

POSTMODERN SÖYLEM VE POPÜLER KÜLTÜR KAVRAMININ SEMANTİK DÖNÜŞÜMÜ*

POSTMODERN DISCOURSE AND THE SEMANTIC TRANSFORMATION OF THE CONCEPT OF POPULAR CULTURE

Güven SELÇUK^a

ÖZET

Birbirinden ayrı iki tarihsel dönem olarak nitelenen modernite ve postmodernite arasındaki kırılma noktası, 1970'li yıllardır. Gerçekten de sanatsal estetik ve kültür üzerine tartışmalardan, toplumla ilgili kuramsal çözümlere ve bilim felsefesindeki paradigma dönüşümlerine kadar oldukça geniş bir alanı kapsayan postmodernizm tartışmaları, 20. yüzyılın son çeyreğinde ortaya çıkmış bulunmaktadır. Bu süreçte karşımıza çıkan bir başka olgu ise, popüler kültürün semantik çerçevesindeki dönüşümdür. Yine 1970'lerle birlikte, kitle kültürü kavramının bilinçli bir şekilde terk edilerek, yerine popüler kültür kavramının kullanılmaya başlandığı görülmektedir. Önceleri "halkın yarattığı ve halka ait olan kültür, halkın kendi kültürü" anlamlarına gelen popüler kültür, postmodernist dönüşümle birlikte anlam kaymasına uğrayarak kitle kültürüne özdeş bir hale gelmiştir.

Anahtar Sözcükler: Popüler Kültür, Postmodernizm, Politik – Ekonomik Dönüşüm

ABSTRACT

The breakpoint between modernity and postmodernity -which are defined as distinct historical periods- is the 1970's. Indeed, the debates on postmodernism -which comprise a rather wide area from the discussions on aesthetic and culture to the theoretical analyses on society and to the paradigm shift in epistemology- emerged in the last quarter of the 20th Century. Another phenomenon encountered in this process is the transformation in the semantic framework of the concept of popular culture. Again with the 1970's, it is seen that the concept of mass culture is consciously forsaken, and the concept of popular culture is being used instead of it. Previously popular culture had the meanings such as; "the culture which is the creation of the (common) people - the culture which belongs to people - the people's own culture". But with the postmodern era, it became identical to mass culture by a semantic transformation.

Keywords: Popular Culture, Postmodernism, Politic – Economic Transformation

* Bu çalışma, Anadolu Üniversitesi, İletişim Bilimleri Fakültesi, II. Ulusal İletişim Öğrencileri Sempozyumu, 17-18 Kasım 2005 için hazırlanan Popüler Kültür Kavramındaki Anlam Kayması ve "Egemen Popüler Kültür"ün Postmodern Karakteri başlıklı bildirinin gözden geçirilmiş ve belli noktalarda eklemeler yapılarak açılmış halidir.

^a Öğr. Gör. Dr., Yaşar Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü. guven.selcuk@yasar.edu.tr

Kavramlar ve terimler zaman içerisinde çeşitli anlam değişiklikleri, kaymaları yaşayabilir. Örneğin bir kavramın iki yüz yıl önceki anlamı ile bugünkü anlamı birbirinden farklı olabilir. Bu anlam değişikliği bazen kendiliğinden olabilirken (dışarıdan bir etki olmadan spontane bir biçimde), bazen de bu anlam kayması bilinçli olarak ve belli amaçlar doğrultusunda yapılır. Siyaset bilimi literatürünün “sol” ve “sağ” kavramları burada basit ve konuya yakın bir örnek olarak verilebilir. Bilindiği gibi bu kavramlar ilk olarak Fransız Devrimi sırasında oluşmuştur. O dönemde parlamentonun sol kanadına yenilikçi burjuvazinin, sağ kanadına ise muhafazakâr aristokrasinin oturmuş olması, bu iki sınıfın bu tarihi iki sıfatı yüklenmesine neden olmuştur. Sanayi devrimi ile birlikte fabrikalarda kitlesel üretime geçilip de yepyeni bir sınıf (işçi sınıfı) doğana kadar da sol kavramı bir önceki yeni sınıf olan burjuvaziyi anlatagelmıştır. 18. yüzyılın son çeyreğinde oluşan bu iki kavram, işçi sınıfının oluşup, 19. yüzyılın özellikle ikinci yarısından itibaren iyice güçlenmesiyle önemli bir kayma geçirmiş ve bugünkü anlayışa ulaşmıştır. Bugün gelinen noktada o dönemin ilerici konumundaki burjuvazi, yelpazenin solunda değil sağında yer alır ve üstelik artık ilerici değil, tutucu ve muhafazakârdır. Yelpazenin solunda ise artık işçi sınıfı vardır ve bugün yenilik isteyenler onlardır.

