır. Aynı zamanda insanlar için doğa bir tehdit unsuru olarak güncelliğini daima korumuştur.

Aydınlanma, insan yaşamının değersizleştiği ve hayatın her alanını Tanrısal dogmaların şekillendirmiş olduğu Batı Orta Çağ'ının yaratmış olduğu etkilerden tamamen sıyrılma iddiası da taşır. Batı Avrupa'da ortaya çıkan Aydınlanma geleneğini, genel bir tanımla ifade etmek oldukça güçtür. Bu dönem keskin sınırlarla ayrılıp, tüm dünya için aynı kabulü gören bir yapıda olmadığı için, bu düşünce geleneğinin içinden seslenen filozofların aydınlamaya ilişkin söylemleri ve çalışmaları üzerinden konuşmamız arz edecektir. Aydınlanma; insanın özgür kalması ve aklını kullanarak şimdiye kadar bağlı bulunduğu dini, politik ve felsefi düşüncelerden sıyrılıp, aklın önderliğinde yeni bir dünya düzeni kurmayı amaçlayan düşünce geleneği olarak karşımıza çıkar. Aynı zamanda Orta Çağ Avrupa'sının dinsel karakteri ve modern felsefenin metafiziksel algısına karşı, insanlığın bir uyanışı olarak da kendini duyurur.

Orta Çağ'daki düşünce dünyası Avrupa için 'karanlık dönem' olarak ifade edilir. Bu dönemde din adamlarının tanrısal yetkilerle donatıldığına inanıldığı için insanlar onlara koşulsuz bağlıydılar. Kendilerine duyulan bu saygı ve güven ortamını korumak isteyen din adamları, tüm yetkileri kendilerinde toplamışlar, kısaca insanların sosyal, kültürel ve siyasi ortamlarını kendilerine bağımlı kılmışlardır. Bu doğrultuda insanlara düşünmeleri için alan bırakılmadığı gibi, özgür bir hayat yaşamalarının da imkânı ortadan kalkmıştır. Din adamlarına ya da din otoritelerine karşı gelen, aynı zamanda düşünce dünyasına yeni fikirler sunan insanlar ise bu dönemde ölümlerle cezalandırılmışlardır. Bu sebeplerden dolayı Batı'nın hem insanlık hem de düşünce tarihi için Orta Çağ daima ders çıkarılması gereken bir dönem olarak anılır. İslam coğrafyası ise Orta Çağ'ı 'aydınlık' olarak adlandırır. Bu dönemde aydınlanmanın ilk kıvılcıkları ortaya çıkmaya başlar. Yunanlılarla Hintlilerin eserlerini okuyup inceleyen İslam felsefesi, matematik ve bilim alanında yeni atılımlar gerçekleştirir. Öklid geometrisi ileriye taşınır ve cebirde sıfır rakamı kullanılmaya başlanılır. Tıp dünyası İbni Sina'nın eserleriyle ciddi anlamda ilerleme kaydeder. Aristoteles ve Platon'un eserleri Arapçaya çevrilir. Bu düşünürlerin düşünce sistemlerinden etkilenen bazı filozoflar, kendi düşünce sistemlerini ortaya koyarlar. Dolayısıyla İslam coğrafyası açısından 'Aydınlanma' Rönesans'tan önce başlar.

Batı toplumu, on üçüncü ve on dördüncü yüzyıllarda ortaya çıkan kapitalizmin, geleneksel üretim ve tüketim dengesini değiştirmesine ve bununla birlikte birtakım modernleştirici gelişmelere ev sahipliği yapmıştır. Rönesans devriminden önce ahlak, bilim, sanat din ile iç içeydi. Rönesans ile birlikte bu disiplinler, yapılan bir dizi çalışmalarla kendiliğinden ayrılma noktasına gelmişti. Ancak Yunan ve Roma uygarlıklarında sanatın, bilimin ve ahlak disiplininin zaten ayrı birer alan olarak değerlendirildiğini göz önüne tutarsak, Batı toplumu bu denli gelişmeleri yeni birer atılımı gibi göstererek, kendini modern batı olarak tanımlamaya çalışmıştı (West, 2005: 25). Ayrıca Roma Hukuku rasyonelleştirilip yeniden yararlanılan bir hukuk sistemi olarak yaygınlaştırılmıştı. Tüm bu gelişmeler, düşünce ve kültürel ortamın hızla değişmesine olanak sağlamıştır.

Aydınlanma'ya giden yolu inşa eden en büyük güç kapitalizmin ortaya çıkmasıdır. İnsanlar için zengin ve özgür yaşam, hayatın amacı haline getirilmişti. Kapitalist yaşamın sunduğu liberal ortamda, herkes istediği ölçüde üretim ve tüketim ağına müdahil olabilecekti. Aynı zamanda kâr güdüsünün gelişim göstermesi, bu düzeni oldukça cazip hale getiriyordu. İnsanlar, bu sayede bireysel potansiyellerini ortaya koyabilme ve en önemlisi aklını kullanarak kendi sınırlarını görebilme imkânı elde ettiler. Buna paralel olarak keşif seyahatleri, Rönesans ve Reformasyon, Batı'nın ve özellikle Batı'yı takip edenlerin düşünce dünyasını baştan sona değiştirmiştir.

Rönesans, Batı'nın uyanışı ya da yeniden doğuşu olarak adlandırılır. Bu dönem, 'Aydınlanma'ya giden yolun ilk basamağını oluşturur. İnsan, yaşamın merkezine oturmuştur, kültürel ve bilimsel gelişmeler yaşanmaya başlamıştır. Artık insanın bir dini otoriteye bağımlılığı kalmamış, insan, kendi kendini her alanda geliştirebilen bir varlığa dönüşmüştür (Cevizci, 2012: 227-228). Ekonomik alanda da kapitalizmin ortaya çıkışı bu döneme denk gelir. Artık dünyevi meseleler daha fazla önem kazanmaya başladığı gibi, matematik ve astronomi gibi alanlarda yeni atılımların yaşanması, doğayı tanıma ve ona egemen olma düşüncelerini beraberinde getirmiştir. Dolayısıyla Rönesans, insanın, doğanın ve Tanrı'nın anlamlarını ya da içeriğini birbirinden ayırmıştır. Böylelikle 'Aydınlanma'ya giden yol açılmıştır.

Modern felsefe, her ne kadar aydınlanmanın öncüsü olarak değerlendiriliyor olsa bile, Orta Çağ'ın Tanrı'sından tamamıyla arınmamış düşünce sistemleriyle kuşatılmıştı. Özellikle 'insanı' merkeze alan düşüncelerin ve bilimsel çalışmaların dünyaya yön verdiği bu dönemde, Bacon'dan sonra gelen düşünürlerde, *akıl ve evren görüşleri*, Tanrı'yla ilintili olarak sunulmuştur. İlk olarak 17. Yüzyıl Avrupasında Descartes, düşüncenin yönünü Tanrı merkezli anlayıştan insan merkezli anlayışa doğru çevirmiş olsa da, insanın zihninde bulunan bazı ideleri tanımlarken, bu idelerin ancak Tanrı tarafından zihnimize yüklenebileceğini belirtir. Descartes'e göre, ışık, sıcaklık, gökyüzü gibi bizim dışımızdaki idelerin zihnimizdeki varlığı kendimiz tarafından oluşturulabilir ideler değildir. Çünkü bizim zihnimizdeki ideler bizim gibi sonlu ve kusurlu idelerdir. Bu ideler ancak ve ancak Tanrı gibi sonsuz ve mükemmel

bir varlık tarafından bize verilmiş olabilir (Descartes: 2010). *Metot Üzerine Konuşma* adlı çalışmasında Tanrı'yı düşüncesinin ana konularından biri haline getiren Descartes'in, ruhun varlığından başlayıp, Tanrı'nın varlığına dair sunduğu delillere kadar varan düşünce sisteminde metafiziğin önemli bir yer işgal ettiğini görmekteyiz.

Descartes'ten sonra Spinoza da, düşünce sistemini Tanrı üzerinden temellendirir. *Ethica*'da, varlık teorisini ortaya koyan Spinoza, var olan her şeyin kendinde toplandığı bir ilk neden olarak sonsuz, ezeli ve ebedi tözün Tanrı olduğunu savunur. Aksiyomlarla Tanrı'nın tözsel varlığını açıklamaya çalışan Spinoza, var olan her şeyin bir özü olması gerektiğini savunur ve bu öz, yine bu öze benzer başka bir öze anlamlandırılabilir. Eğer bir nesneye yoktur deniliyorsa, o şeyin özünde varoluş vardır diyemeyiz (Spinoza, 2011: 28-29). Leibniz ise Monadoloji'de düşünce sistemini ortaya koyarken, şeylerin sonlu olduğunu, sonlu olanların da değişmez ve sonsuz bir töze bağlanması gerektiğini savunur. Bu töz ise Tanrı'dır. Tanrı töz olarak en yukarıdadır ve tektir. Herhangi bir kısıtlamaya tabi tutulamaz ve kapsam olarak en geniş düzeydedir (Leibniz, 2014: 112-113). Dolayısıyla Tanrı değişmez bir varlık olarak düşünce dünyasındaki varlığını devam ettirir. Görüldüğü üzere 17. Yüzyıl felsefe tarihinde Descartes, Spinoza ve Leibniz gibi filozoflar, Orta Çağ'ın metafizik algısından tamamen kopmuş değillerdi. Ancak Rönesans'ın vaat ettiği ortam tam olarak bunu ifade etmiyordu. Rönesans insanı merkeze alarak, aklın ışığında ilerleyen ve dünyevi olanın ön plana çıkarıldığı bir düşünce ortamını vaat ediyordu. Doğa, bilimle çözümlenirken insan da akıyla kendini bulmaya çalışıyordu. Dolayısıyla özne kendini merkeze alarak çevresini bilmeye başlayabilirdi. Varlık hakkında bir ilk nedene ihtiyaç duyma, Orta Çağ'daki hem Hıristiyan hem de İslam filozofları tarafından sıkça ihtiyaç duyulan bir konuydu. Bu yaklaşımın aynısını 17. Yüzyılda Descartes, Spinoza ve Leibniz'de açıkça görmekteyiz. Ancak daha sonra David Hume ve Immanuel Kant, nedensellik ilkesine bir eleştiri getirecek ve metafizik alanına bir sınır koyacaktır.

Felsefe tarihinde *Aydınlanma Çağı* olarak adlandırılan bu dönem Avrupa'da, 17. Yüzyılın son çeyreği ile 18.yüzyılın sonlarına kadar süren bir zaman dilimini kapsar. Kavram olarak *Aydınlanmayı* geniş analizlere tabi tutarak felsefi çalışmalar

ortaya koyan İmmanuel Kant, bu dönemin *Aydınlanma* olarak adlandırılmasına en önemli katkıyı sunmuştur. Kant'a göre Aydınlanma, insanın kendi eliyle düştüğü çukurdan yine kendi çabasıyla kurtulmasıdır. Din adamlarına ve ülke yöneticilerine karşı teslimiyet duygusu, insanları gerçek yaşamın dışına itmiş ve kendi hayatlarını bu uğurda harcamalarına sebep olmuştur. Bu yüzden Kant'a göre: "kendi aklını kullanma cesaretini göster" aydınlanmanın sloganıdır (Kant, 2005: 225). Kant'a göre bin yıl boyunca boyunduruk altında yaşamış insanların, akıllarını kullanmama istekleri, kendileri hakkında her şeyi düşünen rahiplere ve hükümdarlara sahip olmalarından ileri gelmektedir. Bu sayede rahatlık içinde yaşayan insan, pasif hayatın sorumluluk getirmedığı bilinciyle yaşamını sürdürmüştür (Kant, 2005: 226). Kant, boyunduruk altında yaşayan insanların, gaflet uykusunda olduklarını belirtir. İnsanların kendileri adına karar veren ve nasıl bir hayat yaşamaları gerektiğini ifade eden bu yöneticilerden kopması, kolaylıkla değişebilecek bir durum değildir.

Kant, aydınlanmanın artık vesayet altında bulunmaktan vazgeçmekle mümkün olacağını savunur. Ayrıca Kant, var olan yönetimin boyunduruğu altında olmayı ve dini karakterlerin emirlerine göre davranmayı kişilik haklarının ihlali olarak görmüş ve aklın kullanılmamasını bir tehlike olarak görmüştür. Kant'a göre çevremizdeki birçok kurum ve kişiler düşünmeden itaat etmemiz gerektiği konusunda bizi baskılar. Örneğin, subay: 'Düşünme! Eğitime devam et.' dediği gibi, bir maliyeci de vergi konusunda: 'Düşünme! Sadece öde' der. Dolayısıyla aklımızı kullanmamamız konusunda birçok etkenle baş başa kalırız. Kant, bu durumdan sıyrılmanın yegâne yolunun özgür olmaktan geçtiğini ifade eder. Özgürlük, aydınlanmanın ön koşuludur. Özgürlükle aydınlanma arasında sıkı bir bağ vardır. Aydınlanmak için, özgür bir beden, özgür bir ruh ve özgür bir akla ihtiyaç vardır. Özgür olmayan insan, aklını kullanabilme cesaretini hiçbir zaman gösteremeyecektir. Kant içinde bulunduğu çağın bir aydınlanma çağı olup olmadığıyla ilgili soruya yanıt olarak; bir aydınlanma çağına doğru gidiş olduğunu ancak içinde bulunulan çağın tam olarak aydınlanma çağı olmadığını dile getirir.

İngiliz düşünürlerinin başlatmış olduğu bu süreci, İskoç, Fransız ve Alman düşünürler devam ettirir. Aydınlanma, Avrupa'da sanayi devrimi ile başlayan, yeni

kültürel, sosyal ve politik gelişmeleri, gündelik hayata yansıtma gayesi taşıyan düşünce yapısına verilen ad olarak karşımıza çıkar. Aynı zamanda yaşamın her alanına ‘aklın’ öncülük etmesi gerektiği fikrini de içinde barındırır (Cevizci: 2017). Aydınlanma, Antik Çağ’dan önceki dönemde mitolojik öğelerin ve Orta Çağ’daki dini yapı ve hükümlerin etkili olduğu bu anlayışlar bütününden tamamen kopuşu ve aklın hâkimiyeti esas alınarak daha özgür ve daha iyi bir yaşamı amaçlıyordu (Çiğdem: 1993). Ahlak, sanat, felsefe ve bilim gibi birçok alanda düşüncenin özgür bir ortama kavuştuğu bu dönemde, kısa sürede toplumsal yapıda da değişimler görülmeye başlandı. Kısaca hürriyetine kavuşmuş insanın kendini yeniden keşfetme süreci yaşadığını söyleyebiliriz.

Aydınlanma, akli ve doğru bilgiyi önemseyen, yeryüzündeki tüm faaliyetlerin ve ilimlerin dinin kuşatıcı etkisinden uzaklaştırılması gerektiğini düşünen insanlar sayesinde hedefine ulaşmıştır. İnsanların, özgür olmadıkları bir yaşamın içerisinde Tanrı’nın buyruklarını yerine getirmekten başka bir işe yaramayan varlıklara dönüştüklerini düşünmeleri, aydınlanmanın bir süreç olarak başlamasının nedenleri arasında ilk sıradadır (Skirbekk-Gilje, 2014: 316). Dolayısıyla aklını ve bedenini kiliseye ya da din adamlarına emanet edenler, herhangi bir düşünce faaliyetinde dahi etkin rolde bulanamamışlardır. Orta Çağ’daki din adamlarının, insanların ‘bilme isteğini’ ve merak duygusunu daha fazla bastıramamalarının sebebi, insana ve doğaya dair yaptıkları metafiziksel açıklamaların yeterli bulunmaması ve çoğunun boş inançtan ibaret olmasıdır.

Aydınlanmayı, sadece sanayi devrimiyle birlikte değişim gösteren toplumsal düzenin ve yaşam koşullarının sonuçlarından biri olarak görmek yeterli bir yaklaşım olmayabilir. Nitekim 1453’ten sonra başlayan Yeni Çağ’da bir dizi bilimsel ve toplumsal gelişmeler, aynı zamanda insanın, yeryüzündeki anlam ve değerinin tartışılmaya başlanması, aydınlanmaya önemli katkılar sunmuştur (Gökberk, 2012: 289).

Skirbekk ve Gilje, Aydınlanma düşüncesinin başlıca unsurlarını şöyle sıralamaktadır:

"İnsan doğası gereği iyidir. İnsan yaşamının amacı bu dünyada iyi olmaktır, bir sonrakinde kutsanmak değil. Bu amaç, insanın tek başına bilimi kullanmasıyla gerçekleştirilebilir (bilgi, güçtür). Bu amaca ulaşmada en büyük engeller cehalet, hurafeler ve hoşgörüsüzlüktür. Bu engelleri aşmak için (devrim değil) aydınlanmaya ihtiyacımız vardır. Daha fazla aydınlanmayla birlikte insan daha ahlaklı olur. Şu halde aydınlanma sayesinde dünya ilerleyecektir" (Skirbekk-Gilje, 2014: 316).

Orta Çağ'da insan, günahkâr bir varlık olarak dünyaya atılmış ve bu dünya insanın günahlarının bedelini ödeyeceği bir yer olarak tasvir edilmiştir. Ancak Aydınlanma, hem insanı bağlı bulunduğu bu kader anlayışından kurtarmış, hem de dünyayı sanıldığığının aksine bir yer olduğunu göstermiştir. Aydınlanma'nın en yüce hedefi, 'dünyanın büyüsunü' bozmak, efsanelerden ve kuruntulardan insanlığı, kısaca dünyayı kurtarmaktır (Adorno- Horkheimer, 2010: 160). Doğüstü ve insanüstü birçok varlığın ve düşüncenin hüküm sürdüğü yaşam biçimlerine köklü bir eleştiri getiren Aydınlanma, insanı var olana, şu an itibariyle yaşamış olduğu deneyime yönlendirir. Olayları, nedenleri, ya da şeylerin varlığını, gizli güçlere veya aşkın varlıklara dayandırma inancı, Aydınlanma ile son bulacaktır. Yukarıda da değindiğimiz üzere, insanın ve en önemlisi 'aklın' öneminin artması, Rönesans ile başlar, Aydınlanma ile doruğa ulaşır.

Aklın özgürce kullanımının yansımaları çok geçmeden bilim dünyasına olumlu yansımaya başlamıştır. Galileo ve Newton'un geliştirmiş oldukları bilimsel faaliyetler, Tanrı'nın her şeyin merkezinde bulunduğu anlayışın yerine insanı merkeze alan bir anlayışı beraberinde getirmiştir. İnsan, aklını kullanarak doğayı, dünyayı, evreni anlamlandırabilir hale gelmiştir. Ancak bu anlamlandırmayı yaparken deneyin gözlemin ve matematiğin yardımına ihtiyaç duyduğumuzu belirten Newton, aynı zamanda doğa yasalarına da ancak bu yollarla ulaşabileceğimizi söyler.

17. Yüzyıl felsefesinin Descartes ile başlayan süreci Spinoza ve Leibniz'in düşünceleriyle devam etmiştir. Ancak daha önce de belirttiğimiz gibi bu düşünürlerin metafizikle olan bağlantısı, adını İngiliz duyumculuğu olarak da telaffuz edebileceğimiz düşünürlerin eleştirisine sebep olmuştur. Bu eleştirilerin en büyük

sebebi de Orta Çağ düşünce dünyasının tamamına egemen olan metafiziğin 17. Yüzyıla gelindiğinde dahi terk edilememiş olmasıdır. Öncelikle John Locke, Descartes'in, zihinde doğuştan bir takım idelerin var olageldiğini belirten görüşüne karşı çıkmakla başlar ve zihni boş bir levhaya benzeterek felsefenin o yüzyıldaki çehresini değiştirecek yeni bir hamle yapar. Locke, doğuştan zihne kazılmış idelerin olmadığını çocuklar ve budalalar üzerinden örneklendirmeye çalışır. Eğer zihinde birtakım bilgiler doğumla birlikte gelseydi çocuklar ve budalalar bu bilgileri kullanırlardı. Ancak görüyoruz ki, hem çocukların hem de budalaların hayata dair görüşleri veya düşünceleri yoktur. Budalalar hayatın tüm anını bu şekilde yaşayacaklardır ama çocuklar daha sonra deneyimleyerek öğrenme sürecine dâhil olacak ve bu doğrultuda fikir sahibi olabileceklerdir (Locke, 2004: 73).

Düşünürlerin ortak çabası, akıllı, deneyimi ve matematiği kullanarak doğru bilgileri elde etmeye çalışmak ve bu bilgileri kullanarak insanlığın ilerlemesini sağlamalarıdır. Doğa başlı başına mücadele edilmesi gereken bir unsur olarak varlığını sürdürürken, onun yasalarını çözmeye çalışmak, bilimin alanında gibi görünse de, felsefe bilimin pusulası görevini üstlenir. Nitekim yönelinen konu hakkında varsayımlarda bulunmak ya da bir konuyu araştırılmaya değer kılmak, felsefenin sıklıkla yaptığı bir uğraştır. Felsefe, merak etmenin, bilmek istemenin başlangıç evresidir. Dolayısıyla aydınlanmanın yolu felsefeden geçer.

Aydınlanmayı, sadece bilimin ve felsefenin ışığında gerçekleşmiş bir olgu olarak görmemek gerekir. Ekonomik, siyasal, toplumsal ve kültürel değişimlerin boyutu da en az felsefe ve bilim kadar önem taşımaktadır. Sanayi inkılâbı, dünyanın ekonomik ortamını baştan sona değiştirmiş, aynı zamanda kültürel ve toplumsal değişimlere de yol açmıştır. Köyden kente göçün, zengin ve yoksul sınıfın yanında orta sınıfın oluşması, şehir hayatının cazip hale gelmesi ve uzak ülkelerden gelen iş gücünün topluma katılarak kültürel etkileşimi doğurması, sanayi inkılâbının çok yönlü bir olay olduğunun göstergesidir.

### 1.3. Aydınlanma'da Akıl ve Özne

Öncelikle özneyi tanımlamak gerekirse, 'aklını kullanabilen, yargıda bulunan, tercih yapan ve kısaca farkındalık sahibi' bir bilinçtir diyebiliriz. Bilimsel çalışmaların hız kazanması ve felsefenin özneye doğru yol almasının, aklın ve aydınlanmanın oluşumuna önemli derecede katkı sağladığını belirtmiştik. Kendi kimliğini bulmaya doğru yola çıkmış olan özne, önce dünyadaki konumunu ortaya koymaya çalışmış, daha sonra çevresini anlamlandırma işine girişmiştir. Öznenin oluşumuna katkı sağlayan unsurları sıralamak gerekirse de ilk iki sıraya Batı'da modern bilimin gelişmeye başlaması ve felsefenin Orta Çağ'ın karanlığından sıyrılması denebilir. Modern felsefede özne, Descartes için maddi ve manevi töze sahipti. Özne, manevi olarak Tanrısal bir güce bağlı olmanın yanı sıra, maddi olarak da doğanın yasalarına bağlıydı. Ancak Descartes'in 'ben' dediği şey, beden olmasa da kendinden bir şey kaybetmeyecek olandır. Ve Descartes ben algısını ilerleterek '*cogito ergo sum*' a varır. Her şey ortadan kalksa bile 'benlik bilinci' varlığını sürdürecektir bir şeydi. Özne, evvela varlığını bu bilinçle kanıtlayacak olacaktı. Ancak öznenin varlığının ortaya konması için de düşünme eyleminin akıl tarafından gerçekleştiriliyor olması, aklın ve öznenin birlikte anlam kazandığının bir göstergesidir. (Descartes, 2010: 32-33). 18. Yüzyıla geldiğimizde ise Kant, akli belirli kategorilere böler ve aklın sınırlarını ve işlevlerini ortaya koymaya çalışır. Özneyi ise ödev ahlakına göre eylemde bulunması gereken bir konuma oturtur. Ödev ahlakı, hiçbir koşula bağlı olmaksızın salt iyinin eyleme dökülmesini ifade eder. Dolayısıyla özne, kendi doğruları ve kendi iyilerinden vazgeçmek zorunda kalır. 19 yüzyıla geldiğimizde ise Hegel, akli ve özneyi idealist bir konuma taşır. Tin olarak adlandırdığı olgu, Tanrı olarak bilinir. Tanrı bize kendini tam karşısında bildirir, yani dünyada. Ve tüm evrende tinin akli iş görür. Öznenin varlığı da tinden gelmiştir ve tekrar tine dönecektir (Hegel, 1995: 56-57). Akıl ve öznenin Aydınlanmadaki konumu, Hegel ile birlikte tekrar idealist alana doğru kaymıştır.

20. Yüzyıla geldiğimizde ise Frankfurt Okulu temsilcilerinden Adorno ve Horkheimer'in akıl ve özne hakkında bir dizi eleştirilerde bulunur. Dellaloğlu'nun ifade ettiği üzere Frankfurt Okulu'nun en güçlü yanlarından biri, aydınlanmayı yeni

baştan yazmalarıdır. Getirdikleri toplumsal eleştiri, bir bakıma modern aklın eleştirisidir. Adorno ve Horkheimer için aydınlanmanın kendi kendisini imha etmesindeki en temel sebep, aklın, niteliksel olarak özdeş olmayan şeyleri, niceliksel olarak eşitlemektir. İkinci bir neden ise özne ile doğa birbirinden kesin çizgilerle ayrılmıştır. Mitoloji özneyi doğaya tabi kılarken, aydınlanma ise doğayı özneye tabi kılmıştır. Bu mutlak ayırım insanın içinde var olduğu doğayı kendisine tamamen dışsal bir unsur olarak algılamasına yol açmış, bu da doğanın özne için şeyleşmesine neden olmuştur (Dellaloğlu, 2003: 20-21). Adorno ve Horkheimer'e göre aklın hesaplamalarına ve ölçütlerine uymayan her şey Aydınlanmada kuşkuyla karşılanmıştır. Aydınlanmanın totaliter bir yapıda olduğunu düşünen bu filozoflara göre akıl, herkesi ve her şeyi eşit derecede algılar noktaya getirilmiştir (Adorno- Horkheimer, 2010: 22).

Doğadaki her nesnenin metalaşmasına sebep olan aydınlanma aklı, öznenin doğa üzerindeki hâkimiyetini arttırmış, kapitalizmin de etkisiyle endüstriyel kültürün doğadaki her zerreyi, kar amaçlı kullanacak olmasının önünü açmıştır. Burada bahsettiğimiz özne, sermaye sahibi olanlar ve iktidar gücünü elinde bulduranlardır. Ancak onların da maddeleşen doğayı ve doğadaki her unsuru kâr elde etmek için kullanmaları, endüstrinin içine nüfuz etmeleri sonucunu doğurmuştur. Yine Dellaloğlu'na göre, Aydınlanma ile birlikte doğaya nüfuz etmek ve onu anlamlandırmaya çalışmak, ona egemen olmayı ve doğayı nesne konumuna dönüştürmeyi de beraberinde getirmiştir (Dellaloğlu, 2003: 21).