Tarihin her döneminde, mevcut durumun (statükonun) değişmesini isteyen yenilikçi bir kesim ve karşısında statükonun varlığından hoşnut, yeniliğe kapalı ve doğal olarak elindeki gücü yitirmek istemeyen diğer bir kesim olagelmıştır. Bu tarihi gerçek, popüler kültür için de geçerlidir. Kültür alanında verilen savaşım da bu anlamda bir egemenlik mücadelesidir. Kapitalist ekonomi düzeni bugün elindekileri muhafaza etmek, sahip olduğu gücü yitirmemek için yenilikçi yapısını terk etmiştir ve doğal olarak varolan düzenin devamı ve sürekliliği için bir mücadele vermektedir. Popüler kültür de bugünkü koşullarda kapitalizmin elinde önemli bir silahtır; daha doğrusu önemli bir silah haline getirilmiştir.

Buradan hareketle tekrar kavramlar üzerindeki anlam kayması ve değişikliklerine dönülecek olursa, bu “silah haline getirilme” durumu da açıklık kazanmış olur. Ancak popüler kültürdeki anlam kaymasından önce, işe salt popüler kavramı üzerindeki anlam kay(dırıl)masından başlamak gerekir.

“Popüler” ve “Popüler Kültür” Kavramlarının Semantik Dönüşümü

Popüler kavramı bugün kullanılan şekilde “halk tarafından beğenilen, tutulan, sevilen; halkın tercih ettiği” anlamındadır. Oysa popüler kavramının tarihsel kökenine inildiğinde bunun böyle olmadığı görülür. Popülerin bugün yaygın bir şekilde kullanılan anlamı kapitalizmin yön vermesiyle oluşturulmuş, o’nun tercih ettiği anlamıdır. Kökeni kitle üretimine dayanan ve kitlesel bir biçimde üretilen kitle kültürünün yetersiz kaldığı alanlarda, onun boşluğunu doldurmak için “popüler” kavramının ve sonrasında “popüler kültür”ün anlamı çarpıtılmıştır.

Raymond Williams’ın belirttiği üzere ilk başlarda “popüler” sözcüğü, Latince’de “halka ait” anlamındaki *popularis* kelimesinden gelen hukuki ve siyasal bir terimdir. Örneğin 16. yüzyılda “popüler hükümet” ifadesi, bütün halk tarafından kurulan ve sürdürülen bir siyasal sistemi ifade etmektedir (Williams, 1981: 198). Ancak Siegelau (1983), İngilizce’deki tanımı ve dilbilimsel kaynağı geç ortaçağdaki “halka ait” anlamından gelmekte olan bu “popüler” kavramının, sivil toplumun ortaya çıkışı ve burjuva demokrasilerinin yükselişiyle yakından ilişkili olarak, bugünkü hâkim kullanımı olan “insanların çoğu tarafından sevilen ve tercih edilen” anlamına doğru bir evrim geçirdiğini belirtmektedir. Siegelau’a göre, bugün siyasal olarak seçim süreçlerinde ifadesini bulan “popüler egemenliğe” dayalı bir meşruluk talebiyle birlikte belirli bir “popüler” fikri, hâkim program ve eylemlerin onaylanmasının bir damgası olarak, gerçek bir mitoloji haline gelmiştir (Aktaran; Özbek, 1994: 81).

Dönüştürülmüş anlamıyla “popüler” sıfatı, siyasal alanda egemen politikaların ve uygulamaların kabulünü sağlar ve bu bağlamda meşrulaştırıcı bir işlev görür. “Kamuoyu” kavramı, egemen politikaların meşrulaştırma aracıdır. Ne var ki, halkoyunun tarihine bakıldığında, halkoyunun kendisi de burjuva egemenliğinin desteklenmesindeki aktif süreçten, zaman içinde, pasifize olarak bir sessiz çoğunluğa ve özellikle 20. yüzyılda tüketim yönelimli desteğe dönüşmüştür.