#### **1.4. Adorno ve Horkheimer'in Aydınlanma Eleştirisi**

Aydınlanma, -ikinci paylaşım savaşına kadar olan dönemde-, özneyi ve aklı, her şeyi tahakkümü altına alan bir yapı olarak tayin ettiği için, Adorno ve Horkheimer tarafından eleştirilmiştir. Akıl, her değer üzerinde bir noktaya yerleştirilmiş ve doğanın kendisi de dâhil olmak tüm pozitif bilimlerin kaynağı olduğu gibi sosyal ve kültürel olguların da belirleyicisi konumuna getirilmiştir. Bu bağlamda Adorno ve Horkheimer, aydınlanmayı mitolojiye geri dönmek olarak

tanımlamış ve akli ideolojik bir unsura çevirdiği için aydınlanma fikrini eleştirmişlerdir. Aydınlanma düşüncesini ele aldıkları kitabın önsözünde aslı niyetlerini açıklarken şu ifadelerle yer verirler: "*Aslında amacımız, insanlığın gerçekten insani olana ulaşmak yerine neden bir tür barbarlığa battığını anlamaktan fazlası değildi*" (Adorno – Horkheimer, 2010: 10).

Adorno ve Horkheimer'e göre aydınlanmada sayılar önemlidir, özellikle 'bir'e bağlanamayan hiçbir şey gerçek değildir. Bu durum, Antik Çağ'dan 20. Yüzyıla kadar varlığını sürdürmüştür. Birçok filozofun ontolojisinde her şeyin 'bir' olana bağlanması gerektiği düşünülür. Tüm canlılar, doğa, dünya ve evren, kısaca var olan her şey 'bir' den ortaya çıkmıştır. 'Bir' ile kastedilen şey Tanrı ya da tözdür. Felsefe tarihinde çok sık rastladığımız bu düşünce aydınlanmada da kendini gösterir. Adorno ve Horkheimer'e göre bu tutum, yaratıcı çokluğunu ve niteliklerin fazlalığını ortadan kaldıracaktır. (Adorno- Horkheimer, 2000: 24). Adorno ve Horkheimer, aydınlanmanın totaliter bir yapıda olduğunu savunur. Aydınlanma bu totaliterliğini en çok doğa alanında ortaya çıkartır. Aydınlanmada doğa çözümlenmeye çalışılırken matematik kullanılır ve doğayla ilgili her şey matematiksel formüllere indirgenir. Bu hususta matematiğin verdiği her sonuç hakikatmiş gibi algılanır. Dolayısıyla aydınlanmada, doğa ya da dünya hakkındaki hakikatleri bize sadece matematiğin sunabileceği görüşü hâkimdir. Bu yaklaşım da Adorno ve Horkheimer'e göre peşin bir hüküm niteliği taşır (Adorno-Horkheimer, 2000: 45).

Adorno ve Horkheimer'in '*Aydınlanmanın Diyalektiği*' adlı eserinde, Aydınlanmanın sonunu getiren şeyin aydınlanmanın kendisi olduğunun altı çizilir. Eserin temel düşüncesi, efsanelerin hükmüne son veren ve doğayı anlamlandırma çabasına giren aklın, her şeyin üstünde bir değer olarak kutsallaştırılmasıdır. Dolayısıyla akla bu türden bir yaklaşım insanlığı mite tekrardan götürmüştür. Adorno'ya göre:

"Aydınlanmış akıl, tikeli evrensel içinde tümel olanla eşit tutar. Kapsayıcı ya da araçsal akıl, şeylerin kendine özgü niteliklerini, onlara duyusal, toplumsal ve tarihsel biricikliklerini veren özelliklerini göz ardı eder; öznenin amaçlarına ve hedeflerine, kendini korumaya odaklanır. Böylesi bir akılsallık, birbirine

benzemeyen (eşit olmayan) şeylere benzer (eşit) muamelesi eder, nesnelere öznelere (düşünsel olmayan dürtüleri) içinde eritir. Bu eritme, kavramsal düzlemdeki tahakkümdür. Amacı, kavramsal ve teknik hâkimiyet sağlamaktır. Kapsayıcı akılsallık, akılsallığın tamamı olarak görülmeye başladığında, tikel olanın kendi başına idrak edilme imkânı ortadan kalkar ve aydınlanmış aklın yola çıkma nedeni olan amaçların önü tıkanır. Tikeller hakkında hüküm vermenin ve araçlarla amaçlar hakkında akli düşünmenin olanağı kalmayınca, insan amaçlarını gerçekleştirmenin aracı olması gereken akıl, başlı başına bir amaç haline gelir, böylece Aydınlanma'nın asıl amaçları olan özgürlüğün ve mutluluğun aleyhine işlemeye başlar" (Adorno, 2007: 14).

Kapitalist sistemin birtakım prensipleri vardır. Bunların ilki, tüm üretim aygıtlarını piyasanın hizmetine sunmaktır. Bu sistemde, üretimi yapılan her ürün, kişilerin ya da toplumların istek ve beklentilerine göre değil, parasal getirisine göre değerlendirilir. Herhangi bir ürünün satış rakamları, satıcının hedeflediği ölçüde değilse, o ürünün piyasada yer bulması olanaksızdır. Dolayısıyla her ürünün değerlendirilmesinde tek bir kıstas vardır, o da satış rakamlarının yüksek olmasıdır. Bu yaklaşım, diğerlerinden farklı değerlere ve işlevselliğe sahip olan ürünlerin, görmezden gelinmesine ve gerçek manada herhangi bir işlevselliğe ya da değere sahip olmayan ürünlerle ortak bir paydada birleştirilmesine yol açar. Adorno'nun da ifade ettiği üzere, kapitalist düzende tüm ürünler kâr getirisine göre eşit tutulduğu gibi, aydınlanmış akıl da birbirleriyle ilgisi dahi olmayan şeyleri aynıymış gibi gösterir. Bu durum, birbirinden farklı şeylerin özsel niteliklerinin es geçilmesine sebep olacaktır (Adorno, 2007: 15).

Bu bozulmuş düzen, açık baskı ve çıplak tahakküm biçiminde kendini göstermediği için, ancak genel ile tikeli birbirine özdeş kılar. Bu birliği aldatıcı kılan şey, gerçekleşmemesi değil, tikellik unsurunun kendisinin aldatıcı olmasıdır. Bu nedenle diye söze başlayarak kültür endüstrisinin ortaya çıkışında aklın ve aydınlanmanın rolünü dile getiren Adorno ve Horkheimer: "Kültür endüstrisi, tikellik ve bireysellik olarak görünen şeylerin gerçekte öyle olmadığı, sistemin her şeyi kuşatan birliğine karşı bir direniş noktası olarak beliren şeyin anında sistemle bütünleşip bastırıldığı fikri üzerine kuruludur. Kültür endüstrisinin tikel ile genel

arasında kurduğu sahte birlik, ancak kültür endüstrisinin tipik ürünleri ile özerk sanatnkiler arasındaki karşıtlık aracılığıyla ortaya konabilir" (Adorno, 2007: 20).

Görüldüğü üzere, tikel olan ile genel olanı birbirine özdeş kılma, aydınlanma düşüncesi ile birlikte ortaya çıkan kapsayıcı akılsallığın, birbirine benzemeyen şeyleri eşit olarak değerlendirmesi, tikel olanın duyusal, tarihsel ve toplumsal özelliklerini yok ederken, az önce de ifade ettiğimiz gibi kavramsal düzlemde tahakküm sağlar. Kültür endüstrisi de mübadele uğruna tikel ile genel arasında sahte bir birlik fikri oluşturur. Dolayısıyla aydınlanmanın amaç haline getirdiği akıl, özgürlüğün ve mutluluğun aleyhine işlemeye başlar. Bu bağlamda aydınlanmayla birlikte aklın tahakküm gücü kültür endüstrisinin oluşumuna sebebiyet vermiş, sanatsal üretim faaliyetlerinde de artık eserlerin tek bir tema altında birleştirilmesi gerçekleşmiş, eserlerin duyusal ve amaçsal yönlerinin içi boşaltılmıştır. zerk sanat, nasıl ki şeylerin içsel yönlerini, duyusal ve amaçsal ifadelerini dikkate alıyorsa, kültür endüstrisinin ortaya koyduğu ürünler ise tamamen tek tipleştirilmiş, sadece satılabilir ürün olarak bir değere sahip olmuştur. Aklın aydınlanma düşüncesindeki rolü olan, tikeli ve geneli eşitleyici, tahakküm altına alıcı tavrı, kapitalizmin etkisiyle kültür alanına sıçramış, böylece ortaya konan her ürün bir meta olarak bütünleştirilmiş ve ağdaş sanat alanındaki tüm formlar tahakküm altına alınarak, birer ticaret nesnesi haline getirilmiştir. Bu bağlamda özne aydınlanmanın etkisiyle kendi aklının sarsılmaz gücüne itaat ederek, duyusal ve duygusal alanının anahtarını akla emanet etmiştir.

## İKİNCİ BÖLÜM

### 2. KÜLTÜR VE KÜLTÜR ENDÜSTRİSİ

Kültür endüstrisi kavramı, ilk olarak İkinci Dünya Savaşı sonrası Horkheimer ve Adorno'nun yazdığı '*Aydınlanmanın Diyalektiği*' adlı kitapta kullanılmaya başlanmıştır. Bu kavram, kitle kültürü kavramı yerine kullanılmış ve kültürün endüstrileşmiş olduğunu ifade etmek amacıyla ortaya atılmıştır. Bu kavrama tez çalışmamızın ikinci bölümünde detaylı olarak ışık tutulacaktır. Ancak öncesinde kültür kavramının tanımına bakmak ve Kültür Endüstrisinin çıkış noktası olarak Frankfurt Okulu'na değinmek, yazımızın temel savını ortaya koymak için faydalı olacaktır.

#### 2.1. Kültür Kavramı

Bir kavramı ya da bir nesneyi tanımlamaya çalışmak, onun kesin bilgisine ulaştığımızı bize düşündürülebilir. Ancak buradaki amaç; bilgiye ulaşmayı hedefleyen zihni önsel olarak tatmin etmektir. Zihin, müphem bir noktaya nüfuz ettiğinde bilme isteği ortaya çıkar. Tanımlar, ilk aşamada bu isteği kolayca yerine getirebilen araçlardır. Ancak bazı kavramların tanımı yapıldıkça, kavrama ilişkin net bir açıklamaya ulaşılamayabilir. Bu kavramlardan biri de kültürdür. Kültür kavramı üzerine antropologların, sosyologların ve filozofların tanımları oldukça fazladır. Bir araştırmaya göre son yarım asır içerisinde kültüre ilişkin 164 tane değişik tanım yapılmıştır ve bu kadar fazla tanımın yapılmış olması, kültür kavramının net bir biçimde ifade edilemeyeceği görüşünü doğurmuştur. Kültür kavramına ilişkin tanımların fazlalığı kültürün anlaşılmaz doğasından değil, anlam zenginliğinden kaynaklanmaktadır (Köktürk, 2006: 11-12).

Kültürün çok anlamlılığı, problematik bir alan olarak karşımızda dururken, kültürün doğasına ilişkin birçok noktayı içine alan genel-geçer bir tanım üzerinden uzlaşılabilir gibi görünse de, yüzlerce tanımdan her biri farklı disiplinlerdeki kişiler ya da kurumlar tarafından oluşturulmuştur. Örneğin bir sosyoloğun kültür tanımıyla bir antropoloğun kültür tanımları ayrı noktalar üzerinde yoğunlaşacaktır. Dolayısıyla

kültür, her disiplin için farklı bir öneme sahiptir. Kültür, sözcük olarak '*Cultura*' dan gelmektedir. Latin dilinde sürmek, ekip biçmek anlamlarında kullanılmıştır. 1800'lü yılların sonlarıyla 1900'lü yılların başlarında İngiliz ve Fransız toplumları, uygarlık kavramını kültürün yerine kullanıyorlardı (Güvenç, 1979: 96).

M.Ö. 1. Yüzyıl ile Aydınlanma dönemi olarak ifade edilen 1700'lü yıllara kadar kültür, tekil bir kavram olarak kullanılmıştır. Aydınlanma yüzyılının son çeyreğinde ise kültür, çoğul anlamda da kullanılmaya doğru bir geçiş süreci izler. Bir milletin sahip olduğu maddi ve manevi bütün unsurlar kültür kavramına içkin hale gelmiştir. Milletlere ait mimari yapılardan, insanlar arası ilişkilere kadar tüm yaşam unsurları kültürün içine dâhil edilmiştir. Kültürü, günümüzde de çoğul anlamda kullanırız. Türk kültürü, Batı kültürü, İslam kültürü vb. (Özlem, 2008: 154).

Kültür, ihtiyaçlara göre şekillenir ve bir toplumu diğer toplumdan ayıran bir sistem olma özelliği taşır. Kültürden yoksun herhangi bir insandan bahsetmenin mümkün olamayacağı gibi, kültürün de, dönemin şartlarına ve zamana göre değişkenlik göstermemesi mümkün değildir. Özellikle günümüzde sahip olunan imkânlarla, farklı kültürlerle sahip milletlerle kolayca iletişim kurabiliyor ve karşılıklı olarak kültürel etkileşimlerde bulunabiliyoruz. Bu durumda ilgi gösterdiğimiz ya da beğendiğimiz öğeleri yaşantımızın içine dâhil ederek, zamanla bu öğeleri kültürümüzün bir parçası haline getirebiliyoruz. Dolayısıyla 'kültürel etkileşim' ve 'kültürel değişim' unsurları küreselleşen günümüz dünyasında daha hızlı ve kolay gerçekleşmektedir.

Bir toplumun kültürü, o toplumun insan tanımını da içinde barındırır. Aynı zamanda kültürün 'insan' tarafından oluşturulduğu da bilinmektedir. İnsanı kültürden, kültürü de insandan ayrı olarak değerlendirmek mümkün değildir. Bu tanımlardan yola çıkarak, kültürün felsefesine ulaşmak mümkündür. Kültürün tanımlarını, gelişimini ve gösterdiği değişimleri, sorgulayıcı bir bakış açısıyla ele almak, kültür felsefesinin alanını işaret eder. Örnek olarak, popüler kültür, modern kültür ya da çağdaş kültür gibi adlandırmalar, felsefi bir bakış açısıyla oluşturulmuş kavramlardır. Hem sahip olunan kültürün taşıyıcısı olan hem de kültürün değişip, gelişmesini sağlayan insanın, eylemlerini konu alır.

İngiltere’de başlayan sanayi inkılâbının toplumsal yapının değişimine zemin hazırladığı söylenebilir. Bu değişim zamanla kişinin yaşamına da baştan sona nüfuz eder. Kişinin, kendi benine ilişkin farkındalığı, yaşamdan, toplumdan ya da çevresindeki insanlardan talepleri de zamanla değişim gösterir. Hürriyet, ahlâklı yaşam ya da temel haklar yerini, para, güç, sermaye, bireysellik gibi dünyevi kavramlara bırakır. Kişi, değerlerini bu kavramlar üzerinden tekrar inşa ederek, kendi dünyasına çekilir. Kendi dünyasında da kişisel hazlarını, arzularını ve gündelik isteklerini gidermeye çalışır ve bu süreç bir döngü şeklinde devam eder. Tüm bunlar yaşanırken, toplumdan uzaklaşan kişi, ben duygusunu iyice sindirmiş ve kendini dünyanın merkezine konumlandırmıştır (Köktürk, 2006: 24). Ancak bu yeni kültürel anlayışa teslim olan kişi, Kant’ın ifade ettiği üzere, aklını kullanma cesaretini gösterememiş ve bu yapay oluşumun boyunduruğu altına girmiştir. 20. Yüzyılda kültür, tüm uluslar için ortak bir paydada popüler olma kaygısı taşıyarak şekillenmiştir.

Tez çalışmamızda ele alacağımız üzere, kültürün endüstrileşme serüveni, Birinci Dünya Savaşı’nın sonrasında kapitalist ekonomi sisteminin tüm dünyaya, özellikle Batı dünyası olarak adlandırdığımız Amerika ve Avrupa ülkelerine yayılması sonucu başlar. Kültür dünyasındaki tüm unsurlara parasal bir değer atfedilerek, uluslara ait değerler alınıp satılabilen bir konuma getirilmiştir. Kapitalist ekonomi sistemi, kültürel alanda tüm insanları eşit görerek, seri üretimle ürünleri çoğaltıp, dünyanın tüketimine sunmuş, kültürel alanın insan merkezli konumunu, para merkezli konuma taşımıştır. Kültürün öznesi olan insan, artık parasal değerlere göre anlamlandırılan sözde kültürel ürünlerin tüketicisi olmuştur. Böylelikle kültür, sermaye sahiplerinin, iktidarın ve tekeli güçlerin oluşturup, geliştirdiği bir endüstriye dönüşmüştür.

Kültür endüstrisi kavramını ilk kez ortaya atan, Frankfurt Okulu temsilcilerinden Max Horkheimer ve Theodor W. Adornu’nun düşüncelerine yer vermeden önce, sahip oldukları ekolün fikriyatını ortaya koymak, meseleyi anlamımızı kolaylaştıracaktır.

### 2.1.1. Kültür Tartışmaları

İnsanlar için yaşamın başlangıcı, kültürün de başlangıcı olarak ifade edilebilir. Kültürel ortam, bir araya gelinip oluşturulan suni bir ortam değildir. İnsanların, iklime, coğrafyaya ve doğaya karşı verdiği mücadelelerde ortaya koyduğu eylemler, araçlar ve gereçler kültürün içeriğini oluşturan etmenlerdir. Felsefe tarihine baktığımızda insan varlığının önem kazanması ya da daha doğru bir ifadeyle 'insanın' düşüncenin merkezine oturması, Rönesans ile mümkün hale gelmiştir. Kültürün gelişim göstermesi de bu sayede gerçekleşir. 18. Yüzyılda Rousseau'nun, düşünce sisteminin yapı taşlarından olan 'birey' ve 'toplum' kavramları, yine insanın ve toplumların yaşam içerisinde gösterdiği atılımların, bir değer alanı olarak incelenmeleri üzerine gelişen kavramlardır. Bu atılımlara bilim, sanat ve ahlak alanlarını örnek gösterebiliriz. Aklın mahkûmiyetinin sona ermesiyle, insanın dünya içindeki konumu bilim, sanat, ahlak ve felsefe gibi ilimlerle şekillenmeye başlamıştır. Orta Çağ insanı ile Rönesans insanı arasında oluşan en büyük farklardan bir tanesi, Orta Çağ'ın insanla ilgili olan hemen hemen her konusu Tanrı ile bağlantılıdır. Bu bağlantı, insanı hem kendine hem de doğaya karşı bir yabancılaşma serüvenine çıkarmıştır. Çünkü bu dönemde insanlığın tek gayesi Tanrı'ya kulluk etmek olmuştur. Ancak insanın, birey olarak dünya içerisinde bir değere sahip olduğunun anlaşılması ve diğer insanlarla bir araya gelerek toplumsal yapıyı inşa etmesi, insanlık tarihi için büyük bir atılımdır.

George Simmel'e göre, insan ile hayvan arasındaki temel farklardan biri, doğal düzene karşı bir kabulleniş içerisine girmektir. Hayvanlar için doğaya karşı bir kabul ve teslimiyet varken, insanlar için böyle bir teslimiyetten bahsetmenin mümkün olmadığını belirtir. Simmel'e göre insan ile doğa iç içedir. Fakat insan kendini doğaya karşıt görür. Doğayı sürekli olarak anlamlandırmaya çalışan insan, onunla başa çıkabilmenin yollarını arar. Aynı zamanda insan, doğadan birtakım isteklerde bulunur. Bazen de doğanın insanı ihlal ettiği görülür. Bu mücadele hayat devam ettiği sürece sürüp gidecektir (Simmel, 2009: 337). Daha sonra bu tartışma kendini tinin içerisinde bulacaktır. Tin sayısız yapı üretir ve bu yapılar herkesten ve her şeyden bağımsız olarak varlığını sürdürmeye devam eder. İnsanlar teknolojiyle

münasebeti sonucu, onları ya cazip ya da itici bulacaktır. Tin nesneleşerek, öznel deneyimlerin karşısına yerleştirir kendini. Bu ikiciliğin tam ortasında kültür kavramı ortaya çıkar ve ruhun kendine giden yolu ifade etmek için kullanılır (Simmel, 2009: 337). 19. Yüzyılda Hegel'in düşünce sistemi tam da bu noktaya değiniyordu. Hegel'e göre doğanın yaratılmasının hemen sonrasında insan yaratılmıştır. İnsan doğal dünyaya karşı bir zıtlık oluşturur. İnsanın iki dünyası vardır birisi doğa dünyası diğeri ise tinsel dünyadır. İnsan, tin dünyasını kendisi var eder. İnsanın, Tanrı'nın dünyası olarak tasarladığı dünya, aslında tinsel dünyadır. Tinsel dünya, insan etkin olduğu sürece etkinlik gösterir. Tin insanla ilgili olan her şeyi kapsar ve istediğini yapabilir (Hegel, 1995: 52-53). Simmel'in de ifade ettiği üzere tinsel dünya, doğa dünyası ile birlikte insanın varlığıyla anlam kazanır. Ve her iki dünya da insanla sürekli bir münasebet içerisinde bulunacaklardır.

Kültür, bilim, teknoloji, sanat ve din ile ilgili olduğu kadar insanlık tarihiyle de yakından ilişkilidir. Kültür, ilk çağda doğanın ve felsefenin ortaya koyduğu düşüncelerle ilgili olarak bir yapı ortaya koyuyordu. Orta çağda ise tanrıya ve dine ait olan birçok nesne ve olgu, orta çağ kültürünün içeriğini temsil ediyordu. Aydınlanma çağı ile birlikte aklın ve düşüncenin egemen olduğu dünyada, bilim, teknoloji, sanayi devrimi ile kapitalizm gibi ekonomik alanların ortaya çıkmasıyla kültür alanının sınırları genişlemeye başladı. Giydiğimiz ayakkabının ve izlediğimiz televizyon kanalının bile kültürel bir kimlik kazandığı günümüzde, kültür her alana yayılmıştır. Kültürü tanımlamaya çalışanlar onun hakkında genel geçer ifadeler kullanmaya çalışsalar da içinden seslendikleri çağın etkisinden kurtulamazlar.

Kültür kavramı 'halk' kavramından bile daha sorunludur. Burckhardt'ın 1882'de söylediği gibi 'kültür tarihi' belirsiz/müphem bir kavramdır. Eskiden kültür denildiğinde, 'yüksek kültür' akla geliyordu. Kültür, zaman içerisinde aşağıya doğru yayılmış, halk kültürünü de kapsamaya başlamıştır. Kültür kavramı önceleri güzel sanatlar ve bilimler olarak kastediliyordu ancak bu yaygın kullanım çok uzun sürmemiş, güzel sanatların ve bilimlerin popüler karşılıklarını 'halk müziği, halk tıbbı' vb. ifadeler kullanılmaya başlanmıştır. Son kuşakta ise kültür kavramı, evler,

arabalar, simgeler, (söyleşmek, oyun oynamak, okumak) gibi uygulamalar dizgesine gönderme yapmaktadır (Burke, 2008: 40).

Kültür kavramını felsefenin alanında değerlendiren ilk düşünür Herder olmuştur. Herder, ulusların, gündelik yaşamlarında kendilerine faydası olacak birtakım eylemlerde bulduklarını söyler. Ve bu eylemlerin sonucunda ulusların ortaya koydukları maddi ve manevi tüm öğelere kültür adını verir. Dolayısıyla her ulus veya her topluluk kendi eliyle kendi kültür dünyasını oluşturur. (Özlem, 2008: 157). Kültür tarafsız bir kavram olarak kullanılamaz. Tarihsel, özgül ve ideolojiktir. Birtakım manevi değerlerden yola çıkarak kültürün özünü ortaya koymak idealistlere göre bir tutum iken, kültürü maddeden ayrı bir alan olarak görmeyen Marksistlere göre ise ortaya konan tüm maddi ürünler kültürün konusunu oluşturur. Dolayısıyla kültür kavramını sosyolojik bir terim olarak ele aldığımızda, bağlı bulunduğu ekolün felsefi görüşünü ortaya koymak, kültürün özüne dair tanımlamaları bulmamızı da kolaylaştıracaktır (Swingewood, 1996: 51-52).

Antropolojinin ele aldığı kültür alanı, daha çok 'geleneksel' olana, eskiye dayalı insan yaşamlarını konu edinerek, kültürü tanımlamaya çalışmaktır. Kültür ortamı, daha çok eski çağlardaki insanların yaşadıkları yerli ve köylü dünyasında kendini gösteriyordu. Sosyolojinin ele aldığı kültür kuramı ise daha çok modernleşmeyle, sanayi devrimiyle birlikte değişen insan ve toplum yaşantısını içeriyordu. Modernizm ile birlikte aydınlanma düşüncesi, insan yaşamını ve toplumsal yapıyı kökünden değişikliğe uğratmıştı. Sosyoloji ise bu değişimle birlikte gelen unsurları irdelemek ve insan hayatı üzerindeki etkilerini araştırmak işine girişmiştir.

Kültür tartışmaları, sanayi ve burjuva devrimleriyle bağlantılı olarak hızlı bir şekilde, ekonomik, siyasal ve toplumsal değişimler geçiren toplumlarda kitle kültürü kavramını ortaya çıkarmıştır. Fransa'da ve 19. Yüzyıl'ın sanayileşmiş İngiltere'sinde toprak sahibi eski yönetici sınıflar, yerini burjuvaziye bırakmıştır. Yeni baskın sınıf, hegemonyasını, sivil toplumların belli başlı kurumlarına dayatmaya ve kendisine tabi tüm katmanları ideal ve pratiklerinin müttefiki haline getirmeye yeltenmiştir (Swingewood, 1996: 49). Leavis, kültürün sınıfsal bir doğası olduğunu, her dönemin

baskın kültürünün o dönemin baskın sınıfının kültürü olduğunu ve kültürün sınıfsal güç ve baskı aracı olarak kullanıldığı görüşünden bahseder.

Marksist kültür anlayışında, kültürü, maddi üretim araçlarından ayrı olarak düşünmek mümkün değildir. Marx, bu düşünceyi temellendirirken, Yunan kültüründen bahseder. Yunan kültüründe, doğa ve toplum manzaralarında demir yolu lokomotifleri, telgraf ve dolap beygirlerinin insanların hayal gücünde yer etmediğini savunur. Aynı zamanda 19.yüzyıl insanının tahayyülünde, günümüzde var olan cep telefonu ve bilgisayar gibi formlar da yer almamıştır. Dolayısıyla kültürün içerisinde maddi unsurlar önemli bir yer teşkil eder. Ancak kültür sadece maddi üretim araçlarının belirlediği bir alan olsaydı, insan-insan ilişkileri ve insan-tanrı ilişkisi belirsiz bir yapı olarak karşımıza çıkardı.

Trotsky'e göre ise kültür, insanın geçmişten beri sahip olduğu deneyimlerin tamamını ifade eder. Kültür basit olarak algılandığı gibi tüm bir yaşam tarzı değildir, insanın doğayla aktif ilişkisi sonucu gelişir. Böylece tarih ve toplum, bilim ve bilgi aracılığıyla insanı yoksulluk, cehalet ve sınıf sömürsünden kurtaracak tek araç haline gelir (Swingewood, 1996: 53). Kültürün tam anlamıyla eksiksiz olarak tanımını yapmanın mümkün olmadığını ifade etmiştik. Ancak kültür tartışmalarından yola çıkarak görmekteyiz ki, sadece maddi unsurlar ya da sadece manevi unsurlar tek başına insanları, kitleleri belirleyen güce sahip değildir. Hem doğayla hem içinde bulunulan toplumsal yapıyla sıkı bir ilişki içerisinde olan insan, aynı zamanda ürettiği araç gereçlerle de yaşamını sürdürmektedir. Tüm ihtiyaçların ve davranışların biçimlenmesi bu bütünsel koşullar altında gerçekleşmektedir. Ancak çağın öne çıkan ekonomi, sanat, bilim gibi unsurları ne kadar çok gelişirse kültürel değişimi de beraberinde getirecektir.

### **2.1.2. Kitle Kültürü**

Modern dönem ile birlikte ekonomi, bilim, teknoloji ve sanat alanındaki değişimler, geleneksel halk toplumundan modern topluma hızlı bir geçiş sağladı. Ekonomik gücü elinde bulunduran sınıfların ve iktidarın değişime uğrattığı toplumsal

düzen, insanları bütünlükçü bir zeminden ayırarak, onları bireysel olarak değerlendirme noktasına getirdi. Aynı zamanda köy ve kentlerde yaşayan insanlar arasında bir sınıfsal ayırım oluştuğu gibi, işçi sınıfıyla işveren arasında da sınıfsal bir ayırım oluşmaya başladı. Toplumsal kuramcılara göre, modernleşme ve kentleşme, sınıfların ve toplumsal farklılıkların gelişmesi, anomi ve çatışmanın artması ve aynı zamanda toplum üyelerinin birbirleriyle olan iletişim eksikliği, bir kitle toplumunu ortaya çıkarmıştır (Berger, 2014: 158-159).

Adorno ve Horkheimer'e göre kültür dünyası 20. Yüzyılda ekonomik bir düzlemde değerlendirilmiştir. Kültürel unsurlar, insanların maddi olanaklarına ve yaşantılarına göre nesneleştirilip, pazarlanmıştır. Nesneleştirilen sözde kültürel ürünlerde, kültüre içkin olarak bulunan sanatın kendini ortaya koyacağı bir alan kalmamıştır. (Atiker, 1998: 51). Kitle kültürünün, -kültürel unsurların tamamı maddi olmadığı halde-, tüm kültürel unsurları tek bir paydada maddileştiriliyor olması kültürün doğasını ortadan kaldırmaya yeterli bir nedendir.

Adorno, kitle kültüründe ikellik ve gelişimin bir arada olduğunu savunur. Kitle kültürü, kültürün ve teknik araçların gelişim göstermesine karşı engel teşkil eder. Aynı zamanda Adorno'ya göre 'popülerlik kaygısı' taşıyan sanat eserlerinin ve fikirlerin, varlıkları uzun sürmeyecektir (Adorno, 2005: 52-53). Çünkü bu kaygıyla eserin içeriğini oluşturmak, sanatçıyı ya da üreticiyi, toplumdan, insandan ve değerden uzaklaştırabilir. İnsanlar da, kendi yaşamlarından, içinde buldukları toplumdan ve yaşadıkları çağdan bir iz taşımayan bu eserleri doğrudan yadsımaya başlayacaktır. Günümüzdeki pop müziği şarkılarını buna örnek olarak gösterebiliriz. Çoğunlukla yaz mevsimlerinde popülerlik kaygısı taşıyarak üretilen bu şarkıların ömürleri, bir yaz dönemi kadardır. Sonraki yıllarda bu şarkıların isimleri bile çoğumuz tarafından hatırlanmaz. Ancak, hem bireyin hem de bireyin içinde bulunduğu toplumun duygularına, düşüncelerine ya da beklentilerine göre üretilen eserler, asırlar boyunca varlığını sürdürebilecektir. Dolayısıyla bir eserin, kalıcı olabilmesi ya da gerçek bir eser olma özelliği taşıyabilmesi için gerekli koşullardan biri, içinde bulunulan ortamın ve hitap edilen kişilerin ya da toplulukların isteklerine, arzularına ve beklentilerine kulak vermektir.

Adorno, 'kitle kültürü' yerine 'kültür endüstrisi' kavramını kullanır. Çünkü Adorno'ya göre kitle kültürü, halka ya da kitlelere ait bir kültürün ifadesiymiş gibi algılanabilir. Aynı zamanda kitle kültürü, bizzat halk tarafından oluşturulmuş bir kültür olarak da düşünülebilir. Ancak halkın bu kültürün üzerinde hiçbir emeği ve söz hakkı yoktur. Tamamıyla kitleler hedef alınarak üretilen kültürel metalara tabi olan insanlar vardır. İnsanlar endüstrileşmiş bu kitle kültürü alanında artık bir özne değil, nesne görevini üstlenmiştir. Adorno'ya göre, nefes aldığımız her anda bu kültürel egemenliğin varlığını içselleştiriyor ve bu egemenliğin varlığının devam etmesi için de emeğimizi satmak zorunda kalıyoruz (Dellaloğlu, 2003: 53-54).

Kitle kültürü, kitlelerin değil, iktidar gücünü elinde bulunduranlarla sermaye sahiplerinin, insanların tüketimine sundukları ve onları tüketmeye 'psikolojik' olarak zorladığı alana verilen ad olarak karşımıza çıkıyor. Kitleler hedef alınarak maddeleştirilip satılan her ürün, kitlelerin içinden çıkan ve onların sahip olduğu bir kültür alanı olarak gösterilmeye çalışılsa da kitleler sadece araçsallaştırılmış bir meta işlevi görürler. Frankfurt Okulu temsilcilerinden Adorno ve Horkheimer, kitle kültürü kavramına yeni bir bakış açısı kazandırarak, kültür endüstrisi kavramını düşünce dünyasına kazandırmışlardır.

### **2.1.3. Popüler Kültür**

Popüler kültür, sanayi devrimi ile birlikte başlayıp günümüze kadar gelen süreçte geçerliliğini koruyan bir alandır. Aynı zamanda popüler kültür, geç kapitalizmin etkisiyle oluşan yaygın halk kültürü olduğu için kültür endüstrisinden bağımsız olarak düşünülemez (Mutlu, 2004: 29). Gelişen teknoloji ile birlikte, kitlelerin ekonomik durumlara bağlı olarak satın alma gücünün artması, sanat ile tüketim arasındaki ayrımı da ortadan kaldırmıştır. Tüketilecek metayı, reklamlar aracılığıyla dünyadaki herkese aynı anda sunmaya başaran küresel piyasa, beğeni toplayan ürünler için daha çok reklam ve daha çok teşvik sunarak, gündemde kalmasını sağlar. Kitlelere ulaşmak için tüm iletişim araçları seferber edildiği gibi, öznenin kitleler içinde erimesine de imkân tanımış olur. Özne, kitleler tarafından bu

kadar hızlı beğenilip, benimsenen ürün karşısında daha fazla düşünemez ve kitlelerin ortak iradesine dâhil olur. Bu eylem, popüler kültürün önce kitleleri hedef aldığı açıkça ortaya koymaktadır. Popüler kültürü popüler terimiyle anlamlandırmak gerekirse, bu durumda çok sayıda kişi tarafından beğenilen hoş giden her şey popüler olarak tanımlanır (Yakın, 2004: 107).

Popüler kültür, çok sayıda insana hitap eder. Aynı zamanda popüler kültür kitle kültürü gibi bizi manipüle etmez ve her zaman elimizin altında bulunur. İstedığımız her vakit, popüler kültürü yorumlama ve dönüştürme hakkına sahibizdir (Sözen, 2004: 63). Dolayısıyla popüler kültürün katı sınırları yoktur ve bunun en büyük nedeni de halkın içinden çıkan bir yapıya sahip olmasıdır. Sanat, popüler kültürün hizmet alanına dâhil olduğu andan itibaren, içerik olarak gündelik konuların da istilasına uğramıştır. Çağın yansıtan ancak çağlar üstü niteliğe sahip olarak geleceğe de taşınan eserler, yerini gündelik konuların sıradanlığı ve geçici toplumsal olayların akışına bırakmıştır. Kitleler, yoğun bir emek harcanmadan, gününbirlik olan bu ürünlerin parasal değeriyle ilgilenip, yoğun olarak tüketme hevesiyle donatılmışlardır. Popüler kültürün seyrini belirleyen, sermaye sahipleriyle, yönetici güçler olmuştur. Üretimi sağlanan her meta, kendi içinde değerli olmadığı gibi, onlara anlam yükleyen firma sahipleridir. Daha sonra üretilen her ürün için de benzer stratejileri kullanan sistem, modası geçmiş ürünlerini tekrardan sahiplenme ihtiyacı gütmaz. Önemli olan, avangart ürünlerin hep yeni etiketiyle kitlelere, piyasalara sunulması ve bu ürünlerden elde edilecek kar oranıdır.

Popüler kültür, kitle kültüründen farklı olarak, yoğun ekonomik süreçlerden geçer. Bu ekonomik süreçlerde tespit edilen durumlar; tüketimde bulunan kişi sayısı ve ürünlerin nerede ve nasıl kolayca tüketilebilir olduğudur. Aynı zamanda üretilen her meta, eski kültürel olay ve nesnelere izler taşırsa daha kolay pazarlanır ve yüksek oranda getirisi olur. İrfan Erdoğan ve Korkmaz Alemdar'a göre:

"Popüler kültürün kaynağı sadece 'kültür endüstrisi' değildir. Aynı zamanda 'halktır, eskiden halkın olan, ama şimdi yaşamının bir parçası olmayandır.' Popüler kültürün egemen olduğu kentlerde, kaç kişi halay çekmeyi ve aşık yapmayı, ceviz oynamayı bilir? Daha kötüsü bilse bile, o onun şimdiki yaşam tarzının bir parçası değildir, sadece 'ata yadigârı' gibidir. Bu kaynak nedeniyle ve halk kültürünün popüler kültür tarafından yutulması nedeniyle, sermayenin

halktan alıp, kendi çıkarına göre biçimlendirip tekrar halka yeni biçimle sunduğu, mülkiyet ilişkilerinde gasp edilen önemli bir diğer değerdir. Halk kültürü veya folk kültürü anlamında popüler kültür artık, tutuculuğu ve karşıtlığını egemenin tanımladığı bir alana kaymıştır. Televizyondaki 'halk kültürü' artık halk kültürü değildir; popüler gösteri kültürünün bir parçası olmuştur" (Erdoğan-Alemdar, 2005: 36).

Görüldüğü üzere popüler kültür, yine halkın olanı, halka biçimlendirerek, süsleyerek ve yeniymiş gibi sunarak güncelliğini devam ettirir. Popüler kültürde kişi sürekli tüketme arzusu içinde yaşarken, sürekli değişen ürünlere de ayak uydurmak zorunda kalır. Çabuk kullanım ve hızlı tüketim popüler kültürün temel prensiplerindedir. Tüketici ürün alırken veya kullanırken özgürdür, ancak varlığını ortaya koyabilmek ve insanlar arasında bir yere sahip olmak için tüketmek zorundadır. 'Popüler pazar, tüketim sembolleri ve sloganlarıyla her daim tüketime davet eder. Kendi ürünlerine değer atfederek, tüketime katılmayanları değersiz olarak görür' (Coşgun, 2012: 842). Popüler kültür, üretilen ürünleri standartlaştırdığı gibi, bütün insanlara da standart bir gözle bakılır. Tüm insanlar tüketim çarkına katılanlar olarak görülür. Bu çarkın dışında olanlar ise, reklam ve kampanya aracılığıyla kazanılmaya çalışılır. Özellikle giyim, müzik ve eğlence sektörleri de tek bir tema üzerinden üretim faaliyetlerini yürütür. Coşgun'a göre:

"Popüler kültür ürünlerinin, popüler pazardaki sunumları ve tüketime teşvik sloganlarıyla, ihtiyacı olsun olmasın bütün insanlar tüketime davet edilir; temel ihtiyaç ile gereksiz olanlar arasında seçim yapma bilinci ortadan kaldırılır. Tüketicinin bu noktada sağlıklı karar verebilme olanağı en aza indirilmeye çalışılır. Örneğin: 'bir alana ikincisi bedava' anlayışıyla aynı anda aynı türden iki ürün tek tüketiciye sunulur. İkinci ürün popüler pazarın tüketiciye karşı bir dayatmasıdır" (Coşgun, 2012, 842).

Popüler kültürde tüketici, eleştirme ve analiz yapma yetisini meta karşısında kaybetmeye başlar. Çünkü toplum tarafından kolayca tüketilebilir ürünleri gördükçe, benzer durumları yaşamayı kendisine görev edinir ve sadece tüketime odaklanır. Bireyin bu denli aklını başından alan ürünler, günün her saati, radyo, televizyon, reklam afişleri gibi araçlarla sürekli pazarlanır. Bireyin mağlubiyeti uzun sürmez, çünkü tüketmeden toplum tarafından kabul göremeyeceğini anlar ve en basit yoldan tüketim alanına adımını atmış olur.

Tüketim sadece metaların tüketimi olarak anlaşılabilir. Ancak bütün kültürel değerlerimiz, manevi unsurlar da tüketilebilir konuma getirilir. Örneğin dinsel alandaki birçok manevi öge, somutlaştırılıp halkın tüketimine sunulur. Burada bireylerin dini duyguları kullanılarak onların tüketim alanına girmeleri daha kolay sağlanmış olur. Popüler kültür nesnelere pazarlama yöntemlerinden bir tanesi de halkın zayıf noktalarına temas ederek ürünleri tükettirmektir. Adorno'nun da belirtmiş olduğu gibi, ciddi kayıplara sebep olan bir savaşın ardından yazılan bir şarkının daha çok tüketileceğini bilen müzik şirketleri, bu konuda sağduyulu gibi görünse de iyi bir pazarlama tekniğini uygulamaktan başka bir amaca hizmet etmemektedir.

Popüler olanın yaratılmasında, diğer popüler olanlar kullanılır: Popüler sporcu, popüler sanatçı, popülerleştirilen fikirler; popüler hale getirilmiş ebeveynler, popüler televizyon kanalları ve popüler magazin haberleri bunların bir kısmıdır. Bu ürünler öznelere sunulur ve özneler bu ürünleri gündelik yaşamlarının her anında tüketmeye çalışırlar. Ve bu özneler, diğer öznelere de tüketim anlamında önerilerde bulunurlar. (Erdoğan-Alemdar, 2005: 35).

Çağdaş sanatta yeni olarak değerlendirilebilecek sanatçılar, popüler kültürden izler taşımadıklarında toplum tarafından beğeni almayacakları gibi, yaptıkları işe de sanat gözüyle bakılmayacaktır. Toplum, popüler kültürün ortaya çıkardığı her ürünü duyduğu güveni maksimum seviyeye taşımış ve sadece popüler kültür ürünlerini, her aşamada tüketme hevesiyle donatılmıştır.

## **2.2. Frankfurt Okulu**

'Frankfurt Okulu' terimi, hem aydın bir topluluğu, hem de bir düşünce sistemini ifade etmek için kullanılmıştır (Slater, 1998: 9). Frankfurt Okulu'nun düşünce temeli, 1923'te kurulan ve Frankfurt Üniversitesi'ne bağlanan Toplumsal Araştırmalar Enstitüsüydü. Felix Weil'in önemli projeleri ve zengin bir iş adamı olan babasının maddi desteği, Enstitü'nün kurulup, gelişmesinde büyük rol oynamıştır (Bottomore, 1997: 7). 1924 Haziranında resmi çalışmalarına başlayan kurumun

başlıca mimarları Felix Weil, Friedrich Pollock ve Max Horkheimer'di (Slater, 1998: 15). Enstitü'nün 'Frankfurt Okulu' olarak adlandırılmasındaki en büyük neden, Horkheimer'in Enstitü'ye müdür olarak atanmasıdır (Slater, 1998: 9). Okul'un çerçevesini belirleyip biçimlendiren, bu teorik geleneğin diğer mimarları ise: Theodor W. Adorno, Herbert Marcuse, Erich Fromm, Walter Benjamin, Leo Löwenthal, Henryk Grossman, Karl August Wittfogel, Franz L. Neumann ve Jurgen Habermas gibi önemli isimlerdir (Kızılcılık, 2008: 23).

Frankfurt Okulu düşünürleri, felsefe, ekonomi ve sanat gibi birçok disiplinin birbirleriyle bağlantılı olması gerektiğini savunur (Kızılcılık, 2008: 9). Bu düşünce, Enstitü'nün birinci dönemi olarak ifade edilecek olan Grünberg yönetimindeki Frankfurt Okulu'ndan gelir. Marksist teorilerin yoğun olarak işlendiği bu dönemin en önemli prensibi, Marksizm'in ilkelerini benimsemek ve iletmeğidir. Frankfurt Okulu, aynı zamanda felsefe ve sosyal bilim disiplinleri açısından genel olarak iki noktada önem arz etmektedir. Birincisi, modernlik fikrini ve modern toplum yapısını doğru anlamamıza imkân tanınması; ikincisi, modernliğin felsefi söylemlerini ve modern sistemin dizgesini ve aygıtlarını meşrulaştıran uzmanlaşmış sosyal bilim geleneğini sorgulamamıza yardımcı olmasıdır (Kızılcılık, 2008: 11). "Başka bir deyişle, eleştirel teori, aydınlanma, pozitivizm, rasyonalizm, kapitalizm, teknoloji ve kültür endüstrisi gibi bileşenleri bulunan modernlik sorunsalına ve onu yücelten sosyal bilim çizgisine eleştirel bakması nedeniyle incelenmeye değer bir konudur" (Kızılcılık, 2008: 11). Eleştirel kuram, modern toplumların sahip olduğu ideolojiyi, kültürü, sanatı ve genel yapıyı kendisine konu ediniş, eleştirel bir bakış açısıyla irdeler. Okul'un amacı modern toplumlara yeni bir çözüm önerisi sunmak değil, modern toplumlardaki bireylere 'bireysel farkındalık' kazandırmaktır.

Frankfurt Okulu, savaş sonrası yıllarda Batı Avrupa Marksizm'inin yeniden canlanıp biçimlenişinde başta gelen güç kaynaklarından biri olmuştur (Jay, 1989: 23). Başlangıçta, Frankfurt Toplumsal Araştırmalar Enstitüsüyle irtibatlandırılan ve Marx'ın teorisinin değerli özünü katı, içi giderek boşalan ideolojik bir öğretiden kurtarmaya çalışan bir grup teorisyenden meydana geliyordu. Bu teorisyenler, düşüncenin tarihsel olarak konumlanmış doğasına ilişkin Marksçı ve Hegelci

kavrayışın ruhuna uygun olarak, Marksizm'in çağdaş tecrübe ve koşulların ışığı altında canlandırılmasını önerdiler (West, 1998: 82-83).

Tom Bottomore, Frankfurt Okulu adlı eserinde Toplumsal Araştırmalar Enstitüsü'nün tarihini dört farklı dönemde ele alır. Birinci dönem Enstitü'nün kuruluşu ile kapatılması arasındaki dönemdir. Bu dönem 1923 ile 1933 yılları arasında kapsar. Carl Grünberg'in enstitü müdürlüğü yaptığı bu dönemde, Marksizm düşüncesinin yeniden canlandırılması fikri hâkimdi. Enstitü'nün ikinci dönemi olarak adlandırılan dönem, Horkheimer'in müdürlüğe atanmasıyla başlayan, Marcuse ve Adorno'nun üye olmasıyla pekiştirilen dönemdir. Horkheimer'in önderliğinde Okul'un düşünürleri, görüşlerini sistemli bir şekilde ifade etmeye başlamışlardır (Bottomore, 1994: 10). Enstitü'nün üçüncü dönemi, düşünce ve siyaset alanlarındaki çalışmalarla önemli bir yere sahiptir. 1960'larda radikal öğrenci hareketinin hızlı büyümesiyle zirveye ulaşmıştır (Bottomore, 1994: 11). Dördüncü ve son dönem olarak kabul edilebilecek dönem, 1970'de başlar. Horkheimer'in 1973, Adorno'nun da 1969'daki ölümünden sonra, Okul, dağılmaya başlamıştır. Ancak Okul'un düşünce dünyasına kazandırdığı bazı kavramlar birçok düşünürün eserlerinde yerini almıştır. Ayrıca Okul'un benimsediği Marksizm'in teorileri de, yine bu dönemde Jürgen Habermas tarafından özgün olarak geliştirilmeye çalışılmıştır (Bottomore, 1994: 11).

Enstitü'nün ilk müdürü olan Gerlach'ın ani ölümü nedeniyle, ikinci müdür olarak görevin başına Grünberg getirilmiştir. Grünberg, 1924 tarihli açılış bildirisinde, bilimsel bir yöntem olarak Marksizm anlayışını öne çıkarmıştır (Kızılcılık, 2008: 45). Grünberg, apaçık bir dille bilimsel bir yöntem olarak Marksizm'e ilgi duyduğunu ve Enstitü'de Marksizm'in ilkelerine göre bir yol izleneceğini belirtmiştir. (Jay, 2005: 31). Kısacası Grünberg dönemi, Ortodoks Marksizm'in enstitüye yön verdiğini açıkça göstermektedir. Öğrencilerin Grünberg yönetimindeki enstitüyü 'Marx'ın kıraathanesi' olarak adlandırmaları, bu durumun en açık delilidir (Kızılcılık, 2008: 49).

Grünberg yönetiminden sonra Max Horkheimer'in Enstitü'ye müdür olmasıyla Frankfurt Okulu'nun ilgi alanlarında değişimler başlamıştır. Okul,

Horkheimer'in yönetiminde, felsefe ve kültür alanlarına daha fazla eğilim göstermiştir (Dellaloğlu, 2001: 19). Horkheimer, felsefenin, yalnızca gerçekliğin tarihsel olarak belirlenmiş çarpıtılmalarını değil, aynı zamanda bu yoldan gerçekliğe ilişkin, özellikle de gerçekliğin zihinsel temsiline ilişkin, birçok şeyi ortaya çıkaracağına emindir (Slater, 1998: 36). Frankfurt Okulu'nun Horkheimer ile birlikte ilgi alanı da böylece belirginleşmiş olacaktır. Horkheimer, psikoloji ve felsefeye karşı yoğun bir ilgi duymuş ve bu yüzden Grünberg'in çalışmalarından farklı bir yol izlemiştir (Slater, 1998: 37). Horkheimer ile birlikte Pollock, Löwenthal, Adorno ve Marcuse çalışmalarda ağırlıklarını ortaya koymuş diğer temsilcilerdir. Daha sonra Nazilerin iktidara gelmesiyle Okul için zor bir dönemi de beraberinde getirdi. Okul'un temsilcileri Almanya'dan ayrılmak zorunda kalmışlardır. 1933 yılında Almanya'da yönetimi devralan Adolf Hitler, devlete karşı eğilimler sergilediği gerekçesiyle Frankfurt Okulu'nu kapatmış ve Horkheimer'i üniversiteden atmıştır. 1935'te California Üniversitesi'nin davetiyle Enstitü, Amerika'da tekrardan kurulmuştur (Dellaloğlu, 2001: 19).

1950'ye kadar ABD'de kalan Frankfurt Okulu, Batı Alman hükümetinin Horkheimer ve Adorno'yu davetiyle, Almanya'da Toplumsal Araştırmalar Enstitüsü olarak yeniden kurulmuştur. Aynı zamanda Horkheimer, Frankfurt Üniversitesi'ne rektör olarak atanmıştır (Dellaloğlu, 2001: 19-20). Horkheimer'den sonra, Adorno olarak adlandıracağımız Theodor Wiesergrund, resmen 1938'de üyesi olduğu Enstitünün geleceğini belirleyen en önemli kişi olmuştur (Jay, 2005: 44). Adorno, etik, estetik ve politika hakkında yazdığı kitaplarla Enstitü'nün düşünce perspektifini genişletmiştir. Özellikle Almanya'daki faşizme karşı birçok görüş belirterek çeşitli sosyolojik açılımlarda bulunmuştur. Çalışma arkadaşlarından daha çok Marksizm düşüncesinden ayrı bir yöneydi. Adorno'nun kültür eleştirisi, Frankfurt Okulu düşünce geleneğine yaptığı en büyük katkı olarak görülebilir. Horkheimer ile birlikte yayınladıkları *Aydınlanmanın Diyalektiği* adlı kitapta aydınlanmanın eleştirisiyle birlikte kültür eleştirisi de kitabın bir bölümünde ele alınır. Kitapta ilk olarak 'Kitle Kültürü' kavramı kullanılmış olsa da bu kavramın kitlelerin sahip olduğu mevcut kültürü ifade edeceği için, Kültür ve Endüstri kavramlarını bir arada kullanarak, bir kültür eleştirisi ortaya koymuşlardır. Büyük medya tekelleri ve tek boyutlu

enformasyon politikası, kitle kültürünün eleştirisinin bir kültür endüstrisinin eleştirisi olduğunu akla getirirler de, buradan kesinlikle toptan bir biçimde halkın aptallığı ön yargısında bulunmamak gerekir. Daha ziyade kitle kültürü, ciddi kültürün vicdan rahatsızlığıdır (Behrens, 2011: 122). Frankfurt Okulu araştırmalarından her halde en etkili olmuş olanı 'kültür endüstrisi' ne ilişkin araştırmadır. Burjuvazinin var olan düzeni potansiyel olarak yıkan, yüksek sanatının veya entelektüel kültürün tersine kültür endüstrisi uyumu güçlendirir. Popüler ya da maddi kültürün kapitalist üretim tarzıyla bütünleşmesi, popüler kültürü değişime uğratmıştır (West, 1998: 94-95).