Dolayısıyla bu değişime uğramadan önce, popüler kavramı “halka ait, halkın olan” anlamında kullanılmaktaydı ve bu doğrultuda popüler kültür de, “halkın kültürü” ya da “halka ait olan kültür” anlamlarına gelmekteydi.¹ Eski haliyle halk/folk kültürüne yakın duran popüler kültür, uğra(tıl)dığı değişim sonucu bugün kitle kültürüne özdeş hale gelmiştir.

¹ Bu konuda bkz. (Lull, 2001: 103; Erdoğan, 1999: 23; Erdoğan, 2001: 66-67, 71).

İrfan Erdoğan, popüler kültürün bu eski tanımının 1970'lerin sonlarına kadar önemli ölçüde geçerli olduğunu, ancak bugün gelinen noktada popüler kültürün, "halkın yarattığı olan bir kültür, halkın kültürü" anlamından çok, "kitle üretim endüstrileri tarafından üretilen ürünlerin yaygın kullanımı" anlamına geldiğini belirtmektedir. Kavramın anlamı üzerindeki mücadele, kapitalizm lehine dönüşüme uğramıştır. Kavramdaki aitlik, kapitalist pazar mekanizmasına geçmiştir. Böylece popüler kültür, bir zamanlar ait olduğu yerinden edilerek, pazarda üretilen ve satılan diğer tüm mallar gibi, ticari bakımdan üretilen, pazarlanan ve satılan bir kültür biçimine sokulmuştur (Erdoğan, 2001: 72).

"Bu dönüşüm kendiliğinden ve tesadüfi olarak oluşmamıştır. Burjuva demokrasilerinin yükselmesi ve bu demokrasilerin popüler seçim özgürlüğüne dayanan meşruluk iddiası ve bunun siyasal alandaki ifadesi olan seçim süreciyle yan yana oluşmuştur. Böylece popüler ve popülerlik, yönetim politikaları, etkinlik ve uygulamalarının meşrulaştırıcı kabul damgası vurulmuştur. Popülerin bu egemen kullanılışı farklı alanlara taşındı ve yeni anlamlar yüklenerek egemen sistem için yaygın bir dayanak ve bilinç yönetimi rolleri üstlendi:... Popüler TV programı, popüler film yıldızı, popüler sporcu, popüler popçu, popüler politikacı, popüler müzik, popüler restoran, pop kültürü ve popüler olma gibi anlamlandırmalarla tercih edilen meşruluklar yaratıldı." (Erdoğan, 2001: 66).

Bu meşrulaştırma işlevi yanında bilinçli ve sistemli bir şekilde kitle kültürü kavramı terkedilmiş, bu kavramın özellikleri doğrudan popüler kültür kavramına yüklenmiştir. Gerçekten de, özellikle 1970'lerin sonu ve 1980'lerle birlikte, egemen ideoloji tarafından kitle kültürü yerine popüler kültür kavramının tercih edildiği ve kullanıldığı görülür. Bu kavramsal tercihin belli nedenleri vardır. Zaman içerisinde, kapitalist pazar ekonomisinin ürettiği kitle kültürü kavramı, yapılan kapsamlı ve nitelikli eleştirilerle birlikte negatif bir anlam yüklenmiştir. Kitle kültürü kavramının bu olumsuzlanmasında Frankfurt Okulu başta olmak üzere birçok akımın ve yazarın büyük etkileri olmuştur. Popüler kavramının bugünkü "popüler" anlamıyla söylenecek olursa, kitle kültürü popülerliğini yitirmiştir. Ayrıca kitle kültürünün dar olan içeriği de genişletilmek istenmiştir. Böylece yeni bir kavrama ihtiyaç duyuldu. Bu yeni kavram dil, sanat, edebiyat, müzik, eğlence, dinlenme etkinliklerini kapsayacak bir biçimde toplumsal ve bireysel yaşamın tümünü içine almalı, insan hayatının tamamını kontrol etmeliydi. Böylece zaten daha önceden anlamsal kaymaya uğratılmış olan popüler kavramına yönelme oldu. Popüler kavramı yeni anlamıyla "halkın beğendiği, tercih ettiği" manasında olduğu için yukarıda belirtilen meşrulaştırıcı işlevi de bünyesinde barındırmaktaydı. Dolayısıyla popüler kültür kavramı ortaya atıldı. Bu yeni kavram kitle kültürü kavramından daha geniş ve kapsayıcı, ideolojik işlev bakımından daha rafine, meşrulaştırıcı yönü çok daha kuvvetli ve daha "popüler"di.