### **2.3. Kültür Endüstrisi'nin Oluşum Temelleri**

*Aydınlanmanın Diyalektiği* adlı eserde ilk kez ortaya atılan 'kültür endüstrisi' kavramının tarihsel olarak ortaya çıkmasına zemin hazırlayan olayları göz önünde bulundurmak gerekir. Öncelikle Birinci Paylaşım Savaşı olarak adlandırılan, literatürde Birinci Dünya Savaşı olarak geçen savaşın asıl sebebi güçlü ülkelerin sömürge arayışıydı. Büyük oranda ham madde elde etmek isteyen ülkeler, 'daha çok üretim ve daha az para' mottosu ile çıktıkları bu savaşlarda, en çok kapitalizmin gelişip yayılmasına olanak sağlamışlardır.

Frankfurt Okulu düşünürlerinin kültür ve onun endüstrileşmesine dönük olarak kültür endüstrisi problemine odaklaşmaları, dönemin tekelleri kapitalizmi ve faşizminin yarattıkları tahribatlarla yakından ilişkilidir. Aynı zamanda eleştirel teorisyenler, 1930'lu yıllar boyunca faşizmin hızlı bir şekilde yükselişine ve Avrupa komünizmi ve sosyalizminin bütünüyle çöküşüne de şahit olmuşlardır (Kızılcılık, 2008: 331). Kültür, Frankfurt Okulu temsilcileri için her zaman önemli bir yerdedir. Ancak, Frankfurt Okulu, kültür alanıyla İkinci Dünya Savaşı'nın ardından daha çok ilgilenmeye başlamıştır. Bu duruma en büyük sebep ise; geç kapitalizmin varlığının savaş sonrasında daha çok hissedilmesidir (Dellaloğlu, 2001: 97). Mandel'e göre geç kapitalizm, kapitalizmin gelişim gösteren yeni bir evresi değildir. Geç kapitalizm dönemi, emperyalist, tekelleri-kapitalist çağın ileri bir aşamasıdır (Mandel, 2008: 55). Jameson'a göre, bu aşamada, üretim için teknolojiye en üst seviyede yararlanılmaya

çalışılır. Üretim ve tüketim aşamaları uluslararası boyutlara taşınır ve medyadan en iyi şekilde faydalanılır. Bankacılık ve borsa işlemleri artmaya başlar. Taşımacılık alanı genişler ve geleneksel iş gücü önemini yitirir (Jameson, 2008: 22). Tüm bu gelişmeler geç kapitalizmin özelliklerindedir. Marcuse, geç kapitalizmin bütünlüklü bir yapıda olduğunu belirtir. Geç kapitalizm, üretmekte olduğu ürünü kendisi temin ettiği gibi, ürünün pazarlanma işlemlerini de üstlenir. Bu düzende hiçbir 'içerik' birbirinden ayrı değerlendirilemez. Örneğin; bu düzende kültür, siyaset ve teknoloji iç içe geçmiştir (Dellaloğlu, 2001: 98). Bu alanlar, bir ürünün ortaya çıkmasında farklı görevler üstleniyor gibi görünse de, ürün, kültürel yapıdan pay aldığı gibi, siyasi ortamın beklentilerine kulak verir ve aynı zamanda teknolojinin olanaklarından da yararlanmak ister. Sonuç olarak, kültür, teknoloji ve siyaset ortak bir amaç uğruna bir araya gelir. Aynı durum dağıtım aşamasında da ortaya çıkar. Örneğin; hedef kitleye ulaşılmaya çalışılırken, kültürün bütünleştirici gücünden yararlanmak için teknolojik imkânlarla başvurmak gerekebilir. Bu durumda, kültür ve teknoloji iç içe geçer.

Birinci dönem Frankfurt Okulu düşünürlerinin çalışmalarının temel odağını oluşturan Marksizm'in de kültür endüstrisi düşüncesinin oluşumunda etkili olduğu söylenebilir. Yeni bir dünya pazarından bahseden Marx'a göre gelişen sanayiler, burjuvazinin mal varlığını ve sermayesini katladığı gibi, köylü, zanaatkâr ve birçok işçinin emeğinin sömürülmesine de sebep olmuştur. Köylerdeki ve küçük bölgelerdeki iş ortamı büyük kentlerdeki fabrikalara karşı ayakta duramamıştır. Bu yeni sistemde, evrensel bir alışveriş bağımlılığı ortaya çıkmış, maddi üretimlerin olduğu gibi, zihinsel üretimler de bir ulusun ortak malı olarak görülmüştür (Marx-Engels, 2005: 16-19). Marksizm'e göre kapitalizmin hızla yayıldığı bu ortamda iki sınıf ortaya çıkacaktır. 'Burjuvazi' ve 'Proletarya'. İlk olarak sermaye sahipleri ya da iktidar güçleri tarafından küçültülen, ya da değersizleştirilen 'Proletarya' yani emekçi sınıfının varlığı söz konusudur. Daha çok üretimin ve daha az parayla çalışmanın vermiş olduğu buhran ile hayatta kalma mücadelesi veren bu sınıfın, modernliğin inşa ettiği yenedünya düzeninde söz sahibi olmadığı da aşikârdır. Ancak asıl işçi sınıfı olarak belirtilmesi gereken 'burjuvazi' ise zengin sınıfı temsil eder.

Üretim güçlerini elinde bulunduran bu sınıf, dolaylı olarak kapitalizmin işçiliğini icra etmektedir.

Marx'ın düşüncesindeki bu sınıfsal ayrımın yanı sıra, metafizik ve kültürel değerlerin de kapitalizm tarafından değişikliğe uğratıldığı bilinmektedir. Özellikle, sahip olduğumuz her şeyi parasal bir değere indirgeyebileceğimizi düşünen kapitalizmin yarattığı en büyük etki, bir şeyin iyi, güzel ya da gerçek olduğuna karar verebilmemiz için fiyat listesi oluşturmasıdır (Berman, 1994: 156). Dolayısıyla toplumdaki bireylerin kimliğini belirleyen en önemli unsur, üretim ve tüketim süreçlerine ne kadar katılmış olduğudur. Kapitalizm, insanların değişime açık olmasını ve sürekli arzulanmasını ister. Ayrıca insanlara, arzuladıkları nesnenin peşinde koşmayı ve sürekli aktif olarak ona uymayı emreder.

Bu dönemde kültürel ürünler, kapitalizm için içi boşaltılmış bir mala dönüşmüştür. Kâr amacı güdülen sanatsal ürünlerin geçerliliğini yitirmesiyle, standart hale getirilmiş benzer ürünler ortaya konulur. Toplum tarafından kabul görmüş ve yüksek beğeni almış ürünlerin aynılarını sunmak, daha az risk taşıyarak daha çok tüketilmesine olanak sağladığı için filmler, müzikler, televizyon ve radyo programlarının birincil amacı herkes tarafından kolayca tüketilmesidir. İnsanların bireysel farklılıklarının gözetilmeden ve sahip oldukları kültürel kimliği özümsemeden ortaya konulan ürünler, duygudan ve samimiyetten de oldukça uzaktır.

#### **2.4. Kültür Endüstrisi**

'Kültür endüstrisi' kavramı, ilk kez, Horkheimer ile Adorno'nun 1947'de birlikte yayımladıkları *Aydınlanmanın Diyalektiği* adlı eserde kullanılmıştır. Kitabın yazılmaya başlamadan önceki çalışmalarında kitle kültürü ifadesi kullanılmıştır. Ancak kitle kültürünün, halkın sahip olduğu kültürün günümüzdeki bir ifadesiymiş gibi anlamlandırılabilceğini göz önünde bulunduran Adorno ve Horkheimer, bunun yerine kültür endüstrisi kavramını kullanmayı daha uygun bulmuşlardır. (Adorno, 2007: 109). Kültür Endüstrisi kavramına iki ayrı anlam yüklenebilir: İlk olarak, 'endüstri' ve 'kültür' kavramlarının birlikte kullanılması mümkün gibi görünmese de

yan yana kullanılabilir olmasının mümkün hale gelmesi. Bu durumda kültür ve endüstri birlikte kullanıldığında bir sisteme ya da düzene işaret ediyor olsa da iki kavram birbirinden ayrı değerlendirildiğinde hiçbir anlam ifade etmeyecektir. İkinci olarak kültür endüstrisi kavramının yerine de 'kitle kültürünün' tercih edilmesidir. Burada ise üzerinde durulan husus, kültür endüstrisinin oluşumunda, kitlelerin katkısının yok denecek kadar az olmasıdır (Dellaloğlu, 2001: 95). Kültür endüstrisi, halkın kendi içinde var ederek oluşturduğu bir alanı değil, dışarıdan yönetilen bir yapıyı temsil ediyordu. (Slater, 1998: 233). Tekelci kapitalizm, kültür endüstrisinin oluşumuna katkı sunduğu gibi, bu yapının devamlılığını da sağlar. Rekabetçi bir ideolojiye sahip olan tekelci kapitalizmde, büyük şirketler kâr amacı güderek, her türlü kültürel unsuru piyasaya sürmek için kıyasıya yarışır.

Adorno, daha çok kültür endüstrisinin aldatıcı yanını ön plana çıkarmış ve kültür endüstrisi ürünlerinin, herhangi bir toplumsal mesaj vermek için değil, pazara sunulmak için üretilmiş olduklarını savunmuştur (Koluaçık, 2017: 141). Dolayısıyla endüstrileşen kültür dünyası, kapitalizmin baskıcı gücüyle yeniden şekillenirken, Adorno ve Horkheimer, bu yeni kültürel oluşumun eleştirisini ortaya koymayı amaç edinmişlerdir. Adorno'nun kültür eleştirisinin kaynağını, Birinci ve İkinci Dünya Savaşı arasındaki yıllarda Amerika'da oluşan popüler kültür dalgasında ve Adorno'nun kendi yaşantısında aramamız gerekir. Bu duruma bir de Adorno'nun ifade ettiği gibi Proletarya'nın başarısızlıkla sonuçlanan direnişi eklenebilir (Jay, 2001: 164-165). Aynı zamanda kapitalizm, kültür alanına yayılarak, radyo, televizyon, sinema ve dergi gibi birçok iletişim kanalında ortak bir sistem meydana getirir. Bu sistemde, her şey standartlaşır, benzerleştirilir ve dolayısıyla anlam ikinci plana itilir. Özneyi, boyunduruk altında tutup, tüketime hapsedmek kapitalizmin ana hedeflerinden biridir.

Kültür endüstrisi, herkes tarafından bilinen unsurlara yeni nitelikler ekleyerek, halkın beğenisine sunar. Bütün alanlarda hangi ürünün kolayca rağbet görebileceğini araştıran kültür endüstrisi, planlı bir biçimde halk tarafından tüketilebilecek ürünlerin üretimine yoğunlaşır. Piyasada kolay ve çabuk tüketilebilir olanlar, her sektörün güzide ürünleridir. Endüstri, topluma mâl olmuş bu eserlerden

ilham alarak, yeniden üretime destek verir. "Kâr güdüsünün motor gücüyle işleyen kültür endüstrisi, sürekli yeni olarak sunulan; fakat standartlaşmış aynılığı tekrar eden ürünler sunmaktadır" (Okutan, 2015: 800). Üretilen her ürünün, herkes tarafından tüketilebilir olduğu bilinciyle hareket eden endüstri, müşterilerini kasten ve tepeden bütünleştirir. Artık modern kitle toplumlarında kültür, iki farklı biçimde varlığını sürdürmez. Alt kesim kültürü ile üst kesim kültürü ayrımı tamamen ortadan kalkar (Dellaloğlu, 2001: 100). Adorno'ya göre kültür endüstrisi, asırlarca ayrı olarak varlığını sürdürmüş olan alt kültür ile üst kültürün birleşmesi için yoğun bir çaba gösterir. Üst kültürde, eserlerin yarattığı etkiler spekülasyonlara maruz bırakılarak, ciddiyet yok edilmeye çalışılmıştır. Alt kültürün kendisinde barındırmış olduğu isyankârlık tavrı ise, medenileştirici telkinlerle giderilmeye çalışılır (Adorno, 2007: 110). Alt kültür ve üst kültür ayrımı, kültürel zenginliğin, yaşamsal birikimin ve daha da önemlisi özgül hayatların bir sonucudur. Örneğin, alt kültürün oluşumunda sokakların, yoksulluğun ve kolektif yapının etkisi varken, üst kültürün oluşumunda ise zenginliğin, bireyselliğin ve eğitimin gücü daha baskındır. Kabaca tanımlamak gerekirse, alt kültür köylü sınıfın kültürü, üst kültür ise şehirli sınıfın kültürüdür diyebiliriz. Her özne içine geldiği kültürel yapıdan beslenerek pay aldığı gibi, gelecek kuşaklara da sahip olduğu kültürün aktarımını yapar. Ancak, kültür endüstrisinin yaymaya çalıştığı düşünce, özneyi evrensel bir kültürel ortama hapsedmek ve tüm özneleri tek bir amaç için –tüketim- birleştirmektir.

Adorno'ya göre kültür endüstrisi bilinci yok eder. Aynı zamanda endüstrinin '*uy gitsin*' tavrı, iyi yaşam konusunda da sanrı oluşturmaktadır. İnsanların kendilerini uymaya zorlamaları en asli ihtiyaçlarını erteleyerek popüler dünyanın eğilimlerine uyma zorunluluğunu doğurur (Okutan, 2015: 801). Kültür endüstrisi, bu doğrultuda sanal ihtiyaçlar oluşturur ve bu ihtiyaçların karşılanması için bireye psikolojik baskıda bulunur. Toplumdaki bazı insanları diğer insanlardan ayırt edecek tercihler sunarken, sunduğu tercihlerin herkes tarafından onaylandığını görmek ister. Bir markanın son model aracını almış olmanın getirdiği artıları sıralarken, bireyi özel konuma getiren şey, o araca en kısa sürede sahip olmasıdır, mesajı verir. Aynı zamanda sınırlı sayıda üretilen bu otomobillerin sahibi olamadığımızda bizi psikolojik buhrana itecek söylemlerde bulunur. Bu yüzden fırsat ve kampanya

sözcüklerini duyduğumuz zaman, bunlardan kesinlikle yararlanmamız gerektiğinin altı bir kere daha çizilmiş olur.

Kültür endüstrisinin kurduğu, mutlu bir yaşam için yönergeler değildir, yeni bir ahlaki sorumluluk sanatı da değildir; aksine, en güçlü çıkarlar neyin ardındaysa ona itaat etmek yolunda uyarılardır. Kültür endüstrisinin propagandasını yaptığı uzlaş, kör, aydınlatılmamış otoriteyi güçlendirir (Adorno, 2007: 117-118). Kültür endüstrisi müşterilerinin isteklerine kulak vererek onlar tarafından yönlendirildiğine ve onlara kendi istedikleri şeyleri sunduğuna inandırmaya çalışır. Ama özerk olduğunu kesinlikle yadsır ve kurbanlarını yargıç ilan ederken, özerk sanatın bütün aşırılıklarını kendi örtülü otokratlığıyla geride bırakır (Adorno, 2005: 206-207). Adorno'ya göre kültür endüstrisinin, halkın beklentilerine kulak verip, onların ihtiyaçlarını görmeye çalışması, sadece kendi çıkarları uğruna, neyi, nasıl ve nerede pazarlayabilmesi için bir fırsat niteliği taşır. Halkın beklentileri ile maddi olanakları, kültür endüstrisinin pazarlama stratejisi için önemli bir yer arz eder. Salt olarak, halkın ve isteklerinin hiçbir önemi yoktur. Kültür endüstrisi halkı, kendisi için ideolojik bir unsur haline getirir (Adorno, 2007: 110).

Kültür endüstrisi konumunu sağlamlaştırdıkça tüketicilerin gereksinimleriyle istediği her şeyi yapabilir hale gelir, bu gereksinimleri kendisi belirlediği gibi tüketilmesine ilişkin yönergeleri de sunar. Daha da ileri giderek, bu gereksinimleri denetim altına alabilir, hatta eğlenmeyi geri çekebilir. Adorno'ya göre burada kültürel ilerlemeye sınır konmamıştır (Adorno-Horkheimer, 2010: 192). Brecht ve Suhrkamp, kültür endüstrisinden çıkmış ürünlerin, içerik ve yapı bağlamında bir değer ifade etmediğini, bu ürünlerin, piyasadaki geçerliliğine bağlı olarak bir değere sahip olabileceklerini belirtirler (Adorno, 2003: 77). Endüstri, kâr amacını tüm ürünlere doğrudan aktarma yoluna gider. Aracı kurumlarla ve satılabilir nesnelere ayrı olarak halkla doğrudan bir iletişim kuran kültür endüstrisi, kendi itibarını, kendisi sağlama yoluna gider.

Kültür endüstrisi, düzenli takipçilerine bilgi kırıntılarını sunduğu gibi, sıradan tüketicilerine de derinlikli mesajlar vererek iyiye ve güzele ulaşabilmelerinin yollarını sunar. (Adorno-Horkheimer, 2010: 202). Kültür endüstrisinin bu eylemi

gerçekleştirmesindeki en önemli sebep, endüstriye sadık olan müşterilerin keyfini kaçırmamak ve onları bu bağımlılık uykusundan uyandırmamaktır. Aynı zamanda kültür endüstrisinin bu tavrı, müşterilerin sadakatine karşılık verilmiş bir armağan olarak da görülebilir. Endüstriye dâhil olmayanlar, sürekli olarak kaybeden taraftırlar ve endüstrinin sunduğu mevcut yaşama dâhil olmayanlar, kendi ölümünü hazırlayan özneler olarak gösterilmeye çalışılırlar. Kültür endüstrisi elbette bundan daha fazlasını da yapar. Bu merhametsiz hayatın hangi şartlarda sürdürülebileceğini akıllara kazır ve özne, kendisini usandığı ortaklaşa erke emanet etmek için usanmışlığını kendi lehine bir kuvvet olarak kullanmaya çalışır.

Kültür endüstrisinde, herkesin her şeye gücü yetebilir, herkes mutluluğu elde edebileceği gibi istediği ölçütlerde de yaşamını sürdürebilir. Ancak yeter ki, etiyle kemiğiyle birlikte kendini kültür endüstrisinin kollarına bıraksın ve mutluluk arayışından tamamen kopsun. Bu durumda toplum, öznenin zayıflığını görerek kendi kuvvetinin farkına varır ve özneye birazını geri verir. Böylelikle özne-toplum karşıtlığı başlamış ve bireyin toplum içerisindeki varlığı erimiş olur. Aynı zamanda özne, toplum karşısında *emir eri* olarak nitelendirilir (Adorno-Horkheimer, 2010: 204-205). Özne, kültür endüstrisine varlığını tamamıyla teslim etmiş görünür. Bu durum, öznenin, kesintisiz olarak 'her koşulda' ve 'her zamanda' tüketim aşamasına katılmasıyla açıklanabilir. Çünkü kültür endüstrisinin muhayyilesinde, uyum göstermesi için çeşitli yollarla hipnotize edilen ve belirli komutlarla yönetilen bir özne tasavvuru vardır.

Modern sanayi kapitalizminin ilerici evrimci kavramına göre, toplumsal eklemleme kültür endüstrisinin kurumları aracılığıyla uysal kitlelerin üzerine dayatılmış değildir; eklemleme, toplumsal yapı içerisindeki güçlerden doğal bir şekilde süzülüp gelmektedir (Swingewood, 1996: 44). Dolayısıyla kültür endüstrisinde daha önce de belirtmiş olduğumuz gibi, baskı ve zorlamanın olmayışı olumlu bir ifade gibi görünmüş olsa da yerini yalnız kalma korkusuna bırakır. Birey ya da kitleler kültür endüstrisinin sunduğu ürünlere ya da kültürel yaşama uyum sağlamadıkları sürece, toplumda birer yabancı olarak ilan edilip, dışlanır. 'Uygitsin'ci tavrı, onları yalnız kalmaktan ya da dışlanmaktan daima koruyacaktır.

Adorno'nun da ifade ettiği üzere endüstrinin himayesi altında olanların bedenleri hürdür, ancak ruhları şiddetli bir baskı altındadır. Hükümdar artık, "Benim gibi düşünmelisin ya da ölmelisin", demez. Şöyle der: "Benim gibi düşünmemekte özgürsün; yaşamın, malın, mülkün, her şeyin sende kalacak, ama bugünden itibaren aramızda bir yabancısın." (Adorno, 2007: 63-64). Uyumluluk göstermeyen özneler, ekonomik açıdan yoksunluğa terk edilir ve akli yetersizlikle itham edilir. Kültür endüstrisi için hiçbir özne özel bir anlam teşkil etmez. Endüstri için var olan özne, tüketen öznedir. Fakat endüstriye çokta haksızlık etmemek gerekir. Özneler, sayısal anlamda tüketime dâhil oldukları ölçütte önemlidirler. Ancak bu sayısal verilerin içinde yer almadığınızda, diğer öznelerin katılımları sizin yokluğunuzu önemsiz kılacaktır. Aynı zamanda endüstrinin oluşturduğu bu sisteme hiçbir surette müdahil olmadıysanız eğer, kendinizi bir hiçliğin ortasında bulabilirsiniz.

Adorno'ya göre kültür endüstrisi birtakım vaatlerde bulunarak, tüketime ara vermeden dâhil olmaları için, takipçilerini sürekli olarak yanıltmaya devam eder. Ancak bu vaatleri hiçbir zaman yerine getirmeyen endüstri, her zaman daha güçlü vaatlerle tüketicisinin karşısına çıkar (Adorno, 2007: 72). Özellikle filmlerde ve dizilerde bunu sıkça görürüz. Fragmanlarda verilen sahnelerle, insanlardaki, hazlar ve arzular harekete geçirilir, ancak sonuna kadar izlediğimizde beklentimiz yeterince karşılanmayacaktır. Bizi yeterince kışkırtıp, duygularımızı harekete geçiren ön gösterimler, sadece kültür endüstrisinin reklam tekniğini ya da ürün pazarlama stratejisini ortaya koyar. Zaten kültür endüstrisinin en mühim kanunlarından biri, öznelerin dileklerine ulaşmalarını engellemek ve hissettirmeden özneleri eğlence yoluyla tatmin etmeye çalışmaktır. Özneleri, bir şeylerden yoksun kalabilecekleriyle endişelendiren endüstri, bunu sürekli olarak reklam aracılığıyla öznelerin zihnine yerleştirmeye çalışır. (Adorno, 2007: 74). Fırsat, kampanya ya da hediye olarak sunulanların, özneler tarafından elde edilmediğinde derin bir üzüntüyle karşılaşılabileceğini belirten endüstri, sunulanları elde edenler için de 'ayrıcalıklı' olma fırsatı tanır. Bu sayede iyi bir tüketici olduğunu düşünen özneler, ödüllendirilmek için adeta bekleyişe geçerler. Haklılık, gurur ve başarı duygularını bir arada yaşayan bu özneler için, tüketim stratejisi her şeyden daha önemlidir.

Ancak gözden kaçırdıkları husus, tüketim stratejisi adını verdikleri durumun kültür endüstrisi tarafından oluşturulduğudur.

Güldürü, endüstrinin zihinlere daha kolay ulaşabilmesinin bir yoludur. Güldürü aracılığıyla özne, dış etkilere karşı açık hale gelir ve kendisine sunulanları kolaylıkla kabul edebilir. Kusurlu toplumlarda gülme isteği, mutlulukla özdeş hale getirilmiştir ve bu durum öznelerin zihnine bütüncül bir anlayış olarak kazanmaya başlamıştır. Bu topluluklar Adorno'ya göre, halkın büyük bölümünün desteğini alarak, korkusuz bir noktaya ulaşmanın verdiği hazza kendilerini kaptırırlar (Adorno, 2007: 74). Yaşadığımız toplumda da bu anlayışın varlığından bahsedebiliriz. Türk toplumunda yaygın olarak kabul edilen; gülme eyleminin sadece mutlu anlarda ortaya çıkabileceğidir. Gülmekte olan insanın, içindeki mutluluğu somutlaştırdığı düşünülür.

Adorno, kültür endüstrisinin en önemli ilkelerinden birinin, bütün öznelerin ihtiyaçlarının bizzat kültür endüstrisi tarafından karşılanabileceğini göstermek olduğunu söyler. Diğer taraftan endüstri, bu ihtiyaçları karşılarken özneyi sürekli olarak kendine bağımlı kılar. Kültür endüstrisi, bu aldatmacayı 'öznelerin ihtiyacı' olarak sunmakla yetinmez, diğer taraftan öznenin zihnine ona sunulanla yetinmesi gerektiği fikrini yerleştirir (Adorno, 2007: 75). Endüstri, insanları iyileştirme aracı olarak doğayı da kullanır. Doğa iyileştirilemez toplumun içine çekilip fahiş bir fiyata satılır. Ağaçlar, gökyüzü, denizler ve bulutlar fabrikaların ve üretim atölyelerinin şifre programlarıdır. Öte yandan çarklar ve makine parçaları alabildiğine parlak görünmelidir ki, doğanın ruhunu taşıyor olabilsin! Böylece doğa ve teknik çürümeye, liberal toplumun günümüz insanının belleğindeki sahte imgesine karşı seferber edilir (Adorno-Horkheimer, 2010: 198).

Kültür endüstrisinin can damarı reklamdır. Reklam aracılığıyla öznelerin zihnine doğrudan ulaşan endüstri, bu duruma toplumsal hizmet adını verir. Bu sayede reklam aracılığıyla bir rekabet ortamı oluşur ve üretilen her ürün, satılabilir olma niteliğini elde eder. (Adorno-Horkheimer, 2010: 215). Dolayısıyla reklamı, kültür endüstrisinin amacına hizmet eden en önemli unsur olarak değerlendirebiliriz. Reklam veren şirketler veya üreticiler, bu sayede, ürünlerinin pazara girmesini

sağlamış olmakla birlikte pazardaki kâr payını da artırmış olur. Reklamı yapılmayan herhangi bir ürüne de ekonomik açıdan kuşkulu yaklaşılacaktır. (Adorno-Horkheimer, 2010: 216). Reklam aracılığıyla sahte ihtiyaçlar yaratan kültür endüstrisi, onları asli ihtiyaçlarımız gibi hızlıca tüketmemiz için uygun koşullar sunar. Bunu yaparken de televizyon, radyo ve sinema gibi araçları kullanır. "Sistemin zorla dayatmaları sonucunda her ürün reklam tekniğinden yararlandığı için, bu teknik kültür endüstrisinin anlatımını, 'üslubunu' işgal etmiştir. Reklam tekniğinin zaferi öylesine kusursuzdur ki, can alıcı noktalarda bile kendisini belli etmez" (Adorno-Horkheimer, 2010: 216).