David Shumway, egemen konumlandırmada, popüler kültürün meşrulaştırıcı işlevlerinin ön plana çıkarıldığına dikkat çeker ve bu egemen konumlandırmada popüler kültürün kitle kültürüne üstün tutulduğunu belirtir. Popüler kültür, kitle kültürüyle hemen hemen aynı yapıları ve etkinlikleri adlandırır, ancak onları tamamen farklı bir biçimde niteler. Shumway'e göre "popüler"; materyallerine olumlu bir değer veren bir terim iken, kitle kültürü, hemen hemen her zaman olumsuz bir yargıyı ima eder. Popüler kültür savunucularının popüler kültüre olumlu ve demokratik bir anlam yükleyerek, onu meşrulaştırma çabaları; yüksek kültüre atfedilen mitsel, tinsel, aşkın değerleri popüler kültüre yansıtarak, popüler kültürü göklere çıkarmaktadır. Böylece bu strateji, popüler kültürün yüksek kültür gibi aynı soylu amaçlara hizmet ettiğini göstermeye çalışır ve bu sayede popüler kültürdeki olumsuz, zararlı ve yıkıcı taraf gizlenir (Shumway, 1999: 375-381).

İrfan Erdoğan ve Korkmaz Alemdar da, 1994 yılında birlikte kaleme aldıkları *Popüler Kültür ve İletişim* adlı çalışmalarında, kitle kültürü yerine popüler kültür kavramının kullanımının yaygın hale gelmesinin bilinçli bir tercih olduğundan söz ederler ve bundaki amacın, terimi dar ve negatif anlamından çıkartıp; daha geniş bir çerçevede sanat, dil, müzik, yani kısaca toplumdaki ve evdeki tüm "dinlenme" etkinliklerinin eklenmesi olduğunu ileri sürerler. Yazarlara göre bu durum özellikle son on, yirmi yıldan beri yaşanmaktadır (Alemdar ve Erdoğan, 1994: 128).

Asıl önemli olan nokta da burasıdır. Çünkü söz konusu zaman dilimi aynı zamanda postmodernizmin bir söylem olarak yükselişe geçtiği, etki alanını genişlettiği ve yoğunlukla tartışıldığı bir dönemdir, yani -iddia edildiği üzere- modernite ve postmodernite arasındaki kırılma anıdır. 1970'li yıllar kapitalizmin son büyük krizine sahne olmuştur ve bu kriz kapsamlı bir yeniden yapılanma ile atlatılmaya çalışılmaktadır. Bu yeniden yapılanmanın üretim biçimi ve genel olarak birikim rejimindeki yansıması ise Fordizm'den post-Fordizm'e geçiştir. Moderniteden postmoderniteye ve Fordist birikim rejiminden post-Fordist birikim rejimine geçişle, kültür alanındaki çalışmalarda kitle kültürü kavramının terkedilip yerine popüler kültür kavramının kullanılmaya

başlaması hemen hemen aynı tarihlerde yaşanan değişimlerdir. Ayrıca Fordist üretim yöntemleriyle kitle kültürü ürünleri, buna benzer bir şekilde post-Fordist üretim yöntemleri ve mantığıyla egemen popüler kültür ürünleri arasında dolaysız bağlantılar ve benzerlikler de bulunmaktadır.

Kuşkusuz popüler kültür, yeni bir kavram değildir. Yukarıda da belirtildiği üzere kavramın eski kullanım alanı, halk/folk kültürüne yakın bir konumdadır ve halkın kendi yarattığı olan bir kültüre işaret eder. Popüler kültür kavramı, bugünkü egemen kullanım biçimiyle ve bugün işaret ettiği şeylere benzer olguları ifade etmek için, daha önceleri de (postmodern dönüşümden önce) kullanılmıştır. Ancak bu kullanım biçimlerinin tekil olarak ele alındığı unutulmamalıdır. Kavramın bugünkü egemen kullanım biçimine kavuşması, büyük bir yaygınlık kazanması ve akademik çevrelerde de tümel olarak kullanılmaya başlanması 1970'lerden, yani postmodern dönüşümden sonra olmuştur.

Micheal Real, popüler medya ve kültür üzerine spesifik kültürel çalışmaların, özellikle İngiltere'de Stuart Hall'la birlikte 1980'lerde, Amerika'da ise James Carey'le 1970'lerde başladığını belirtir (Real, 1999: 326-346). Popüler kültür üzerine spesifik araştırmaların asıl olarak 1970'lerden sonra başlaması ve yine akademik çevrelerde bugünkü anlamıyla kullanımının postmodernizm tartışmalarıyla aynı döneme denk gelmesi, kuşkusuz bilim adamlarının, yazarların, düşünürlerin bilinçli bir manipülasyonu olarak düşünülemez. Ancak burada asıl önemli olan şey, popüler kültür kavramının bugünkü anlamının, çok açık bir biçimde kapitalizmin (kitle kültürü yerine) tercih ettiği anlamı olduğudur. Bu noktada popüler kültür üzerinde oldukça belirgin bir ideolojik mücadele göze çarpar.

Popüler Kültürün Postmodern Karakteri

Postmodernizm, Fredric Jameson'un tabiriyle geç kapitalizmin kültürel mantığını oluşturur.² Popüler kültür de geç kapitalizmin bu kültürel mantığıyla uyum içindedir. Egemen popüler kültür, postmodernizm içinde anlamını bulur. Postmodernizm, popüler kültürü çevreler, popüler kültür ise ona içkindir. Postmodernizm, günümüzdeki kapitalizmin kültürel çerçevesini oluşturması bağlamında genelleyici bir kavramdır. Oysa bugünkü popüler kültür, postmodernist kültürün gündelik yaşama ilişkin olan ticari yönü ve bir tür tüketim kültürüdür.³

Postmodern sözcüğünün etimolojisinde belirleyici olan "post" sözcüğüdür ve bu sözcük İngilizce, Fransızca gibi dillerde "sonrası" anlamına gelmektedir. Buna göre postmodern de, modern olarak tanımlanan bir aşamadan sonra gelen yeni bir aşamadır. Buna bağlı olarak neredeyse tüm postmodern yazar ve düşünürler için eski olandan bir kopuş ve bir toplumsal değişim vardır.

Steven Best ve Douglas Kellner'in *The Postmodern Turn* isimli kitaplarının ilk bölümü, "post"lar çağı (*the time of the posts*) başlığını taşır. Yazarların da belirttikleri üzere pek çok düşünür, bir "post"lar çağında yaşamakta olduğumuzu ileri sürmektedir. Sanayi sonrası (postindustrializm), post-Fordizm, post-Marksizm, posthümanizm, tarih sonrası (*posthistory*) ve postmodernizm; söz konusu "post"lar çağının, onlarca kuramı arasında ilk akla gelenlerdir. "Post" sözcüğü, önceki verili durumun yerini yeni bir aşamanın alması anlamında tarihsel bir ardışıklık ifade eder ve bu nedenle ilk başta dönemeleştirici bir terim olarak işlev görür. "Post" söylemi, bazı durumlarda, eski olanın geçip gitmesi ve yeni olanın geliş anlamında, bir kopuş ya da kırılma düşüncesi ile bağlantılıdır (Best ve Kellner, 1997: 3).

Aslında postmodernizm, ne herhangi bir kuram ne de bir ilkeler bütünüdür. Yine postmodernizme özgü bir metodoloji de söz konusu değildir. Bu nedenle postmodernizmin tanımını yapmak ya da alanı ile ilgili herhangi bir çerçeve çizmek pek kolay değildir. Ancak, postmodern çözümlene ya da yaklaşımlar için en

² Jameson "geç kapitalizm" kavramını Ernest Mandel'in aynı isimli kitabından (2008) ödünç almaktadır. *Geç Kapitalizm*'de Mandel, 18. yüzyıl sonlarındaki "orijinal" -ve esas- sanayi devriminden bu yana, kapitalist üretim tarzının meydana getirdiği üç genel teknolojik devrimi şu şekilde sıralar: 1) 1848'den beri makine yapımı buharlı motorun sanayide genelleşmesi, 2) 1890 sonrasında elektrikli ve içten yanmalı motorların kullanımının genelleşmesi ve 3) 1940 sonrasında makinelerin elektronik aygıtlar vasıtasıyla kontrolünün genelleşmesi ve aynı zamanda nükleer enerjinin kullanımının giderek yaygınlaşması (Mandel, 2008: 163-167). Jameson'un da belirttiği üzere bu dönemselleştirme Mandel'in kitabındaki genel tezin altını çizmektedir. Bu doğrultuda kapitalizmin tarihinde her biri bir önceki aşama üzerinde diyalektik bir genişlemeye tekabül eden üç *moment* söz konusudur. Bunlar da sırasıyla 1) piyasa kapitalizmi, 2) tekelci kapitalizm ya da emperyalizm aşaması ve nihayet 3) içinde bulunduğumuz dönemdir (Jameson, 1990: 93; 1991: 35). Dolayısıyla Jameson'a göre postmodernizm, işte tam da bu son aşamaya denk gelmektedir.