Kültür endüstrisinin ürünleri, filmler, magazinler, boyalı gazeteler, magazinleştirilmiş radyo, televizyon, özellikle roman biyografisi, çeşitli tipten en çok satan edebi ürünler arasında en büyük yeri tutmakta olup, kendi özgül rollerini oynamaktadırlar (Adorno-Horkheimer, 2010: 219). Adorno'ya göre astroloji bile kültür endüstrisinin bize sunduğu ürünlerden biridir. Çünkü astrologlar, genel kabullerden hareket ederek, özel yaşantısı hakkında bilgi sahibi olmadığı insanlara birtakım 'otoriter' önerilerde bulunurlar. Bu önerileri yıldızlardan elde ettiklerini savunurlar ancak, genel kabullerin ötesinde yorum yapmaktan da kaçınırlar. (Dellaloğlu, 2001: 96). Hiçbir öznenin şahsi yaşamına eğilemeyecekleri için, genel geçer tavsiyeler vermeyi, stratejik bir plan dâhilinde gerçekleştirirler. Öznelerin yapılan yorumları içselleştirmeleri için her yolu deneyen astrologlar, yaşam koçluğuna uzanan kariyer basamaklarını emin adımlarla çıkmaya devam ederler.

Eğlence geç kapitalizmin çoğunlukla kullandığı bir yöntem olarak karşımıza çıkar. Emegini belirli ücretler karşılığında satanların tercih ettiği bir alana dönüşen eğlence, aynı zamanda insanların boş zamanlarında kısa süreli mutluluklar elde etmek için başvurdukları bir araçtır. Mekanikleştirilmiş emek süreciyle yeniden baş edebilmek için ondan kaçmak isteyen kimselerin aradığı bir şeydir. Ama aynı zamanda mekanikleştirme, boş zamanı olan kimseler ve onların mutluluğu üzerinde öyle bir erke sahiptir ki, eğlence metalarının imal edilmesini temelden belirleyerek bu kimselerin boş zamanlarında işlerinin seyrinin kopyasından başka bir şey yaşatmaz' (Adorno-Horkheimer, 2010: 183). Aynı zamanda kültür ve eğlence iç içe

geçmiştir. Kültür, eğlencenin, eğlence de kültürün değişim göstermesine neden olur. Kültür eğlencenin etkisiyle baştan çıkabilir, eğlence de kültürün etkisiyle entelektüel bir niteliğe bürünebilir. İş ve eğlencenin bu yakınlığının temelinde yatan sebep, her iki tarafın da *statüko*'nun yanında olmalarıdır. (Dellaloğlu, 2001: 104).

Horkheimer'e göre kültür endüstrisinin hedef aldığı en önemli kurum ailedir. Özneler, içinde buldukları ailelerin sahip oldukları değerlere göre yaşamını sürdürürler. Bu sebeple, ailelerde değerleri oluşturan ve bu değerleri tüm aile fertlerine benimsetmeye çalışan ebeveynlerin zihin dünyasını kontrol etmeye çalışmak kültür endüstrisinin amaçları arasındadır. Ailelerin çözülmeye başlamasıyla, özel yaşantıların ruhsuz eylemlerle dolup taşması, sporda, sinemada, kitaplarda ve radyoda hazzın öncelenmesi, öznelerin iç dünyasını yok etmiştir. Fakat özneler, kültür endüstrisinin inşa ettiği bu dünya düzeninden kişisel tasarım dünyasına kaçmayı yeğleyerek, düşüncelerini yeniden düzenleme yoluna gitmişlerdir. Öznelerin 'kendi iç dünyaları ve ideal olarak düşündükleri yaşam algıları', onları kültürel buhrandan uzaklaştıran koruyucular olmuşlardır. Fakat öznelerin, kültür endüstrisinin yarattığı dünya düzeninden kaçış eğilimi, sanatın dünyasına dâhil olmalarıyla son bulacaktır. Sanat, kültür endüstrisinin yarattığı yapay ortamdan özneleri uzaklaştıracak ve onları gerçekliğe ulaştıracaktır. Horkheimer'e göre, gerçek yaşamdan izler taşıdıkça kalıcılığını sürdüren sanat eserleri sadece gerçekle yüzleşmek isteyen öznelere bir şeyler anlatmayı yeğlemektedir. Gerçekle yüz yüze gelmek isteyen özne ise, kültür endüstrisi tarafından uyumsuz özne olarak tanımlanır (Horkheimer, 2005: 489- 490).

Kültür endüstrisinin insanlara vaat ettiği durumlar azalmaya başlayınca, yaşama anlamlı açıklamalar getirebilmek için sunabildikleri azaldıkça, yaymış olduğu ideolojinin içi boşalmaya başlar. Toplumun endüstriyi kabullenışı ve ona karşı sevgi dolu oluşu gibi düşünceler küresel teknoloji devrinde çok fazla somut görülebilir. Değer yargıları ya reklam ya da boş laf olarak algılanmaya başlar. Ancak buna rağmen belirsiz bir yükümsüzlüğe sürüklenen ideoloji ne saydamlaşır ne de zayıflar. Sadece, olanın, vurgulu ve sistemli duyuruluşuna dönüşür. (Adorno-Horkheimer, 2000: 196). Genel olarak Adorno'nun bu geniş kültür analizi, 'tüm

kuşatmışlığı ve karamsarlığına rağmen, alçak sesle ifade edilen bir umudu da korumaya çalışır. Kitleleri manipüle etme çabasındaki kültür endüstrisinin ideolojisi, kontrol etmek istediği toplum gibi kendisiyle çelişir hale gelir. Kültür endüstrisinin ideolojisi, panzehirini yine kendi içinde taşır (Dellaloğlu, 2001: 96). Endüstri'nin kendisiyle çelişir hale gelebilmesi için, belirli bir zaman diliminin geride kalması gerekir. Kültür endüstri tarafından, bugün en iyi, en güzel, en değerli olarak ifade edilen bir şey, üzerinden zaman geçtikçe boş, değersiz ve işe yaramaz olarak nitelendirilebilir. Dolayısıyla eseri ya da ürünü, değerli kılan da değersiz olarak nitelendiren de endüstrinin kendisidir. Özne, bu gerçekle yüzleştiğinde, kültür endüstrisinin gerçek mahiyetine erişecektir.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### 3) ÇAĞDAŞ SANATTA KÜLTÜR ENDÜSTRİSİ VE ÖZNE

Çağdaş sanat, tanımı yapılabilecek bir belirleneme sahip değildir. Çünkü geçtiğimiz yüzyılda başlayan sanat alanındaki köklü değişiklikler, günümüzde de varlığını devam ettirmektedir. Ancak çağdaş sanatın oluşumuna sebep olan olayları ve bu olayların sanat alanındaki sonuçlarını ortaya koymak, çağdaş sanatın içeriğini anlamamızı kolaylaştıracaktır. Çağdaş Sanat olarak ele alacağımız dönem, 20. Yüzyılın ikinci çeyreğinden itibaren günümüze kadar gelen sanat faaliyetlerinin ortaya konulduğu dönemdir. Bu dönemde, kültür endüstrisinin etkisiyle biçimlenmiş olan sanat formlarından sinemayı ve müziği eleştirel bir bakış açısıyla ortaya koyup, bu sanatsal formlar üzerinden yaratıcı ve tüketici öznenin rollerini açığa çıkartmak bizi hedefimize ulaştıracaktır. Çağdaş sanatta, yaratıcı özne, kültür endüstrisinin uygun gördüğü ya da pazarlamak istediği sanat eserlerini var etmeye çalışan öznedir. Yaratıcı özne, tüketim çağının şekillendirdiği sanatsal ortama uyum gösteren ve kültür endüstrisinin kontrolü altında eserlerini sunan öznedir. Tüketici özne de, yaratıcı özneyle aynı uyumu tüketme aşamasında gösterir. Tüketici özne, kitleler için üretilen sanat eserlerini koşulsuz ve sürekli biçimde tüketendir. Aynı zamanda tüketici özne, kendini hem kitlelerin içerisinde hem de tükettiği ürünlerin marka değeriyle var etmeye çalışır.

#### 3.1. Kültür Endüstrisi ve Sanat

Sanatın tarihi, insanlık tarihine özdeş olarak ilerleme gösterir. İnsanlık tarihinde herhangi bir gelişimin ortaya çıkması, sanatsal faaliyetlerin de yönünü belirleyen bir etken haline gelir. Eski çağlardan itibaren mağara duvarlarına çizilen şekiller, telli ya da vurmali çalgılarla senkronize bir şekilde yüksek sesle sözcüklerin ağızdan çıkması, kurmaca metinlerle oynanan oyunlar, ya da bir sevdalının dilinden dökülen mısralar, bunların hepsine sanat diyebilmemiz için gerekli olan nedir? Genel olarak sanatı tanımlamamız gerekirse, hangi ölçüte ya da hangi formlara bağlı kalarak bir tanım yapmamız gerekir? Sanat için genel tanım yapmak pek de mümkün

görünmemektedir, ancak sanatın hedeflediği durumları tartışmak, sanatı daha iyi anlamamızı kolaylaştıracaktır.

Sanatla ilgili tanımlardan biri şöyledir: "Herhangi bir etkinliğin ya da işin yapılmasıyla ilgili yöntemlerin, bilgilerin ve kuralların tümü sanattır." (Bozkurt: 1995: 15). Yöntemler, bilgiler ve kurallar, disiplinlerin çoğunda yer alan unsurlardır. Örneğin, sporcuların, fırıncıların ya da kasapların da sahip olmaları gereken çeşitli yöntemler, bilgiler ve kurallar vardır. Bir kasap, etleri kesebilmenin yöntemini bilmiyorsa, ya da genel anlamda kasaplık mesleğini yapmak için gerekli bilgilere sahip değilse, işini icra edebilir mi? Ya da bir futbolcuyu düşündüğümüzde, teknik direktörün yöntemine ihtiyaç duymamasının mümkün olmadığı gibi, futbol oyunuyla ilgili bilgileri ve kuralları bilmiyorsa görevini yerine getirebilir mi? Dolayısıyla, sanat da, birçok disiplinde olduğu gibi, yöntem, bilgiye ve kurala ihtiyaç duyabilir, ancak sanatı yapan nitelikler bunlar olsaydı, sadece sanat için bu unsurları konuşuyor olurduk. Bu yüzden sanatın asli niteliğini ortaya koymamız gerekir.

Antik Yunan felsefesinde Platon, sanatı, yansımanın, yansıması olarak ifade eder. Platon'a göre çizilen bir resim, okunan bir şiir, ya da söylenen bir şarkı, doğada var olan bir şeyi tekrar etmekten öteye geçemez. Dolayısıyla sanatçı, sanatıyla sadece doğayı taklit(mimesis) eder. (Platon, 1999: 343). Aristoteles de, Platon'un izinden gider ve sanatın kökenini 'mimesis' kuramıyla açıklamaya çalışır. Aristoteles'e göre insanlar bebeklikten itibaren taklit etme yetilerini geliştirmeye başlarlar. İnsanın taklit yapmaya yatkın olduğunu ve ilk bilgilerini taklit ederek öğrendiğini belirten Aristoteles, insan için öğrenmenin yolunun taklitten geçtiğini söyler. Aristoteles'e göre, insanlar taklit edilen ürünler karşısında derin bir hoşlanma duygusu geliştirir. Sanat yapıtları da bunu kanıtlar niteliktedir (Aristoteles, 1987: 9). Aristoteles'e göre:

"Bir resme bakan, bu resmin neyi betimlediğini, gerçeklikteki bu ya da şu kimsenin resmi olduğunu öğrenir; bundan ötürü de resme hoşlanarak bakar. Fakat resmin ilgili olduğu nesne, eğer tesadüfen daha önceden görülmemişse, o zaman taklit olan bu resim, böyle bir taklit yapıtı olarak bakanda bir hoşlanma duygusu uyandırmaz; tersine, teknik yetkinlik, renk yahut bu tür herhangi bir nedenden ötürü bir hoşlanma uyandırabilir" (Aristoteles, 1987: 9).

Platon ve Aristoteles'in sanat hakkındaki görüşleri 19. Yüzyıla kadar filozoflar tarafından benimsenmiştir. Platon ve Aristoteles'e bir eleştiri yapılacaksa

söylenilecek ilk şey; çizilen resmin, söylenilen şarkının, ya da oynanan oyunun her zaman doğadan ya da dünyadan somut bir nesneyi ya da durumu karşılamayabileceğidir. Her ne kadar doğayla iç içe olsak da, doğa dünyasını aşan aşkın duygulara sahip olduğumuzu biliyoruz. Dolayısıyla, aşk, Tanrı ve ruh gibi kavramlar sanatsal ürünlerde yer alabilir, bu durum çokta taklit edilebilir gibi durmamaktadır. Sanatçı, sadece var olana yönelseydi eğer zanaatkâr olma yolunda hızla ilerlemiş olurdu. Ayrıca, her sanatçı doğadan veri aldığında, o verileri kendi yaratıcı süzgecinden geçirerek işleme alır. Böylelikle, kendi benliğinden de bir şeyler ekleyerek eseri özgün olarak meydana getirir.

Sanatla ilgili düşüncelere ilk çağlarda sıkça rastlıyoruz. Belirli akıl yürütmelere dayalı olarak, insanoğlunun gerçekleştirdiği ürünlerin, doğanın ürünlerine oranla belirlenmesini sağlayan teknik ustalık (tekhne) ile duyulur aracılığıyla algıladığımız nesnelere, bir beğeni yargısına göre seçip sıralamaya yönelen özel duygu arasında bir ayırmaşmanın sonucunda sanatın ortaya çıkabileceği kabul ediliyordu (Bozkurt, 1992: 17). Teknik ustalık, daha çok doğaya göre şekillenirken, sanatçılık ruhu ise sadece doğayla sınırlı kalmıyordu. Kişiler arası ilişkiler, toplumsal yargılar, beğeniler, kabuller, aşk, üzüntü, nefret gibi birçok konu ve duygulanımlar dahi sanatın içeriğini belirleyebiliyordu. Tarihlerinde, sanat eserlerinden yoksun kalmış topluluklar, bağımsızlıklarını uzun süre koruyamamışlardır. Ancak geçmişinde sanatla iç içe olmuş toplumlar, bağımsızlıklarını devam ettirebilmişlerdir (Turani, 2010: 7). Sanat eserlerinde, toplumların kendilerine ait birçok değer yargıları ve yaşam tecrübeleri yer aldığı için, bundan faydalanamayan toplumlar, geçmişlerini unuttukları gibi, hem doğa hem de diğer toplumlar hakkında da gerekli bilgi ve tecrübeye erişemeyeceklerdir.

Bir sanat eserinin oluştuğu çağ ve o çağın toplumsal koşulları, eserin içine nüfuz eder ve bu eseri, içinde bulunduğu yapıya özgü kılar. Özellikle birtakım siyasal, ekonomik, kültürel ve sosyolojik gelişmelerin, sanat eserlerindeki değişimleri de beraberinde getirdiği, medeniyetler tarihinde görülmektedir. Aynı zamanda, sanatçı da içinde bulunduğu toplumun değerlerinden beslendiği gibi sanat eseri de, hem sanatçının sanata bakışından hem de toplumun sanat algısından

beslenir. Ayrıca sanatçının toplumla birebir ilişkisi de sanat eserinin şekillenmesinde oldukça önemli bir paya sahiptir (Şentürk, 2012: 21).

19. Yüzyıla gelindiğinde Kant sanat ile ilgili düşüncelerini *Yargı Yetisinin Eleştirisi* adlı eserinde dile getirirken, sanatı; bir şeyin nasıl yapılması gerektiğini bilme ya da istenilen şeyi anlama kabiliyetinden ayrı bir yere koyar. Örneğin, en güzel ayakkabıyı betimleyebiliriz ya da nasıl yapıldığını bilebiliriz ancak aynı başarıyı ayakkabıyı yapmak için gösteremeyebiliriz. Aynı zamanda Kant, sanatı, zanaattan de ayrı bir yere koyar. Sanat özgür ve sınırsız bir üretim iken, zanaatta ise ücretli ve sınırlı bir süreç vardır. Sanat kendisi için hoş bir uğraş alanını ifade eder ve başarı ölçütünü içinde barındırır. Dolayısıyla bir sanat eserine başarılı olabilecek gözüyle bakılır (Kant, 2016: 116-117). Kant'a göre güzelin ölçütü ise öznenin aldığı hazza bağlıdır. Yalnızca özneye haz veren şeye güzel denir. Dolayısıyla beğeni yargısı, bilgi içermediği üzere mantıksal da değildir. Güzel, ancak ve ancak öznel ve estetikdir. Ayrıca özne, herhangi bir tasarımdan haz aldığı ölçütte de kendi kendisini duyumsar (Kant, 2016: 39). Dolayısıyla özne, beğeni yargısını ortaya koyarken kendi benini de tanıma fırsatı bulacaktır.

20. Yüzyıla gelindiğinde ise, geç kapitalizmin ortaya çıkması, sosyal ve kültürel alanları ekonomik faaliyetlerle şekillendirmiştir. Aynı zamanda teknolojik gelişmelerle birlikte sanat alanında da birtakım yeni formlar ortaya çıkmıştır. Özellikle fotoğrafın ve sinemanın keşfi, sanatın çehresini değiştirmiştir. Hatta sanatın doğası yeniden tartışılmış ve bu ortaya çıkan yeni formlar bazı düşünürler tarafından sanatsal alana dâhil edilmemiştir. Ayrıca kültürel alanda 'kitle kültürü' ve 'popüler kültür' gibi kavramlar sanat dünyasına dâhil olmuştur. Sanatsal üretim alanı genişlemiş, geniş kitle kültürleri ortaya çıkmıştır. Kapitalizmin etkisiyle üretim ve tüketim arasındaki süre kısalmaya başlamış, fotoğraf ve sinema gibi teknik anlamda yeniden üretilebilir sanat ürünleri daha çok rağbet görmeye başlamıştır. Ayrıca, insanlar, tüketim alanında her şeye kısa sürede sahip olma düşüncesiyle hareket etmeye başlamışlardır. Görüldüğü üzere sanatsal ürün çeşitliliği artarken, beraberinde sanatın çağcıl duruşunda da değişiklikler meydana gelmiştir. Üretim ve tüketimin yanında, tasarım ve dağıtım gibi yeni alanlar ortaya çıkmıştır. Sinema ve

fotoğraf ile birlikte, televizyon ve radyonun varlığı da sanatsal üretim ağının genişlemesine olanak sağlamıştır.

19. yüzyılda fotoğrafın icadını takip eden süreçte, sinemanın icadıyla birlikte sanatsal ürünler çoğaltım yoluyla tüm insanlara aynı anda ulaşmayı başarmıştı. Çoğaltım tekniğiyle sanatsal ürünün kolay ve çabuk tüketilebilir olması, endüstriyel bir üretim ve tüketim süzgecini beraberinde getiriyordu. Böylece sanatsal faaliyetlerin çoğu, bize ulaşmasını beklediğimiz ürünlerin dağıtımına çıkmasını beklemekle başlıyordu. Dolayısıyla sanat, sadece onu değerlendirebilecek sanatçı ya da seçkin tabakanın sanatı olarak kalmamış, toplum içindeki herkesi içine alan bir yapıya bürünmüştür. Bu yapının oluşum kaynağı da Eleştirel Teorisyenler tarafından kültür endüstrisi olarak görülmüştür.

"Eleştirel teorisyenler sanatı, burjuva toplumunun oluşturduğu yanlış bütün içinde ayakta kalabilen ve gelecek için umudun sürmesini sağlayan bir konumda değerlendirmiştir" (Koluaçık, 2017: 140). Martin Jay de bu kültürel ortamın yanlışlığı içerisinde sanatı son kale olarak tanımlamış, ilkece kültür endüstrisine karşı duran ve doğruluk savıyla ortaya çıkan bir alan olarak ele almıştır. Eleştirel teorisyenlere göre, sanat yalnızca var olan toplumsal eğilimlerin dışavurumu ve yansıması değildir; gerçek sanat, insanlığın özlemini duyduğu toplum için varlığını koruyabileceği, özlemini yaşatabileceği son sığınaktır (Koluaçık, 2017: 141). Ancak Adorno, modernizm ile birlikte gelen ticarileşmiş kitle kültüründen bahsederken, post-liberal kapitalizmin yükselişi ile birlikte kültürel üretimin kâr amaçlı endüstriyel yöntemlere tabi hale geldiğini, bunun da sanat eserinin içsel yapısını değiştirdiğini ifade eder. Gerçekçi diye nitelenen *sanat* artık toplumsal dünyayı tasvir etmeyen, aksine toplumla uyumlu bireylere kaçış imkanları sunan jenerik bir geleneğe dönüşmüştür (Boucher, 2013: 49). Adorno kültür endüstrisinin içine tüm sanat alanlarını dâhil eder. Günümüzde endüstriyel kültürün, üretim, tüketim ve çoğaltım tekniklerine baktığımızda, esas olanın kaliteli ürünler ortaya koymaktan çok, topluma en kolay yolla ulaşabilecek ve bu yolla yüksek miktarda satış yaparak çok para kazandıracak nitelikteki ürünlerin üretildiği kolaylıkla görülmektedir (Kömürcü, 2019: 99). Sözde sanat eserleri, geniş kitlelere ulaşabilmek adına, zaten önceden

kurgulanmış olan estetik anlayışı içinde dahi estetik kaygılardan uzaklaşmış, mümkün olduğunca kolay algılanabilir bir basitlik içine sokulmuştur (Kömürcü, 2019: 102).

Adorno'ya göre tekeller kapitalizm döneminde sanat ve bunun bir parçası olarak müzik, meta haline gelmiştir. Örneğin caz müziği sanattaki metalaşma olgusunun bir göstergesidir. Oysa sanat belirli siyasal ve didaktik etkiler yaratmaya çalıştığı takdirde değerini yitirir. Sanat bağımsız olduğu ve kaynaklandığı görünürdeki gerçekliği yadsıdığı ölçüde eleştireldir. Sanat bilincin oluşumuna etkin bir biçimde katılmalı, tüketicinin edilgin ve tek yanlı bilincine teslim olmamalıdır' (Bozkurt, 1995: 242). Kültür endüstrisi sanat yapıtlarını daha şimdiden siyasal sloganlar gibi paketleyip indirimli fiyatlarla o isteksiz izleyici kitlesine yutturuyor ve sanat yapıtlarının keyfini çıkarmak parklar gibi halka açık hale geliyor. Ancak sanat yapıtlarının gerçek meta niteliğinin çözülüp dağılması, özgür bir toplumun yaşamı içinde ortadan kalkıp aşıldıkları anlamına değil; sanat yapıtlarının kültür malı olarak alçaltılması karşısındaki son koruyucu duvarın da düştüğü anlamına gelir (Adorno-Horkheimer, 2010: 213). Yirminci yüzyılda insanlar bir konser veya tiyatro bileti aldıklarında, verdikleri parayla eş değer olarak o sanat eserine ilgi duymaya başlamışlardır. Verdiği paranın karşılığını almak isteyenlerin ise sadece bir kısmı sanat yapıtı hakkında düşünür. Dolayısıyla sanatın, maddi değerle ölçülebilen yapısı ona eklenmiş olur (Adorno-Horkheimer, 2010: 213).

Adorno'ya göre sanat yapıtları, kültür endüstrisinin getirmiş olduğu etki ile artık estetik bir görünüşten, salt bir vaatten ve efektten ibaret hâle gelmişlerdir. Sanatın kültür endüstrisindeki işlevi artık öznenin kendini yetkilendirmesine yardımcı olmak değil, öznenin benliğini nesnenin varlığından değersiz kılmaktır (Behrens, 2011: 134-135). Nesne, kültür endüstrisi için salt bir sermaye olma özelliği taşır. Dolayısıyla endüstri, nesneyi dilediği gibi yüceltip, dilediği gibi de alçaltabilir. Ancak özne, daima nesneyi geriden takip eder ve onun emir eri gibi davranır. Kültür endüstrisi de böylelikle, nesneyi, özne için kutsal bir varlık haline getirir. Özne için artık değer yargılarının bir önemi kalmaz ve tüm varlığıyla nesneye teslim olur.

### 3.2. Çağdaş Sanat'ta Etkili Olan Temalar

20. yüzyıl, iki büyük dünya harbine şahitlik etmiş, hem siyasi, hem ekonomik hem de kültürel ortamın hızla değiştiği bir yüzyıldır. Bu yüzyılın ikinci çeyreğinden itibaren gelişmeye başlayan yeni iletişim araçları ve medya kuruluşları, yoğun, geniş ve çabuk yayılabilen bir küresel kültür oluşturmuşlardır. Kitle iletişim araçları ve kültür ürünleri aracılığıyla ortaya çıkan anlamlar, kültürel alanın tüketilmesinde ve metalaşarak ticarileştirilmesinde oldukça önemli bir paya sahiptir. Bu süreçte yerel kimlikler biçimlenerek farklı karaktere bürünmüştür (Kırca, 2004: 176). Peki, bu kültürel alanı kimler veya hangi sebepler inşa etmektedir? Medyayı, iletişim araçlarını ve buna benzer birçok kanalı kimler tekelinde himaye ediyor? Amerika başta olmak üzere, birçok dev şirket, holding ve kuruluş, geç kapitalizmin getirmiş olduğu yeniliği cazip karşılamışlardır. Bir önceki bölümde de belirttiğimiz üzere, geç kapitalizm, üretim için gerekli koşulları, üretimi ve dağıtımı bütünsel olarak kendinde bulduran kuruluşların ya da üreticilerin, kâr payından daha çok yararlanabileceğini öngörür. Dolayısıyla birçok sektör, holdingler, şirketler ya da genel ifadeyle üreticiler -ki buna sanatçılar da dâhil olmak üzere tüketim alanı dâhil olmak üzere, bu dengeyi küresel boyutlara taşımışlardır.

Küreselleşen kültürel üretim dünyası, televizyon, film, radyo ve müzik gibi sektörler, şirketlere dönüşmeye başladılar. Sanatsal faaliyetlerinde de gerçekleştiği bu mecralarda üreticiler ve sermaye sahipleri, her sanat eserinin oluşup şekillenmesinde parasal değeri önceleyerek, sanatta anlamı ve değeri ekonomik kaygılara hapsetmişlerdir. Hatta üreticiler ve sermaye sahipleri daha da ileri giderek sadece nesnelere değil, toplumların tarihleri boyunca oluşturdukları değerleri de satılabilir bir metaya dönüştürmüşlerdir (Kırca, 2004: 176). Bir toplumun tarihinde yaşanmış olan acılar, kederler, sevinçler ve zaferler sanatsal faaliyetlere konu olabilirler. Çağdaş sanatta, kültür endüstrisinin ve evrensel kültür anlayışının etkisi sanatın toplumsal değerleri yansıtmaya işlevini yok etmeye başlamıştır, ayrıca tüm toplumlar tüketici olma paydasında birleştirilmişlerdir. Çağdaş dönemde sanat eserlerini fiyat etiketi üzerinde olan ürünlere dönüştüren kültür endüstrisinin nihai

hedefi bu ürünlerden hatrı sayılır ölçüde gelir elde etmek ve en çok tüketilen ürünleri küçük değişikliklerle tekrar pazara sunmaktır.

20. Yüzyılda kitle iletişim araçlarının gelişmesi ve aynı zamanda tüketim kültürünün de benimsenmiş olması, çağdaş sanat üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Özellikle sinemanın ve sonrasında da televizyonun icadı, dünyayı algılama ve kavrama biçimimizi etkilemiştir. Bununla birlikte teknolojik gelişmeler, izlediğimiz ya da yakından takip ettiğimiz sanatsal ürüne dair artık bize daha fazla bilgi sunmakta ve eserin derin analizini yapmaya imkân tanımaktadır. Ancak daha sonra da değineceğimiz üzere, gelişen teknik olanaklarla sanatsal yapıtın çoğaltılıp herkese ulaştırılıyor olması endüstriyel kültürün ticari bir politikası olmakla birlikte, Eleştirel teorisyenlerden Walter Benjamin'in de yoğun eleştirisine maruz kalır. Benjamin'e göre teknolojinin gelişen olanakları nitelik olarak sanat yapıtını değersizleştirmekte ve yapıtın yansıttığı özgünlük kaybolmaktadır (Benjamin, 2019: 54). Ancak bilindiği üzere kültür endüstrisi, tüketim nesnesi olarak düşündüğü sanat yapıtlarının, satılabildikleri ölçüde değerli oldukları sonucuna varır. Çünkü kısa sürede kâr getirisini düşünerek pazarladıkları bu ürünlerin parasal getirisi, ürünün içeriğinin verdiği mesajı ikinci planda tutar.

Kültür endüstrisinin çağdaş sanatı şekillendirmesi, oldukça basit önermelerle ifade edilebilir. İlk olarak Marx'ın da ifade ettiği gibi alt yapının üst yapı üzerindeki etkisi oldukça belirgindir. Çağımızın ekonomik koşulları ve öznenin liberal yönde ilerleyiş göstermesi, ayrıca teknolojinin her geçen gün yeni kolaylıklar sunması, kültür dünyasına da sirayet etmiş, tüketimimize sunulan sanatsal ürünlerin formlarını belirlemiştir. Televizyon ve sinema sayesinde, Dünya'daki birçok kültüre tanık olmuş, sayısız müzeyi bu ekranlarda oturduğumuz yerden ziyaret etme fırsatı bulmuşuzdur. Bu sayede çağdaş sanat ürünü, belirli bir coğrafyaya ait olsa da, ortaya çıktığı toplumu aşarak, kendini tüm dünyanın beğenisine sunar. Bunu da kitle iletişim araçlarıyla kısa sürede gerçekleştirebilir. Bu bağlamda, seçkin kültür ile kitle kültürü arasındaki ayırım da yok olur ve herkes eşit bir noktaya indirgenir. En nihayetinde sanatın değeri artık insanların ne kadar para ödemek istediklerine bağlanmış, çağdaş sanatın değerini ortaya koyacak olan iki faktör ön plana çıkmıştır.

Bunlardan ilki, sanata yatırım piyasasının ortaya çıkışı, diğeri ise sanat, medya ve şöhret arasındaki sınırların gittikçe belirsizleşmesidir (Whitham-Pooke, 2018: 79).

### 3.2.1. Özne'nin Görünür Olması

Çağdaş dönemde, kitlesel üretim ve tüketim, öznenin dönüşümünü de beraberinde getirmiştir. Özne, kitle toplumuna tüm benliğiyle teslim olmuştur ve kültür endüstrisi tarafından ona sunulanı tüketmekle meşgul hale gelmiştir (Touraine, 2006: 293). Aynı zamanda kültür endüstrisi, özneyi tüketirken haz alan ve mutlu kılan bir duygu durumuna hapsedmiştir. Kellner'a göre geleneksel toplumlarda öznenin kimliği oturmuştur, değişim göstermez ve durağandır. Bu toplumlarda oluşan kimliklerde, yenilikçi davranış ve düşünceler kararlı bir şekilde baskılanır. İnsanlar bir grubun, ailenin ya da toplumun üyesi olarak, ait olduğu yerlerin kültürüyle hayatlarını şekillendirmişlerdir. Çağdaş döneme gelindiğinde ise, özne kimliği hakkında bir öz düşünüm gerçekleştirir ve gelenekten uzaklaşmaya başlar. Değişen yaşam koşullarıyla birlikte, özne, yeni değerlerle karşılaşır ve bu değerler üzerine kimliğini özgürce inşa edebilecek noktaya gelir. Özne, oluşturduğu bu yeni kimlikten rahatsızlık duymaya başladığında da, istediği zaman yeni bir kimlik daha oluşturabileceğinin farkındadır (Kellner, 2004: 187-188).

Çağdaş dönemde öznenin kimliğinin, modası geçebilir, eskiyebilir, hatta toplumsal geçerliliğini yitirebilir. Bu durumun sonucunda özne, kendini hiçbir yere ait hissetmeyebilir ve toplum içerisinde bir yabancılaşma durumuyla baş başa kalabilir (Kellner, 2004: 189). Bu düzlemde, özne, yeni kimlik arayışına girer ve bu arayış içerisinde 'kendi benini' her zaman öne çıkarmaya çalışır. Toplum tarafından kabul görmek, öznenin öncelikli hedefidir. Tüketici özne, ait olduğu kitlenin tükettiği ürünler üzerinden kendi benini ortaya çıkarmaya çalışır. Örneğin bir müzik grubunun hitap ettiği hedef kitleden bir özneyi düşünelim. Bu özne, hedef kitleye ait olabilmek için, müzik grubu hakkındaki olumlu düşüncelerini ve beğenilerini her fırsatta göstermeye çalışır. Bunu yaparken de kimi zaman medyayı ve iletişim kanallarını

kullanır. Bu sayede özne, kendisini kitlenin önemli bir parçası olarak görmeye başlar ve kültür endüstrisinin arzulanmış olduğu özne anlayışına doğru yol alır.

Aydınlanma çağındaki özne, aklıyla, geleneğin ve arzularının baskılarına direnip, rasyonel yaşam kurallarıyla hayatını yeniden inşa etmiştir (Touraine, 2006: 263). Ancak çağdaş döneme gelindiğinde ise aklın önemi yitirilmiştir. Özne, arzularına, hazlarına ve mutluluk duyduğu anlara göre hayatını düzenlemeye başlamıştır. Çağdaş özneyi inşa eden sebeplerin başında kültür endüstrisi gelir. Kültür endüstrisi, radyo, dergi, gazete, film, müzik gibi kanallarda, kültür dünyasını kapitalist yaşam standartlarıyla inşa etmeye çalışırken sanatın yönünü de belirler. Kitleler için hazırlanarak paketlenmiş birçok sanat eseri, film, radyo, sinema, fotoğraf ve dergi gibi birçok kanalda satışa hazır hale gelir. Kültür endüstrisi, tam da bu esnada, tüketici özneye psikolojik baskılarda bulunur. Yaşamdan kopmaması ve toplum tarafından kabul görmesi için öznenin, mutlak surette bu ürünleri tüketmesi gerektiğini söyler. Özne, bu durumda hiçliğe doğru yol almamak ve toplum tarafından kabul görmek için tüketimin içine dâhil olacaktır. Özne, görünür olmak için, tüketim aşamasındaki her anını diğer öznelerle paylaşma ve tükettiği ürünlerin piyasadaki değerine göre kendi kimliğine değer katma yoluna gider. Örneğin, özne, satın aldığı ürünün fiyat etiketinin, ait olduğu toplumun maddi standardından yüksek olmasıyla övünecek noktaya gelir. Aynı zamanda, sanat alanında, dinlediği müzikle ya da izlediği filmle, gündeme gelmeye çalışır. Bu anlamda diğer özneler tarafından görünür olma kaygısı taşıyan özne, tükettiği eserlerle ya da ürünlerle özdeş hale gelir. Sürekli olarak pazardaki bir ürünün ya da sinemadaki bir filmin tüketicisi olarak kendini görünür kılmaya çalışan özne, kendi var etmeye çalıştığı ürün ya da nesne ortadan kalktığında öznenin kimliğinin içi boşalacaktır ve bu durum öznenin kendisine yabancılaşmasına yol açacaktır.

Adorno'ya göre özne, kültür endüstrisinin kendisi için seçmiş olduğu şeylere boyun eğer ve bunu istekli olarak yapar (Adorno, 2007: 139). Dolayısıyla, tükettiği ürünlerle görünür olmaya çalışan özne, tüketeceği ürünleri dahi kendisi seçemez. Ayrıca, öznenin, hem tüketmesi hem de tüketirken görünür olmaya çalışması, kültür endüstrisinin karşısındaki güçsüzlüğünü deneyimlemesine yol açacaktır. Ayrıca

Adorno'ya göre özne bu durumda kendi kendisinin dışında kalır, 'kendi' mutluluklarına ve özgürlüklerine yaramayan tüketimlerle başarı elde ettiğini düşünür ve bununla avunmaya başlar (Adorno, 1990: 95). Görünür olma uğruna savaş veren özneler, medya kanallarını ne kadar yoğun kullanırlarsa o kadar çok başarı elde edeceklerini düşünürler. Ancak, bu başarı, özneyi diğer öznelerle yarıştıran, tükettiği ürünlerle görünür olmaya zorlayan kültür endüstrisinin başarısıdır. Özne, ne kadar çok tüketir ve bu tükettiklerini diğer öznelere görünür kılırsa, o denli güçlenir ve özne güçlendikçe kültür endüstrisi de güçlenmiş olacaktır (Adorno- Horkheimer, 2010: 62). Yaratıcı özne için de görünür olma kaygısı önemli bir yer teşkil eder. Örneğin, bir müzik sanatçısı, toplum tarafından unutulmamak ve sanat dünyasında varlığının devam ettiğinin anlaşılması için gerek eserleriyle, gerek de özel yaşantısıyla sık sık görünür olmaya çalışır. Aksi takdirde kültür endüstrisinin yaratmış olduğu popüler gündemden uzaklaşır ve tüketim toplumunun gözünden düşer. Aynı endişeyi, eserlerini oluştururken de yaşayan yaratıcı özne, kültür endüstrisinin oluşturduğu hedef kitleye hitap etmek için, eserlerinde öznel birikimlerinden feragat ederek, kitlenin isteklerine daima öncelik verir. Yaratıcı öznenin bu duyarlılığı ona sanat dünyasında kısmi başarı getirecektir.

Öznenin tükettikleriyle görünür olması, yarım asır önce farklı kanallarla yapılmaya çalışılmıştır. Örneğin, konser biletleriyle, afişlerle, film yıldızlarının posterleriyle ve radyoda çalan şarkılarla özdeşleşmeye çalışan özneler, çoğunlukla yakın çevresine karşı görünür olma kaygısıyla yaşamışlardır. Ancak günümüzde öznenin görünür olmaya çalışması, internet, telefon ve anlık fotoğraflarla daha kolay hale gelmiştir. Özellikle kültür ve sanat alanında ortaya konulan ürünleri hızlıca tüketiciye ulaştıran internet aracı, öznelere görünür olmaları için büyük kolaylıklar getirmiştir. İnternet sayesinde, özneler anlık olarak yediklerini, kıyafetlerini, evlerini ve hatta diş fırçalarını dahi görünür kılmaya başlamışlardır. Tüketim toplumu, görünür olmayı içselleştirerek, görünür olmaya çalışmayan özneleri, hiçlikle yüz yüze bırakır.

### 3.2.2. Öznenin Şeyleşmesi

Çağdaş sanatın tüketici öznesi, tükettikçe var olan ve toplum içerisinde dışlanmamak üzere endüstriyel kültüre teslim olan bir davranış sergiler. Çoğunlukla eğlence yoluyla piyasaya sunulan ürünlere daha çok nüfuz eder. Öznenin iş hayatından arta kalan boş zamanlarında da tüketici konumuna ara vermemesi için birtakım eğlence faaliyetleri, kültür endüstrisi tarafından önceden düşünülmüştür. Daha çok öznenin kendisiyle baş başa kaldığı zamanlarda müzik tüketimine ağırlık vermesi için, popüler olan şarkıların sıkça reklamı yapılır. Bu sayede çağdaş özne, çalışırken değil, eğlenirken daha çok tüketime açık olur ve teslimiyetini ortaya koyar.

Gelişen teknolojik olanakları sonuna kadar kullanmak, toplum üzerinde ekonomik denetimi olanlara bağlı olarak gelişir. Ancak Dellaloğlu'na göre bu durum dile getirilmemektedir. Teknolojinin getirmiş olduğu akılsal durum, egemenlik anlayışının kılsallığıdır. Çağdaş özne, kendi ürettiklerinin kölesidir. (Dellaloğlu, 2001: 103). Çağdaş sanat yapıtlarını meydana getiren üretici güçler, nesnenin niceliksel değerini öznenin tüketimine sunarken, öznenin nesneye sahip oluşuna kadar geçen sürede, eğlenceyi, reklamı, çeşitli dergi ve radyo programları gibi formları kullanır. Bu sayede öznenin nesneye sahip olma arzusu gelişir ve özne, tükettiği ölçüde toplumda yer edineceğini düşünür hale gelir. Artık özne, maddi ve manevi imkânlarını nesneyi elde etme uğruna kullanır ve kendini tüketim sürecine adanmış olur.

Öznenin hem içe hem de dışa dönük davranışları kültür endüstrisi tarafından belirlenir ve kontrol edilir (Atiker, 1998: 56). Bu yüzden çağdaş sanatta ortaya konulan ürünlerde öznellikten bahsetmek çokta mümkün olmamaktadır. Çünkü endüstrinin kendine göre satış planları ve kitlelerde kalıcı olma hesapları vardır. Adorno ve Horkheimer'e göre, hiçbir özne sistemin dışında kalmaz. Herkes eşit ölçüde tüketme olanakları içerisinde yer alır. Öznelerin maddi koşulları, bireysel değerleri, çıkarları düşünülmeyişi gibi, tüketimden sonra da hiçbir ayrıcalık elde etmezler. Sürekli tüketerek hayatta kalabileceğine ikna edilen özne, çağdaş sanatta teknik olarak yeniden üretilen eserleri her anında tüketmeye çalışır. Bu sayede bütünün bir parçası olma onuruna erişen özne, sinema izleyicisi olarak filmdeki

kahramanların nelerle karşılaşabileceklerini dahi önceden kestirebilmektedir. (Adorno- Horkheimer 2014: 183).

Kültür endüstrisinde tüketici özneler, yine kültür endüstrisi tarafından üretilmektedir. Aydınlanma dünyasındaki kapsayıcı akılsallığın genel ile tekeli bütünleştirdiği gibi, özne, ya da daha doğru bir ifadeyle, genel olana karşı çıkan her tekil, genele uyum sağlamadığı müddetçe hayatta kalamayacaktır. İş dünyasında ise gerçekçi muhalefet yapan özne, yeni bir fikri olan öznedir. Ancak endüstriyel üretim sistemine yeni bir fikir kazandırdığı ölçüde sermaye sahiplerince bireysel farkındalığına ulaşılabilecektir (Dellaloğlu, 2001: 103).

Özne, düşünüp muhakeme yapmasın diye, kültür endüstrisi, dünya hakkındaki yorumları ona hazır olarak sunmuştur (Sözen, 2004: 62). Kültür endüstrisi, özneyi kurulduğu koltuktan kaldırmak istemez, tabiri caizse özneye saygıda kusur etmez. Öznenin bulunduğu durumdan ya da tükettiği nesneden şikayet duyması, kültür endüstrisi için bir tehdit unsurudur. Özne, bir türün örneği olarak, kültür endüstrisinin varlığıyla gerçeklik kazanır. Çünkü kitleleri belirleyen ve öznenin yaşamasına imkân tanıyan durumları kendisi yaratır. Günümüzde her özne, bir diğer öznenin yerine geçebildiği ölçüde değer kazanır. Özneler birbirilerinin yerlerini doldurabilirler, dolayısıyla her bir özne diğerinin kopyası şeklindedir. Tüketimin gerçekleşmesiyle ilgili olarak niceliksel veriler, öznenin önemini ortaya koymaz. Sadece tüketime ortak olan ya da tüketimin belirlenen seviyeye gelmesini sağlayan kişi sayısına ulaşmak, endüstrinin ilgilendiği en önemli etkindir (Dellaloğlu, 2001: 104). Kapitalist yaşam biçimi, nesneyi, öznenin tüketebileceği ölçütlere getirerek, öznenin hayranlık içerisinde nesneyle sıkı bir bağ oluşturmasını hedefler. Nesnenin piyasa içerisindeki değerini belirleyen ölçütler, nesne karşısındaki özneyi herhangi bir değer biçme noktasına getirmez. Özne daima önüne koyulanı tüketmekle görevlendirilmiş bir elçi görevini üstlenmeye devam eder. Özne ilk bakışta kültür alanında tüketim yaptıkça bir role bürünmekle ya da statüye erişmekle ödüllendirilmiş olarak görülse de, o daima hesaplanmış ve çılginca tüketim yapması için birçok kişi ve kanallar tarafından zihinsel baskıya uğramıştır. Toplum ise öznenin hem bir tüketici olarak kimlik kazanmasını sağlar hem de endüstrinin

ortaya koyduğu ürünleri, -çoğu zaman haklı gerekçeler sunarak- tüketmeye elverişli hale getirir.

Kültür endüstrisi öznenin kendisine özgürce boyun eğmesine yardımcı olmayı da görev edinmiştir. Özneye verilen görevleri yapması için araçsal aklın gücünü kullanan endüstri, örneğin popüler müziği ne zaman ve nerede tüketmesi gerektiği gibi basit direktifler verir. Bu direktiflere uymadığı ölçüde, toplumsal yaptırımlarla karşılaşacağını bilen özne, riske girmeyerek kendi benliğini görmezden gelir. Adorno'ya göre: Benliğini hiçe sayan bireylerin ruhsal yönden gerilemelerinin öbür yüzü, nesnel tinin gerilemesidir. (Adorno, 2005: 226).

"Kültür endüstrisinin kapsamı içerisindeki çağdaş sanat eserleri, 'şen' olmaktan çıkmış, yapaylaşmış ve sahteleşmiştir. Kültür endüstrisi, sanatı abluka altına almış, tahrip etmiş, gerçek fonksiyonlarından uzaklaştırmış ve ticari bir nesne haline getirmiştir" (Kızılcelik, 2008: 338). Bu bağlamda sanat alanında yeni bir eserin ya da ekolün oluşup gelişmesi, endüstrinin faaliyet alanıyla sınırlandırılmıştır. Endüstri, çağdaş eserleri, kendi kendine ve kendisi için yorumlar. Özne içi değerli olan şeylerin neler olabileceği konusunda fikir üreten kültür endüstrisi, nesnelere en kısa yoldan biçimlendirmek için, öznelerin var olan değerlerinden yola çıkar.

Dellaloğlu'na göre, "Adorno ve Horkheimer'in *Aydınlanmanın Diyalektiği*, Walter Benjamin'in *Mekanik Yeniden Üretim Çağında Sanat Yapıtı* gibi Frankfurt Okulu düşünürlerinin eserlerindeki ortak nokta teknolojiye karşı endişedir. Bu endişenin yol açtığı karamsarlık ise güçlü delillere dayanmaktadır. Bundan dolayı, Frankfurt Okulu düşünürlerinin ısrarlı bir şekilde belirttiği kültür krizinin özneyi şeyleştirdiği olgusu, hayali olarak görünmemektedir (Dellaloğlu, 2001: 108). Teknolojinin 20. Yüzyıldaki yenilikçi unsurları arasında yer alan yeniden üretim, nesnelere kendine özgü niteliklerini görmediği gibi, nesnelere sahip olduğu işlevlerin satılmasına da ön ayak olmuştur, bu yüzden Frankfurt Okulu temsilcilerinde teknolojinin her şeyi şeyleştirebilme özelliğinden endişe edilir.

Hakikaten de teknolojinin geldiği son nokta, özne üretme faaliyetidir. Soyut ve somut olarak tüm unsurları paketleyip piyasaya sunan kapitalizm, teknolojinin

olanaklarından daha çok faydalanarak, her şeyi gündelik kullanıma uygun hale getirmeye çalışır. Artık görmekteyiz ki, öznenin tekliği ve özgünlüğü, pratik işlerin boyutuna indirgenmiştir. Her özne üretim yapmalı ve ürettiği her şeye bir fiyat biçmelidir.

### **3.3. Sinema**

Çağdaş sanatın yönünü belirleyen en önemli gelişmelerden biri de sinemanın icadıdır. İnsanlar fotoğrafın icadıyla birlikte, dış dünyadaki nesnelere ifade ettiği derin anlamları ortaya çıkarmayı ve onlara farklı açılardan bakmayı öğrenmeye başlamışlardır. Aynı zamanda fotoğrafla ilgilenenler, çoğaltım tekniğini de kullanarak, hayal güçlerinin ortaya çıkardığı sanatsal fotoğrafları kopyalayıp, bütün insanlara aynı anda ulaştırmayı hedeflediler. Fakat bununla da yetinmeyip gerçek dünyanın eylemsel görüntüsünü de sunmak istediler. Dolayısıyla sanatsal bir ürünün ortaya çıkması için kullandığımız yöntemlere bir yenisi daha eklenmiştir. Bu sayede gerçekliğin teknik ve mekaniksel yeniden üretimi ondokuzuncu yüzyıldan itibaren sinema ile gerçekleştirilmeye başlanmıştır. Fotoğraf ve fotoğrafın birleştirilmesi tam bir gerçekliğin sağlanmasını beraberinde getirmiş ve zamanın geriye çevrilmezliği aşılmaya çalışılmıştır (Bazin, 2011: 27).

Hem fotoğrafın hem de sinemanın ortaya çıkmasına en büyük sebep teknolojik gelişmelerdir. Teknik anlamda yeni bir makine icat etmek için -ki bu durum ilk defa denenecekse-, mevcut olan kimyasal veya fiziksel koşulların yanı sıra, makinenin parçalarını oluşturan ürünlere de sahip olmak gerekir. Sanayi devrimi ile birlikte üretimin artması ve her alanda ihtiyaç duyulan ürünleri kolayca karşılamak, yeni bir buluşun ortaya çıkması için de temel dayanak olarak gösterilebilir.

Sinemanın tanımını yapmak ya da onun hakkında genel-geçer bir yargıda bulunmak oldukça güçtür. Kullanmış olduğu malzemenin ve yöntemin daha önceden alışıldık sanat yapıtlarından farklı oluşu, sinemayı özgün hale getiriyordu. 19. Yüzyılın son döneminde sanat dünyasına dâhil olan sinemanın en önemli yöntemi,

hareketi kayıt altına almaktır. Fotoğrafın icadından sonra hareketli görüntü kaydı oluşturup yeniden izlemek, sanat tarihi hatta insanlık tarihi için de bir dönüm noktasıydı. Lumiere kardeşler, 1895 yılında *Sinematograf* ismini verdikleri makineyi, daha Edison'un *Kinetograf* adlı eserinden esinlenerek meydana getirdiler. Makinenin çalışma prensibi hareketi resmetmek, yani yazmaktı. Lumiere kardeşler hareket ve yazmak fiillerinin kendilerinden öncekiler gibi Yunanca karşılığını bulmaya yöneldiler. Yunanca *kinema* kelimesi hareket anlamına gelirken, *graphein* kelimesi de yazmak anlamını taşıyordu. Bu sözcüklerin altında yatan anlamlardan yola çıkarak, yeni buldukları icada *sinematograf* adını vermişlerdir. *Sinematograf* hareketi yazan, *Sinematografi* ise hareketi yazmak anlamına gelir (Kılıç, 2012: 205).

Lumiere kardeşler, 28 Aralık 1895 yılında Paris'te Grand Cafe'de hareketli görüntüleri halka sundular. *La Ciotat Garına Giren Tren*, isimli tarihin ilk perdede gösterilen filmini seyredenler, üzerlerine gerçek bir trenin geldiğini sanarak buldukları ortamdaki kaçışmaya başladılar. Sinema, bu başlangıcından itibaren her zaman için, insanlara, gösterdiği şeylerin gerçek olduğunu inandırmak istedi. (Ersümer, 2015: 12). Daha sonra fabrikadan çıkan işçilerin, çıkış anları gösterime girmiş ve bu sayede sinemanın genel yönelimi, gerçek hayattan bir kesit sunmak olmuştur.

Dudley Andrew'e göre sinema dili başlangıçta gelişmemişti, ama sinema dili gelişip yaygınlaşmadan önce bile dünyanın her yerine yayılmıştı. Sinema ortaya çıkalı on yıl olmadan tüm kıtalara ulaştı. Yoğun ilgiyle de karşılanmasının yanı sıra, batılı aydınlar tarafından da küçümsenmişti. Andrew bu hususu iki maddeyle dile getirmiştir:

'Birincisi bir kitlesel ilgiye konu olmuştu, bu nedenle belirli ölçülerde avamın bir eğlencesi olarak görülüyor, zaman öldüren bir teknik icat olarak kodlanıyordu. Dolayısıyla bu anlamda Avrupalı entelektüel kesim de sinemanın olanaklarını öngöremiyordu. Bizzat bu nedenle yaklaşık bir çeyrek yüzyıl sinema, yeni bir sanat dalı olarak görülmedi. İkincisi ve daha da önemlisi Avrupalı entelektüel ve sanat tarihçilerine kendi geçmişleri sanatın kurmaca yapısını ve man-made (insan yapımı) karakterini değişmez biri veri olarak sunduğu için, sinema bir teknik keşif olarak var olanı olduğu gibi kaydeden bir teknik icat olarak kabul edildi. Sinema insan yaratımının bir ögesi olarak değil alıcının bir ürünü olarak kodlanarak sanat olabilecek yetiden uzak görülüyordu' (Andrew, 2010: 19-20).

Bu hususta sinemanın bir sanat olarak çabuk kabullenilmemiş olması söz konusudur. Ve belli bir dönem boyunca sinemanın ortaya koyduğu her ürüne bir sanat eseri olarak yaklaşılmamıştır. Walter Benjamin'e göre fotoğraf tekniği ile birlikte insan eli, resmin yeniden üretilebilirliği süreci içerisinde ilk kez en önemli sanatsal yükümlerinden kurtulmuş oldu. Bu yükümler artık yalnızca objektife bakan göz tarafından üstlenildi. Gözün algılama süreci elin çizme aşamasından daha kısa sürdüğü için, resim aracılığıyla yeniden-üretim süreci konuşmayla aynı hızla ilerleyebilecek seviyeye geldi (Benjamin: 2019: 53). Benjamin, teknik yoldan yeniden üretimin sanat için önemine değinirken şu sözleri sarf eder: 'Yüzyılımızın başında teknik yoldan yeniden-üretim, geçmişin bütün sanat yapıtlarını kapsamına aldıktan ve bu yapıtların etkilerini en köklü değişimlere uğratmaya başladıktan başka, kendine sanat yöntemleri arasında bağımsız bir yer sağlayabilecek düzeye de ulaşmıştı. Bu düzeyin irdelenmesi için izlenebilecek en aydınlatıcı yol, düzeyin iki dışı yansıma biçiminin –sanat yapıtının yeniden-üretimi ile sinema sanatının – sanatın geleneksel konumunu nasıl etkilediğini ortaya koymaktır (Benjamin, 2019: 53). Benjamin, teknik yoldan yeniden üretimin sanat eserinin biricikliğini (aurasını) yok ettiğini savunur. 'Aura' Benjamin'e göre sanat eseriyle baş başa kalındığından alınan estetik duygudur. Bu yüzden filmler binlerce kez çoğaltılarak bize ulaştığı için, biz eserin sadece kopyasıyla bağlantı kurarız ve dolayısıyla sinemada aura kavramından bahsedemeyiz (Benjamin, 2019: 54-55).

Arnheim ise *Sanat Olarak Sinema* adlı eserinde, sinemayı sanatsal faaliyet olarak kullanılabilir yöntemlerden biri olarak tanımlamıştır. Ancak Arnheim'e göre sinema, bu amaçla kullanılması zorunlu olmayan bir araçtır. Örnek olarak da, askeri bir marş, resimli kartpostalları ve gerçek olaylar içeren hikâyeleri verir. Nasıl ki bu formlar, bazen sanatsal değer taşıyan ürünler sunmuyorsa, filmler de bazen sanatsal değer taşıyan ürünler ortaya koymayabilir (Arnheim, 2002: 14). Arnheim, sinemayı sanat olarak görmeyenlere karşı birtakım eleştirilerde bulunur. Arnheim'e göre, kameranın bir nesneyi ya da bir olayı tüm boyutlarıyla tek bir açıda göstermesi mümkün değildir. Kamerayı elinde bulunduran kişi, sadece baktığı açıdan nesneye ya da olaya nüfuz edebilir. Ancak kamera, birçok denemenin ardından doğru açıya ulaşılabilir. Fakat Arnheim, doğru açıyı bulup, iyi bir görüntü almanın yolunun

hesaplama yaparak gerçekleşebileceğini, ancak bir kameramanın ya da bir yönetmenin en karakteristik açığı bulabilmesi için elinde bir formülün bulunmadığını ifade eder. Arnheim, asıl problemi, kameranın açısına yüklenen duygu olarak görür (Arnheim, 2002: 16). Dolayısıyla Arnheim'e göre filmlerdeki görüntüler duygulardan beslenmişse, o filme sanatsal film diyebiliriz.

Andre Bazin, sinemayı zamanın tarafsız kalması olarak tanımlar. Sinema ile birlikte zaman, dış dünyadaki şeyleri korumayı bırakır. Bazin'e göre nesnelere, zamana bağlılık açısından süreklilik gösterir. Ancak sinema bu sürekliliği nesnelere çekip alır. Dolayısıyla zaman boyutunun ortadan kalkması sinema ile gerçekleşir (Bazin, 2013: 20). Bazin, sinemayı sanatların yücesi olarak görür. Sinema ile gerçekliğe müdahale edildiği gibi, sinema yeni bir gerçeklik ortamı da yaratabilir. Faure ise sinemayı plastik olarak tanımlamaya başlar. "Plastik, insanın bütün araçlarla, dingin ya da devinim halinde olan biçimleri ifade etme sanatıdır" (Faure, 2006: 19).

Faure'ye göre sinema, sürekli hareket halinde olan bir tür mimari, devinim gösteren görsel bir senfonidir. Sinemanın duygu ve tutku boyutunu, eylemlerin gerçekçi olması için kullanılan birer araç olarak görür. Sinema, dış dünyadan aldığı görüntüleri, izlenimleri yoğurarak kendine has bir yapıyla ortaya koyar. Sinemanın bu yönü, fotoğraf, heykel ve resimden farklıdır. Sinema, Faure'ye göre karmaşık yapıda olan bir sanat dalıdır (Faure, 2006: 18-19). Roy Armes'e göre ise bir filmin sanatsal değer taşıyıp taşımadığını görebilmemiz için yönetmenin göstermiş olduğu kabiliyete ve filmin, toplumsal sorunlara eğilim gösterip göstermediğine bakmamız gerektiğini ifade eder (Armes, 2011: 21). Deleuze, sinemayı, doğayı ya da dış dünyayı aynen yansıtan bir araç olarak görmez. Deleuze'a göre sinema, olanı olduğu gibi yansıtan bir araç değildir. Eğer öyle olsaydı, sinema, yönetmenlere, duygulara, kamera açılına montaja ve birçok teknik unsura ihtiyaç duymazdı (Deleuze, 2014: 12). Sinema, Deleuze'a göre doğadaki unsurların düzeltilerek sanatsal bir forma dönüştürülmesidir. Düzeltme olarak ifade edilen, dış dünyada doğal halde bulunan şeylerin yönetmenin bakış açısıyla yontulmasıdır. Ne zaman ki kameranın nerede konumlandığı, kamera açılarının bilinçli kullanımı, aydınlatmanın sahnedeki yaratılan

anlama katkısı ve bunlar gibi onlarca etmenin bir hikâyeyi anlatma ya da bir gerçekliği aktarma amaçlı kullanılmasının bir dil oluşturduğu anlaşılmış, işte o zaman sinemanın da sanat olduğu kabul edilmiştir (İri, 2011: 7).

Sinemanın sanat alanına katılmış olmasıyla birlikte, artık elin birebir eserle ilişkisi, sanatın üretim sürecinden kalkmış, objektifin arkasından bakan gözün önemi artmıştır (İri, 2011: 8). Seyircinin görsel nitelikteki bu etkinliğe katılımı doğrudan duyuşsal olarak gerçekleştiği için de düşünümün bu yolla olanaklı hale geldiğini belirtmekte fayda var. Şüphesiz sanatın kendisi de hem güzele hem de estetik olana ilişkin bilgi aktarırken duyuşsal kanalı kullanır. Estetik deneyim gerçekleştiğinde ise, zihindeki algıların varlığından ziyade o anda yaşadığımız duyuşsal farkındalık önem taşır. Şimdiye kadar rutin olarak ilişkide bulunduğumuz bir nesneye dair bakış açımızı değiştirdiğimizde, o nesnenin farkındalığına erişiriz. İşte bu noktada sinema bizim yerimize düşünür ve ortaya koyduğu ürün hakkında da bizim düşünmemizi sağlar. Sinemadaki estetik deneyim budur.

Sinema, izleyicisine doğanın tüm hallerini sunmaya çalışır. Doğaya karşı sürekli bir savaşım içinde bulunan insanlara, galip gelmeleri ya da olasılık dâhilindeki olayların farkına varmaları için de bizim yerimize çeşitli atılımlarda bulunur ve kısaca doğayı denetler. Herhangi bir depreme ya da fırtınaya maruz kalabilecek olan seyirciye, göstergeler yoluyla çeşitli uyarılarda bulunur ve bu olaylar sonucunda meydana gelebilecek tüm olasılıkları hesaplayarak, izleyicisine birtakım bilgiler aktarır. Sinemanın gerçek dünyayla yakından kurduğu bu ilişki, sinema tarihi açısından da doğrulanmıştır. Gerçekliği yetkin bir şekilde kavrayıp tüm insanlığa sunabilen eserler(filmler) büyük sinema eserleri olarak görüldü (Andrew, 2010: 21).

Çoğaltım tekniğinin fotoğrafla başlayıp sinemayla devam etmesi, sanat alanında yeniden üretilebilirliğin seviyesini ileriye taşımıştır. Modern çağın karakterini belirleyen sanayileşme, sadece ekonomik alandaki seri üretime yoğunlaşmamış, aynı zamanda kültürel alanda da etkisini göstermiştir. Kitleler tarafından kabul görmüş sanatsal ürünler, tekrar tekrar üretilerek, popüler kültürün nesnelere haline gelmiştir. Modern çağdan önceki dönemlerde sanat eserleri, hem

nesne olarak hem de içerik olarak sanatçının tekrardan aynısını yapmasının mümkün olmadığı bir zeminde ilerleme gösteriyordu. Eserin hem fiziki hem de kimyasal yapısı korunup, gelecek dönemlere aktarılması büyük önem arz etmekteydi. Fakat modern çağda tekniğin ve üretimin hız kazanması sanat eserine özgü *biriciklik* anlayışının önem kaybetmesine sebep olmuş ve sanat eserleri sınırsız sayıda kopyalanmıştır.

### 3.3.1. Popüler Sinema ve Özne

Sinemada sesli film dönemi 1927 yılında başlamıştır. Bu dönemde, sesin görüntülerle birleşmesi, sinemadaki anlamı daha da güçlendirmiştir. Yönetmenlerin yaratıcılığına da olumlu etkiler sunan sinemadaki bu gelişme, özneye, hem varlığına her gün şahit olunan dış dünyayı, hem de diğer öznelerle olan ilişkileri farklı açılardan gösterme imkânı sunmuştur. Dolayısıyla sinemanın gelişim evresinde en önemli yeniliklerinden biri olan görüntüye sesin eklenmesi ile sinema adeta kendini tamamlamıştır. Çünkü duygu ve düşüncelerimizin sözlü ifadesi, kameranın karakteristik açısı ile birleşerek insanları yepyeni bir sanatsal formla tanıştırmıştır.

Geç kapitalizmin hızla yayılmaya başladığı 1930'lu yıllarda kültür endüstrisinin sinemayı da etkisi altına aldığı görülmektedir. Bu dönemde kapitalizmin kurallarına göre şekillenen popüler filmler, yeni bir teknolojiyle yapılmış ilk ürünlerdir. Bu ürünler zaman içinde çeşitli türlere ayrılmışlardır, Gangster, Western vb. Bu türler birbirlerini yinelemelerinden ve halk tarafından kolayca anlaşılabilir olduklarından dolayı bir süre sonra ciddiye alınmamışlardır (Abisel, 1994: 13).

İkinci Dünya Savaşı'nın ardından kültür endüstrisinin güçlenmesiyle, film, televizyon, radyo, müzik, dergi ve gazete gibi türler topyekün endüstrinin ilgi alanını oluşturmuşlardır. Ancak bu türlerin en yenisi olan sinemayı, hem yeni olmasıyla hem de kurmaca olayları dahi gerçekçi gösterme gücüyle ayrı bir yere koymamız gerekir. İnsanlar bu yeni sanatsal formun niteliklerini yeni yeni öğrenemeye başlamışken, sinema, İstanbul'a ünlü olmak için gidip kötü yola düşen kadınların hazin sonu gibi,

altın çağında endüstrinin kollarına bırakmıştır kendini. Peki, kültür endüstrisi sinemayı hangi amaçlara hizmet etmesi için kullanmıştır? Bu soruyu biraz daha ilerleterek şöyle sorabiliriz: Kültür endüstrisi neden daha çok sinemayı amaçları uğruna kullanmıştır?

Kültür endüstrisi, öznelere düşünme güçlerini geliştirmek, hayatın farklı yönlerini onlara daha iyi sunabilmek ve öznelere gündelik yaşamda yaptığı hatalardan ve yanlış davranışlardan onları geri çevirebilmek gibi yüce değerleri kendisine görev edinmemiştir. Fakat sinemanın özü, tam da bunları gerektirmektedir. Aynı zamanda sinema, doğanın güzelliklerini ve farklı toplumlardaki öznelere birbirilerini daha iyi anlamasını sağlayabilecek yegâne sanatsal formlardan biridir. Roman da kısmen aynı amaçları yerine getirebilir ancak, sinema, 'olmakta olanları', 'olasılık dâhilinde olanları' ve olması gerekenleri hayatın içinden 'somut verilerle' bize göstermeye çalıştığı için, işlevsel olarak romandan daha etkili bir yapıya sahiptir. Daniel Frampton'a göre, en yüzeysel, en sıkıcı filmler dahi bizi bir düşünümün içine götürebilmektedir (Frampton, 2013: 158). Özellikle popüler filmlerde çoğunlukla arzularımızın ve hazlarımızın tatmini ön planda olduğu için, düşünümüne genellikle sıra gelmemektedir. Kültür endüstrisi bu hususta, öznelere düşünüm gerçekleştirilmelerine katıyen olumlu bakmamaktadır. Öznelere sadece eğlenmeleri ve boş zamanlarında tüketime ortak olmaları için, güldürü türünde filmler sunmaktan gurur duyan endüstri, öznelere film seçimlerine de yardımcı olmak adına kendi elleriyle hazırladığı birbirinin aynı filmleri sunmaktan mutluluk duyacaktır. Dolayısıyla, öznelere filmler arasında tercih yapmış gibi görünse de, kültür endüstrisinin tehlikeli ağlarından kendisini kurtaramayacaktır.

Erdoğan'a göre, popüler kültürün yayılıp gelişmesine olanak sağlayan kültür endüstrisi, öznelere evine kadar, sinemayı, baleyi, sanatı ve klasikleri getirmiştir. Bu durum sınıf farkını ortadan kaldırdığı gibi, dünyadaki tüm öznelere için, ortak, sevgi, özgürlük, ilgi ve zevkleri yaratmıştır. Böylece, her öznelere, eğlenceden, zevkten, isteklerinden ve umutlarından ayrı kalamayacağı bir noktaya getirilmiştir (Erdoğan, 2004: 87). Bu durum kültürel açıdan, yüksek sanat ile popüler kültür arasındaki ayrımın ortadan kalktığı anlamını taşımaktadır (Boucher, 2013: 119). Yüksek sanat

ile düşük sanat alanlarını birleştirmek, kültür endüstrisinin kendi hedef kitlesini genişletmesine olanak sağlayan en önemli unsurlardan bir tanesidir. Dolayısıyla kültür endüstrisi bu sayede öznelere, standart hale getirip, sadece birer tüketim elemanı olarak varlıklarını sürdürmelerini sağlamaktadır.

Popüler filmler, içerisinde yenilikçi unsurlar barındırmaktadır. Örneğin, izleyiciye bir ürün pazarlamak isteyen endüstri, filmlerdeki karakterler üzerine yoğunlaşır ve bu karakterler üzerinden ürünün reklamını yapar. Dolayısıyla üretimi yapılan birçok yeni ürün, çoğu filmde kültür endüstrisi tarafından belirgin hale getirilmeye çalışılır. İzleyici de bu ürünleri kısa sürede temin etme yarışına girerek, bu ürünlerin tüketicisi olarak itibar kazanmaya çalışır. Tüketici olmanın itibar kazandırdığı anlayışı da kültür endüstrisi tarafından kusursuzca izleyicinin zihnine kazınmaktadır. Bu tüketim dalgası, öznelere arasında da popüler olma yarışı başlatacaktır. Kimi özne, popüler bir filmin sıkı takipçisi olarak o filmle ilgili tüm unsurları sindirip, kendisini filmin bir parçası olarak görmeye başlar. Aslında burada, kültür endüstrisinin yarattığı popülerlik algısının bir tüketicisi olmaktan öteye gidemeyecektir. Ancak yine de, özne, popüler olmayı, kendi öz niteliklerinden bağımsız olarak bir filmin standart bir tüketicisi olmakla elde etmeye çalışacaktır. Popülerlik kaygısının bu denli ağırlık kazanması, öznenin özgürlüğünü kendi elleriyle görünmez bir ele teslim etmesiyle sonuçlanmaktadır (Jameson, 2008: 374).

Popüler filmlerde, genellikle, klasik anlatılar ve basit olaylar yer almaktadır. Çünkü bu filmlerde anlam ve öğüt verme gibi kaygılar önem arz etmemektedir. Çoğunlukla izleyiciyi gündelik hayatın karmaşasından uzaklaştırarak kısa süreli hazlara ve mutluluklara doğru yola çıkaran popüler filmler, ticari kaygılarla oluşturulduğu için, sanat sineması kategorisinde de yer almazlar. Toplum tarafından yaygın olarak sindirilmiş bu filmlere sırt çeviriyor olmak, toplum tarafından dışlanma gerçeğini de beraberinde getirecektir. Dolayısıyla özne, bu gerçeğe yüz yüze gelme cesaretini gösteremediği takdirde, kültür endüstrisinin kontrol ettiği bir nesne haline gelecektir. Ayrıca özne bu sebeple değerlerini, düşüncelerini ve özgürlüğünü kendi elleriyle popüler kültüre emanet etmiş olacaktır. Popüler kültürün

dışında kalmayı tercih eden özneler ise, yalnızlaşmakta, dağılmakta ve kitle toplumu içerisinde erimektedir (Kellner, 2004: 190).

### 3.4. Müzik

Müzik, insanlık tarihinin başlangıcı kadar eski olan sanat dallarından biridir. Müziğin, kim veya kimler tarafından yaratıldığı bilinmediği gibi, ne zaman ve nasıl ortaya çıktığı da bilinmemektedir. İlk olarak, insanların kendi bedenlerini ya da doğadaki nesnelere kullanarak müziksel bir ritim yarattıkları düşünülmektedir. İlerleyen süreçte, müzik insanlar tarafından daha sistemli hale getirilmiş ve yeni müzik türleri ortaya çıkmıştır (Kınacı, 2012: 11). Müzik, teknolojik gelişmelerle paralellik gösteren bir yapıdadır. Örneğin, taş devrindeki en büyük teknolojik gelişme, gündelik araç ve gereçlerin hatta barınma ihtiyaçlarının dahi taşlardan karşılanıyor olmasıdır. Dolayısıyla bu çağda, müzik için kullanılacak aletin de taştan yapıldığı düşünülmektedir. Günümüze kadar gelen bu süreçte, çağımızın dijital teknolojik imkânları, müzik aletlerini telefonlara ve bilgisayarlara sığdırmıştır.

Müziği, belirle aletlerle ya da nesnelere çıkartılan uyumlu sesler bütünü olarak tanımlamaya çalışmak, müziği sınırlı bir alana hapsedmektir. Müziğin oluşması için, bir nesnenin birbiri ardına uyumlu sesler çıkarması, müziği tanımlamak için yeterli kapsama sahip görünmemektedir. Ömer Naci Soykan'a göre müziği, oluşturan tonlardır. Aynı zamanda dinleyicilerin algıladığı sesler de tondur. Fakat tonlar, bir şeyin ifadesi olmadığı için, dinleyiciler tonları hiçbir zaman kavrayamayacaklardır, dolayısıyla Soykan'a göre, müzik, "salt bir algı sanatıdır" (Soykan, 2012: 29). Özer'e göre ise müzik, seslerin düzenli bir biçimde yan yana gelerek oluşturdukları ahenk değil, seslerin sahip olduğu atmosfer ve bu seslerde dramatik öğelerin taşıdığı anlamlardır (Özer, 1999: 67). Dolayısıyla müzik, sadece ses uyumunu içermez, sesin ortaya çıkmasını sağlayan duyu durumları ve sesin ritmi de müziği belirleyen ölçütler arasında yer almaktadır. Wicke'ye göre ise müzik, içinde bulunulan çağın toplumsal koşullarına göre anlam kazanabilir. Özellikle

günümüz müziğinde, seslerde uyum ve şarkılarda anlam, müzik eseri için zaruri birer nitelik olmaktan çıkmışlardır (Wicke, 2007: 91).

İlkel kabilelerde müzik, büyüsel güçler içeren bir alan olarak görülmüştür. Ayrıca bu kabileler ayinlerinde müzikten faydalanmışlardır. Bununla birlikte ilkel kabileler kendi geleneksel müzik tarzlarını oluşturmuş ve diğer kabilelerle bir araya gelip bu müzikleri icra etmişlerdir. Aynı zamanda müziklerin icra edildiği yerlerde, kabileler birbirleriyle kaynaşma ortamı bulmuşlardır (Finkelstein, 2000: 16). Antik Yunanlılar, Mezopotamya ve Anadolu uygarlıklarından aldıkları müzik geleneklerini kendi toplumlarına ait kültürle yoğurarak günümüzde de varlığını devam ettiren Batı Müziğini oluşturmuşlardır. Oluşturdukları müziğin, tanrısal bir güçle donatıldığına inanmışlardır (Kınacı, 2012: 12). Orta Çağ'a gelindiğinde ise feodalizmin etkisi altında gelişim gösteren müziğin teorik kalıpları ilkel toplumlardan alınmıştır. Aynı zamanda ilkel çağlarda müziğin büyüsel güçler içerdiği anlayışı orta çağ müziğinde de devam etmiştir. Müziğin büyüsel güçler içerdiğinin düşünülmesi, kilise tarafından insanların daha kolay kontrol edilmesine yol açmıştır. Buna karşılık orta çağda çeşitli yerlere ait müzikler ortaya çıkmıştır; köylülere ait folk müziği, sarayın müziği ve orta sınıf burjuvanın geliştirdiği müzik. 17. ve 18. yüzyıllara gelindiğinde ise müzik eserlerinde derin duygular ve düşünceler önemli bir yere sahip olmuştur. Yine bu dönemde müzikle ilgili eğitsel çalışmalar ve amatör müzikler gelişmeye başlamıştır. Bach, Mozart, Beethoven gibi besteci kuramcılar da müziğin derin anlamlar ifade ettiği bu dönemde ortaya çıkmışlardır (Finkelstein, 2000: 19- 30).

1830'lu yıllara gelindiğinde ise sanayi toplumu yeni üretim teknikleri geliştirerek, üretimde verimliliği arttırmaya çalışmıştır. Aynı zamanda fabrika sahipleri, geliştirilen yeni üretim tekniklerinden faydalanması gereken sınıfın sadece burjuva sınıfı olmaması gerektiği fikrini ortaya atmıştır. Çünkü bu sayede verimliliğin artabileceğine inanan sermaye sahipleri, öncelikle alt sınıfları, orta ve üst sınıflara özendirerek tüketim olanaklarını genişletmeye başlamışlardır. Tüketim ideolojisi böylelikle geniş kitlelere yayılarak, bir yaşam felsefesi haline gelmiştir (Boschele, 2004: 50). Pazar için ürün temin etme anlayışı, sanatı da içine alarak, sanat eserlerinin değişim değerlerine göre değerlendirilmelerine yol açmıştır.

Böylelikle müzik de sanayi alanına dâhil olmuştur. Kapitalizmden önceki bu dönemde, müzik eserleri oluşturanlar, toplumsal değerlerden bağımsız olarak, insanlar arası ilişkileri konu edinen eserler üretmişlerdir. Çeşitli tekniklerle bu eserler çoğaltılarak müzik endüstrisi tarafından kitlelere ulaştırılmıştır. Müzik üreticileri, bu eserlerin kitlelere yayılmasında hiçbir söz hakkına sahip olmadıkları için, zamanla kendi eserlerine yabancılaşmışlardır (Boschele, 2004: 50).

### 3.4.1. Popüler Müzik ve Özne

20. yüzyılda endüstrileşen sanat alanlarından birisi de müziktir. Müzik, bağlı olduğu toplumun yaşayış biçimini ve insanlar arası duyuşal-duygusal ilişkileri kendine konu edinir. Çeşitli türlere ayrılan müzik, ilgi alanlarına bağlı olarak aynı toplum içinden farklı bireylere hitap eder. Toplumsal koşullara ve zamana göre değişiklik gösterebilen müzik, sanat alanından çok kültürel alanda varlığını gösterir. 20.yüzyılda müzik, üretimin, sanayileşmenin ve hızlı yaşamın etkisiyle değişim göstermeye başlamıştır. Şarkıların, duyuşal ifadeleri ve söylenme tarzları bir kenara bırakılmış, endüstri ve tüketim koşullarıyla daha çok bir araya gelinmiştir. Endüstriyel kültürün doğrudan yansıdığı şarkılarda, ekonomik kaygılar daha çok ön plana çıkmış. Öznelerin duygularının tercümesi olan ve onlara yaşama katlanma hevesi veren şarkılar, boş zamanlarda eğlence niteliği taşıyan birer araca dönüşmüşlerdir. Alınıp satılan rekabet ortamında şarkılar vasıflarını bırakıp, pazardaki yerlerini almışlardır.

Medya bu süreçte özneler üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Medya organları, özneyi her anında müzikle buluşturabilecek ölçütlere getirerek, öznelerin müzikle olan ilişkilerini değişime uğratmıştır. Öznenin müzikle olan ilişkisi dinletilerle mümkünken, çağdaş dönemde, özne, müziğe istediği her ortamda ulaşabilmektedir. Wicke'ye göre müzik alanındaki bu değişim, belirli ticari politikaların ve kültür endüstrisinin eseridir. Kültür endüstrisi, müzik alanında popülerlik algısı yaratarak, reklamlarla ve çeşitli kanallarla öznelerle doğrudan basit ilişkiler kurmaktadır (Wicke, 2007: 92). Özneler için yaratılan müziğin çeşitliliği,

müziğin nitelikli ve üretken bir dönemden geçtiğinin göstergesi değil, endüstrinin başarılı bir çalışma dönemi geçirmesinden kaynaklanmaktadır. Özneye müzik tüketimi için her imkân sunulmuştur. Örneğin, cep telefonları, müzik çalarlı duş kabinleri, araba teypleri, mp3 çalarlar vb. araçlar, müzik tüketimini özne için kolay hale getirmiştir. Özne, bu sebeple iç dünyasının sesini duymaktan çok sokakta çalan müziğin sesiyle uyarılır hale gelmiştir.

Kültür endüstrisinde müzikle yakından ilgili olanlar, müziği bir sanat eseri olarak değil, kitle tarafından kabul görmüş, ekonomik getirisi olan bir alan olarak görürler. Televizyonlarda ve radyo programlarında gün yüzüne çıkmamış olan şarkılara mesafeli dururlar. Popüler müzik olarak adlandırılan alan bu sayede ortaya çıkar. Radyo programlarında en çok istek alan şarkılar ve bu şarkılar çalındığında televizyonlardan bir an olsun gözünü alamayan kitleler, benimsedikleri şarkıları zirveye taşımak için ellerindeki tüm imkânları kullanırlar. Herkesçe kabul görmüş ve ekonomik anlamda iyi bir getirisi olan bu ürünler, popüler müzik damgası taşır.

Adorno'ya göre popüler müziğin sahip olduğu temel özelliklere değinmek, çağımızın müzik anlayışını anlamamız için büyük önem arz etmektedir. Adorno, popüler müziğin standart bir hale getirildiğini ve bu standartlaşmanın müziğin her alanına yayıldığını ifade eder. En beğenilen şarkılar (popüler şarkılar) kültür endüstrisi tarafından tespit edilir ve aynı standartlara sahip şarkıların üretiminin yapılması için tüm imkânlar seferber edilir (Adorno, 1999: 69). Günümüzde bu benzerlik ve standartlaşma daha çok pop müzik alanında gerçekleşmektedir. Tarkan'ın şarkılarını deneyimlemiş olan her özne, özellikle pop şarkılarının birbirilerine yüksek düzeyde benzediğini ifade edecektir. Aynı durum popüler sinema için de geçerlidir. 'Recep İvedik' serisini izleyenler, filmin her bölümünde standart hale getirilmiş kalıpları çok fazla düşünmeden ifade edebileceklerdir. Dolayısıyla, kültür endüstrisinin ürünlere benzerlik bulaştırıp, onları standartlaştırması, yüksek oranda beğeni alan yani halk arasında popülerleşmiş ürünler üzerinden gerçekleşmektedir. Özne, kültür endüstrisinin bu atılımını, kendisine yapılmış bir jest gibi görür ancak mesele tamamen endüstriden çıkan ürünlerin kolayca tüketilebilir olma özelliği taşıyacak olmalarıdır.

Adorno, 'popüler müzik' ve 'ciddi müzik' olarak müziği ikiye ayırır. Adorno'ya göre ciddi müzikte her şarkı, müzikal duygusunu hayatın içindeki sahnelerden alır ve bu sahneler, art arda gelen bir bütünü yansıttığı ölçüde başarılı olabilir. Adorno bu yaklaşımına örnek olarak Beethoven'ın *Yedinci Senfonisini* verir. Bu senfonide "ilk hareketin girişi (C-majöründe) gerçek anlamını yalnızca onu çevreleyen koşullardan alır" (Adorno, 1999: 70). Dolayısıyla Adorno'ya göre, popüler şarkılarda anlam bütünlüğü bulunmamaktadır. Popüler müzikte oluşturulan her şarkının parçaları da, önceki süreçlerde yüksek oranda beğeni almış şarkıların parçalarından pay almıştır. Bu sebeple, günümüzde popüler hale gelmiş şarkılara baktığımızda, bu şarkılar popüler olduktan kısa bir süre sonra gündemden düşmektedirler. Yerlerine tekrar aynı nitelikte şarkılar üretilip, bu döngü kültür endüstrisi istediği sürece devam edecektir. Fakat duyguların, düşüncelerin ve yaşanmış olayların keskin bir biçimde ve Adorno'nun da ifade ettiği üzere bütünlüklü olarak ifade edilmesi 17. Ve 18. yüzyıllarda Bach, Beethoven ve Mozart, gibi ciddi müzik bestecilerinde kendini göstermektedir. Dolayısıyla bu bestecileri asırlar sonra anımsıyor olmamız, bunun en büyük göstergesidir.

Günümüzde müzik üreticilerine ve sermayedarlara baktığımızda, doğrudan toplumu hedef alan bir anlayış görürüz. Üretilen müziğin, kalitesi, duygu yüklü olması ve toplumdaki insanlardan, olaylardan izler taşıması daima arka plandadır. Toplum tarafından kolaylıkla algılanabilir bir müzik özünde hoşlanma duygusunu ön plana çıkarır ve bu sayede tüketim aşamasının birinci basamağı tamamlanmış olur (Kömürcü, 2019: 99). Kültür endüstrisi bu süreci ortaya koyarken yalnız değildir. Bazı özne grupları, televizyondan veya radyo programlarından dinlediği şarkıları hızlıca benimser ve diğer öznelerle de sunmaya çalışır. Burada öznenin temel kaygısı, sözde sanatsal ürünleri tüketirken destekçi bulması ve sayıları arttıkça dışarıda kalan özneleri de oluşturduğu çemberin içine çekmektir. Kendilerini çağcıl olarak nitelendirecek olan bu özneler, daha sonra üretilecek olan her şarkıya koşulsuz bir bağlılık hissedeceği gibi yine bu şarkıları hızlıca tüketme hevesiyle dolup taşacaktır.

Diğer taraftan popüler müzik, özneler arasında kültürel bir iletişim sağlayabilir. Bazı topluluklar ya da özneler, ancak popüler müzik sayesinde kendisini

ifade edebilmektedirler. Kültür endüstrisinin varlığına aldırış etmeyen yaratıcı özneler, müzik yapabilmek için popüler müzikle iletişim kurabilmekte ve kendileri için yeni olanaklar yaratabilmektedirler (Wicke, 2007: 93). Popüler müzik, kendisi için en büyük gücü, teknolojinin yarattığı dijital ortamdan almaktadır. Ancak bu sayede toplumun her kesimiyle iletişim kurabilir hale gelir.

Popüler müzik, toplumun ve dolayısıyla ülkenin sınırlarını aşarak, diğer toplumlardaki öznelere kolayca ulaşır. Özneler, doğrudan popüler müziğe katılım göstermeseler dahi, kültür endüstrisinin araçları sayesinde istemeden de olsa potansiyel birer tüketicisi haline gelirler. Özne, kendisine ısrarla sunulduğunu reddedebilme direncine sahip olduğunu düşünse de, adını dahi bilmediği bir bestenin sözlerini ezberinde tutabilecektir. Bu durum da açıkça göstermektedir ki, kültür endüstrisi, öznelerin bedenlerini değil, ruhlarını ele geçirmektedir.

## SONUÇ

Aydınlanma ile birlikte özne, kendi değerlerini yeniden inşa ettiği bir sürece girmiştir. Bu süreçte görülmektedir ki, sanat, politika, ekonomi, ahlâk, din, hukuk, bilim, felsefe gibi alanlar özne merkezli bir anlayışa doğru evrilmiştir. Fakat 20. Yüzyılda geç kapitalizmin hızla gelişip yayılması ekonominin, diğer disiplinler üzerindeki etkisini arttırarak, öznelerin maddi olanaklarını onların salt değerleri haline getirmiştir. Ekonomik gücü elinde bulunduranların var ettiği kültür endüstrisi, sanat alanında kendini daha kolay ve anlaşılır şekilde ifade etme ve yaşatma olanağını elde etmiştir. Teknolojik unsurların gelişmişliği, kültür endüstrisinin işini daha da kolaylaştırmış ve tüm öznelere çeşitli iletişim kanallarıyla nüfuz etme imkânı sağlamıştır. Dergi, gazete, televizyon, sinema, müzik gibi alanlar, kültür endüstrisinin atölyesi olmuştur. Ancak diğer taraftan kültür endüstrisi ekonominin işçiliğini yaparken tamamen satış ve pazarlama görevini üstlendiği için, dergilerdeki şiirleri, sinemadaki derin düşünceyi ve müzik eserlerindeki duygulanımları göz ardı etmiştir. Kültür endüstrisi, öznelerin iç dünyalarını, tarihselliğini, birikimlerini, yaşayış biçimlerini ve insanlar arası ilişkilerini, kontrol altında tutma eğilimi taşıyarak, revaçta olanı, popüler olanı ya da ‘moda’ adı altında var ettiği kültürel unsurları gerçek yaşamın bir parçası haline getirmiştir.

Kültür endüstrisinin oluşturduğu sözde gerçek yaşama katılmayacak olanlar, ekonomik özerkliğini elde etmemiş ya da ekonomik yoksunluk yaşayan öznelerdir. Bu özneler, kültür ve sanat dünyasında sunulanları tüketme olanağı taşımadıkları için, gerçek yaşamın dışına itilmiştir. Tüketim ağındaki özneler ise, zihinsel olarak ele geçirilmiş ve kendi öz yaşamlarını endüstrinin selametine adanmışlardır. Tüm bunlar, özneyi gerçek yaşamdaki hiçliğe ya da kültür endüstrisinin yarattığı yapay gerçekliğin hiçliğine hapsetmiş olacaktır. Dolayısıyla özne, her iki durumda da kendi varlığını yadsıyan bir sonuca ulaşacaktır.

Çağdaş Sanat, 1930’lu yıllarda, Amerika Birleşik Devletleri’nde popüler kültürün ortaya çıkmasıyla değişim dönemine girmiştir. Popüler olanı üreten ve halk arasında yayılımını sağlayan kültür endüstrisi, sanat eserindeki anlamı ekonomik kaygılara bağımlı hale getirmiştir. Aynı zamanda çağdaş sanatta popülerlik kaygısı,

eserin estetik değerini gölgede bırakmış, üretici öznelere, kitlelerin beğeni algısına göre üretimde bulunmaları için zihinsel baskı yaratmıştır. Bu oluşuma yine en büyük sebep kültür endüstrisi olarak gösterilebilir. Kültür alanının içerisinde bulunan sanat, spor, edebiyat gibi alanlar, fabrikalara girmiş ve satış rakamları üzerinden bu alanlarda üretilen ürünlere birer değer atfedilmiştir. Dolayısıyla imalat yapan güçler, kültürel öğeleri metalaştırma kaygısıyla çalışmışlardır.

Kültür endüstrisinin etkisiyle üretilen sinema ve müzik eserleri, toplumların ya da öznelerin duygu, düşünce ve yaşantılarından arındırılmış ve tamamen gündelik kaygılara, eğlenceye, güldürüye ve kısa süreli hazlara yerini bırakmıştır. Endüstri, Özneye sanat alanındaki tüm seçenekleri kendisi sunar ve özneyi bu seçeneklerden birini tercih etmekte özgür bırakır. Ancak özne tercih yapmaya zorlandığı için nihayetinde özgür olduğu düşünülemez. Özneler, doğaları gereği sanat eserlerinden haz alırlar, duygulanırlar ya da üreten özneler, içsel dünyalarını ifade etme aracı olarak sanatı kullanırlar. Bazı melodiler, bize yaşamın güzelliğini hissettirirken bazıları, yaşadığımız yörenin tarihsel geçmişı hakkında izlenimler sunar. Ancak çağdaş sanatın popüler müzik eserlerinde bu türden duygulanımlara çok az rastlarız. Çünkü halk arasında gündem yaratan geçici sloganlar, olaylar ve günlük yaşamın yorgunluğunu bize unutturan pop müzik şarkıları, kâr getirisi bağlamında yüksek satış rakamlarına ulaştığı için, kültür endüstrisi tarafından sürekli olarak her mekânda kulaklarımıza servis edilir ve her öznenin tüketime ortak olması sağlanır. Ancak bu eserler özneleri, kendi benliğinden, ruhundan ve duygularından uzaklaştırıp, kitlelere uyum göstermiş olmaktan öteye götürmeyecektir. Kendi benliğini kitleler içerisinde eriten özneler ise, popüler eserlerin çoğunu tükettikten sonra ruhsal açıdan çeşitli bunalımlarla baş başa kalır. Kendi dünyasına çekilen özne, içinde bulunduğu bunalımı hafifletecek bir müzik eseri ya da ona birtakım öğütlerde bulunacak bir sinema filmine ihtiyaç duyar. Ancak bu türden bir arayış sonuçsuz kalacaktır. Çünkü kültür endüstrisinin etki alanı her yere yayılmıştır. Endüstrinin tüm öznelere sanat eseri olarak sunduğu her eserin mahiyeti, ancak öznenin kendi iç dünyasına kulak vermesiyle sorgulanabilir hale gelecektir.

Tüketici öznelerin, günlük yaşamda, tükettikleri her müzik eserini ya da sinema filmini, çeşitli iletişim kanallarıyla topluma gösterme kaygılarının, onları tükettikleri eserlere özdeş kıldığı görülmüştür. ‘En çok dinlenen müzikleri ben de dinliyorum ya da en çok izlenen sinema filmlerini ben de izledim’ mesajı vermek isteyen özneler, bu eserlerin sabit müşterileri olan hedef kitlenin içerisinde yer alıp, kendi benliklerini üyesi olmaya çalıştıkları kitleyle değerli kılmaya çalışırlar. Öznelerin popüler eserleri tüketirken çevrelerine bunu göstermek istemeleri, entelektüel bir yaşamın içerisindeyim mesajı vermek olduğu düşünülebilir. Ayrıca popüler eserleri tüketiyor olmakla meşgul görünen öznelerin, arkadaş çevrelerine ve ekonomik yoksunluk yaşayan ahbablarına ‘ben sizden farklıyım’ ya da ‘ben çağcıl bir insanım’ gibi düşüncelere sahip oldukları da düşünülebilir. Öznenin bu kısıktan kurtulabilmesi ve kendi bilincine ve ruhuna eğilerek gerçek yaşamın içine müdahil olabilmesi için, kısa süreliğine kültür endüstrisinin tüketim ağından uzaklaşarak, bu süreç içerisinde neler hissettiğine ve nelere gereksinim duyduğuna bakmalıdır. Gerçek manada gereksinim duyduğu şeyler, kısa süreli oyalanma, eğlenme, gülme olaylarından ileri gidemiyorsa, sanatsal çerçevede kaybedeceği bir şey yok demektir.

Kültür endüstrisi, gündelik hayatta kullandığımız cep telefonlarına, arabalarımızda çalan radyoya, televizyon dizilerine ve sinemadaki birçok esere ulaşarak nüfuz alanını genişletmiştir. Dolayısıyla çalışırken, okurken, pikniğe gittiğimizde ya da sokakta gezinirken dahi her an kültür endüstrisinin nefesini ensemizde hissederiz. Kültür endüstrisinin yoğun olarak yaşattığı bu kültürel ortamdan tamamen sıyrılmak mümkün olmadığı gibi, kulaklarımızı tıkayıp gözlerimizi kapatarak da yaşayamayız. Ancak her duyduğumuz melodiyi, her gördüğümüz reklam afişini ya da her izlediğimiz filmi, eleştirel bir bakış açısıyla irdelemek ve genel olarak çağdaş sanat eserlerini tüketirken 'anlamı' sorgulamak, kültür endüstrisine karşı haklı bir direniş olacaktır.

## KAYNAKÇA

- ABİSEL**, Nilgün (1995). **Popüler Sinema ve Türler**, İstanbul: Alan Yayıncılık.
- ADORNO**, Theodor, W. (2005). **Minima Moralia**, (Çev. Orhan Koçak – Ahmet Doğukan), 4.Baskı, İstanbul: Metis Yayınları.
- ADORNO**, Theodor, W. (2007). **Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi**, (Çev. Nihat Ülner – Mustafa Tüzel – Elçin Gen), İstanbul: İletişim Yayınları.
- ADORNO**, Theodor, W. (2003). "Kültür Endüstrisini Yeniden Düşünürken", (Çev. Bülent O. Doğan), **Cogito**, 36, 76 – 84.
- ADORNO**, Theodor, W. - Max Horkheimer (2010). **Aydınlanmanın Diyalektiği**, (Çev. Nihat Ülner – Elif Öztahran Karadoğan), İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- ADORNO**, Theodor, W. (1999). "Popüler Müzik Üzerine", (Çev. Evren Çelik), **Toplumbilim Müzik Özel Sayısı**, 9, 69-77.
- ANDREW**, Dudley (2010). **Büyük Sinema Kuramları**, (Çev. Zahit Atam), İstanbul: Doruk Yayınları.
- ARİSTOTELES** (1987). **Poetika**, (Çev. İsmail Tunalı), İstanbul: Remzi Kitabevi.
- ARMES**, Roy (2011). **Sinema ve Gerçeklik**, (Çev. Zeynep Özen Barkot), İstanbul: Doruk Yayıncılık.
- ARNHEIM**, Rudolf (2002). **Sanat Olarak Sinema**, (Çev. Rabia Ünal), Ankara: Öteki Yayınevi.
- ATİKER**, Erhan (1998). **Modernizm ve Kitle Toplumu**, Konya: Vadi Yayınları.
- BACON**, Francis (2011). **Novum Organum**, (Der. Alev Alatlı), İstanbul: İlke Eğitim ve Sağlık Vakfı Yayınları.
- BAZIN**, Andre (2011). **Sinema Nedir**, (Çev. İbrahim Şener), İstanbul: Doruk Yayınları.
- BEHRENS**, Roger (2011). **Adorno Sözlüğü**, (Çev. Mustafa Tüzel), İstanbul: Versus Kitabevi.
- BENJAMIN**, Walter (1995). **Estetize Edilmiş Yaşam**, (Çev. Ünal Oksay), İstanbul: Der Yayınları.
- BENJAMIN**, Walter (2019). **Pasajlar**, (Çev. Ahmet Cemal), 15. Baskı, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- BERGER**, Arthur, A. (2014). **Kültür Eleştirisi**, (Çev. Özgür Emir), 2. Baskı, İstanbul: Pinhan Yayıncılık.

**BERMAN**, Marshall (1994). **Katı Olan Her Şey Buharlaşıyor**, (Çev. Ümit Altuğ – Bülent Peker), İstanbul: İletişim Yayınları.

**BİREKUL**, Mehmet (2015). "Popüler Kültür ve Müzikte Anlamın Kaybı", **Akademik İncelemeler Dergisi**, 1. Yıl, 10, 155 – 180.

**BOSCHELE**, A. Filiz (2004). "Popüler Kültür ve Popüler Müzik", **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, 43-53.

**BOTTOMORE**, Tom (1997). **Frankfurt Okulu**, (Çev. Ahmet Çiğdem), 2. Baskı, Konya: Vadi Yayınları.

**BOUCHER**, Geoff (2013). **Yeni Bir Bakışla Adorno**, (Çev. Yetkin Beşkavak), İstanbul: Kolektif Kitabevi.

**BOZKURT**, Nejat (1995). **Sanat ve Estetik Kuramları**, İstanbul: Sarmal Yayınevi.

**BURKE**, Peter (2008). **Kültür Tarihi**, (Çev. Mete Tunçay), 2. Baskı, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

**CEVİZCİ**, Ahmet (2017). **Aydınlanma Felsefesi**, İstanbul: Say Yayınları.

**COŞGUN**, Melek (2012). "Popüler Kültür ve Tüketim Toplumu", **Yaşam Bilimleri Dergisi**, 1, 837 – 850.

**ÇİĞDEM**, Ahmet (1993). **Aydınlanma Felsefesi**, İstanbul: Ağaç Yayıncılık.

**DELEUZE**, Gilles (2014). **Hareket-İmge**, (Çev. Soner Özdemir). İstanbul: Norgunk Yayıncılık.

**DELLALOĞLU**, F. Besim - Ömer Naci Soykan - Ferda Keskin (2003). "Adorno ve Yapıtı", **Cogito**, 36, 37-64.

**DELLALOĞLU**, F. Besim (2001). **Frankfurt Okulu'nda Sanat ve Toplum**, İstanbul: Bağlam Yayıncılık.

**DELLALOĞLU**, F. Besim (2003). "Bir giriş: Adorno Yüz Yaşında", **Cogito**, 36, 13 – 37.

**DESCARTES**, René, (2010). **Metot Üzerine Konuşma**, (Çev. Atakan Altınörz), İstanbul: Paradigma Yayıncılık.

**DESCARTES**, René, Benedictus Spinoza, Gottfreid Wilhelm Leibniz (2014). **Söylem, İnceleme, Monadoloji**, (Çev. Aziz Yardımlı), 3. Baskı, İstanbul: İdea Yayınevi.

**ERSÜMER**, O. Ayşen (2005). **Sinema Neyi Anlatır**, İstanbul: Hayalperest Yayınevi.

**ERDOĞAN**, İrfan – Alemdar Korkmaz (2005). **Popüler Kültür ve İletişim**, 2. Baskı, Ankara: Erk Yayıncılık.

**FAURE**, Elie (2006). **Sinema Sanatı**, (Çev. Metin Gönen), İstanbul: Es Yayınları.

**FINKELSTEIN**, Sidney (2000). **Müzik Neyi Anlatır**, (Çev. M. Halim Spatar), 3. Basım, İstanbul: Kaynak Yayınları.

**FRAMPTON**, Daniel (2013). **Filmozofi**, (Çev. Cem Soydemir), İstanbul: Metis Yayınları.

**GEUSS**, Raymond (2003). "Adorno ve Berg", (Çev. Bülent O. Doğan), **Cogito**, 36, 281 – 299.

**GÖKBERK**, Macit (2012). **Felsefe Tarihi**, 23. Basım, İstanbul: Remzi Kitabevi

**HANÇERLİOĞLU**, Orhan (2008). **Düşünce Tarihi**, 14. Basım, İstanbul: Remzi Kitabevi.

**HEGEL**, W. F (1995). **Tarihte Akıl**, (Çev. Önay Sözer), 3. Basım, İstanbul: Kabalcı Yayınevi.

**HORKHEIMER**, Max (1986). **Akıl Tutulması**, (Çev. Orhan Koçak), İstanbul: Metis Yayınları.

**HORKHEIMER**, Max (2005). **Geleneksel ve Eleştirel Kuram**, (Çev. Mustafa Tüzel), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

**İRİ**, Murat (2011). **Sinema Araştırmaları: Kuramlar, Kavramlar, Yaklaşımlar**, İstanbul: Derin Yayınları.

**JAY**, Martin (2001). **Adorno**, (Çev. Ünsal Oskay), İstanbul: Der Yayınları.

**JAY**, Martin (2005). **Diyalektik İmgelem**, (Çev. Ünsal Oskay), 2. Baskı, İstanbul: Belge Yayınları.

**KANT**, Immanuel (2000). "Aydınlanma Nedir?" Sorusuna Yanıt", (Çev. Nejat Bozkurt), **Toplumbilim Aydınlanma Özel Sayısı**, 11, 17 – 23.

**KANT**, Immanuel (2016). **Yargı Yetisinin Eleştirisi**, (Çev. Aziz Yardımlı), 3. Baskı, İstanbul: İdea Yayınevi.

**KELLNER**, Douglas (2004). "Popüler Kültür ve Postmodern Kimliklerin İnşası", (Çev. Gülcan Seçkin), **Doğu Batı**, 15, 187-221).

**KILIÇ**, Levend (2012). **Fotoğraf ve Sinemanın Toplumsal Tarihi**, 2. Baskı, Ankara: Dost Yayınları.

**KIRCA**, Süheyla (2004). "Medya Ürünlerinin Küresel Yayılımı, Yerelleştirilmesi: Uluslararası Kimliklerin Yaratılması" **Doğu Batı**, 15, 173-187.

**KIZILÇELİK**, Sezgin (2008). **Frankfurt Okulu**, Ankara: Anı Yayıncılık.

**KOLUAÇIK**, İhsan (2017). "Eleştirel Teorisyenlerin Kültür Endüstrisi Kavramı Çerçevesinde Sanata ve Sinemaya Yaklaşımları", **Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi**, 3, 135 – 156.

**KÖKTÜRK**, Milay (2006). **Kültürün Dünyası**, Ankara: Hece Yayınları.

**KÖMÜRCÜ**, İlker (2019). **Estetik ve Eleştiri Bağlamında Adorno ve Müzik**, Ankara: Gece Kitabevi.

**KULA**, B. Onur (2013). **Marx, Benjamin, Adorno; Sanat ve Edebiyat**, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

**LOCKE**, John (2004). **İnsan Anlığı Üzerine Bir Deneme**, (Çev. Vehbi Hacı Kadiroğlu), 2. Basım, İstanbul: Kabalcı Yayınevi.

**MARX**, Karl, Friedrich Engels (2005). **Komünist Parti Manifestosu**, (Çev. Rekin Teksoy), 5. Baskı, İstanbul: Oğlak Yayıncılık.

**MARX**, Karl (1979). **Ekonomi Politüğın Eleştirisine Katkı**, (Çev. Sevim Belli), 4. Baskı, Ankara: Sol Yayınları.

**MUTLU**, Erol (2004). "Popüler Kültürü Eleştirmek", **Doğu Batı**, 15, 11-43.

**OKUTAN**, B. Birsen (2015). "Diyalektik Düşüncenin Negatif Seyri: Theodor Adorno", **Doğudan Batıya Düşüncenin Serüveni**, (Ed. Bayram Ali Çetinkaya), 4. Cilt, İstanbul: 789 – 817.

**ÖZLEM**, Doğan (2008). **Kültür Bilimleri ve Kültür Felsefesi**, 5. Basım, Ankara: Doğu-Batı Yayınları.

**PLATON** (1999). **Devlet**, (Çev. Sebahattin Eyuüboğlu-M. Ali Cimcoz), İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

**SIMMEL**, Georg (2009). **Bireysellik ve Kültür**, (Çev. Tuncay Birkan), İstanbul: Metis Yayınları.

**SKIRBEKK**, Gunnar – Nils Gilje (2014). **Antik Yunan'dan Modern Döneme Felsefe Tarihi**, (Çev. Emrah Akbaş – Şule Mutlu), 6. Baskı, İstanbul: Kesit Yayınları.

**SLATER**, Phil (1998). **Frankfurt Okulu**, (Çev. Ahmet Özden), İstanbul: Kabalcı Yayınevi.

**SOYKAN**, N. Ömer (2012). "Müzik Nedir?" Felsefi Bir Araştırma", **Doğu Batı**, 62, 29-43.

**SPINOZA**, Benedictus (2012). **Ethica**, (Çev. Çiğdem Dürüşken), İstanbul: Kabalcı Yayınevi.

**SWINGEWOOD**, Alan (1996). **Kitle Kültürü Efsanesi**, (Çev. Aykut Kansu), Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

**TOURAINÉ**, Alain (2016). **Modernliğin Eleştirisi**, (Çev. Hülya Uğur Tanrıöver), 10. Baskı, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

**TUĞCU**, Tuncar (1997). **Batı Felsefesi Tarihi**, 2. Baskı, Ankara: İlke Kitabevi Yayınları.

**WEST**, David (1998). **Kıta Avrupası Felsefesine Giriş**, (Çev. Ahmet Cevizci), İstanbul: Paradigma Yayınları.

**WICKE**, Peter (2007). "Prof. Dr. Peter Wicke ile Popüler Müzik Üzerine Bir Söyleşi: Mozart'tan Madonna'ya Müzik Endüstrisi", (Çev. Serpil Dalaman), **Cogito**, 51, 91-107.

**WILLIAMS**, Raymond (2004). "Teknoloji ve Toplum" (Çev. Aytaç Yıldız), **Doğu Batı**, 15, 221-233.

**WHITHAM**, Graham – Grant Pooke (2018). **Çağdaş Sanatı Anlamak**, (Çev. Tufan Göbekçin), İstanbul: Hayalperest Yayınevi.

**YAKIN**, Y.Aslı (2004). "Sınırdaki Yapılan Bir Çeviri Girişimi: Popüler Kültür", 2.Baskı, **Doğu Batı**, 15, 99-109.

## **ÖZGEÇMİŞ**

1990 yılında Konya'da doğdu. İlk ve Ortaokulu Konya'da tamamladı. 2009 yılında Selçuklu Lisesi'nden mezun oldu. 2010 yılında Muş Alparslan Üniversitesi Felsefe Bölümü'ne başladı. 2012 yılında Pamukkale Üniversitesi Felsefe Bölümüne yatay geçiş yaptıktan sonra 2015 yılında mezun oldu.