³ Postmodernizm ve tüketim kültürü kavramları ile bu iki kavram arasındaki ilişkiyi bütüncül bir biçimde ele alan temel bir çalışma için bkz. (Featherstone, 1996).

azından ortak bir noktadan söz edilebilir. Postmodernizm, genel olarak modernizmin, modernizmin temel kavramlarından biri olan rasyonelliğin ve bilim felsefesinin (epistemolojinin) yadsınması olarak düşünülebilir. Bir başka deyişle postmodernizm, olumsuzlukla tanımlanabilmektedir. Bununla beraber, bu ortak çizginin dışında postmodern söylemin farklı, hatta karşıt çözümler içerdiği açıktır. Örneğin bazı düşünürler, postmodern kavramını bir özgürleştirme süreci, yeni toplumsal oluşumlar, yeni tür siyasi kimlikler yaklaşımı ile özdeş bir çerçevede ele almaktadır. Bunun tam tersi olarak, umutsuzluğu ve toplumsal çaresizliği yansıtan bir yorumlama yaklaşımı olarak da kullanılabilir. Bu çerçeve içinde, postmodernizmi bir kuram ya da kuramlar bütünü olarak tanımlamak pek mümkün görünmemektedir. Bu nedenle postmodernizmi, içinde farklı eğilim ve yaklaşımların yer aldığı, sınırları belli olmayan bir alan olarak düşünmek gerekir (Şaylan, 2002: 28, 29).

Bugün kullanılan anlamıyla postmodern söylem; eski aşamaya özgü her şeyin bittiğini, kuram, ideoloji, insancılık ya da avangard gibi kültürel değer ya da kavramların son bulduğunu öne sürmektedir. İnsan ve topluma yönelik her türlü düzenleme önerisi de, bireyin özgürlüğünü kısıtlayacağı gerekçesi ile reddedilmektedir. Bu doğrultuda postmodern söylem, “meta anlatılar – büyük hikâyeler” olarak tanımladığı, toplum yaşamına ilişkin tüm sistemleri ve fikirleri (aydınlanma düşüncesi, sosyalizm, Marksizm gibi) de yadsır (Şaylan, 2002: 41).

Postmodern düşüncenin içinde saklı olan siyasal anlam; -özellikle maddi ilerleme, sosyal reform ve toplumsal olarak planlanmış hedeflere ulaşma doğrultusunda bürokratik araçların uygulanması gibi konulara yaptığı vurguyla- “aydınlanma projesinin” tarihsel açıdan sona ermiş olduğudur. Denis McQuail bu doğrultuda postmodernizmi; hızlı bir toplumsal değişme, sanayileşme, fabrika sistemi, bürokratik örgütlenme biçimleri ve kitlesel siyasal hareketlerle karakterize olan modern dönemin bir geç aşaması olarak nitelendirmektedir. Bu anlamda postmodernizm terimi, kronolojik ve kavramsal açıdan modernizmden açık bir kopuşa işaret etmektedir.⁴ Özetle söylenecek olursa, postmodern düşünürler göre rasyonel ve doğrusal (*linear*) modern çağ sona ermekte, artık toplumla ilgili güvenilir ve büyük ölçekli düzenleyici fikirler -ya da diğer bir deyişle ideolojiler- ve sabit kültürel değerler bulunmamaktadır. Deneyim ve gerçeklik ise, aldatıcı ve geçicidir (McQuail, 2005: 131-133).

Tüm bunların yanı sıra, içinde bulunduğumuz ve “postmodern” olarak adlandırılan dönemde, sistemin kendi içsel çelişkilerinin giderek büyüdüğü görülmektedir. Kapitalizmin bu yeni aşamasında, belirgin bir sınıf yapısının kalmadığı, toplumun homojenleştiği ve giderek sınıfsız bir topluma doğru yol alındığı iddia edilmesine rağmen, gerçekte sınıfsal karşıtlıkların ve eşitsizliklerin ortadan kalkmak yerine mütemediyen keskinleştiği de, gözle görünen bir olgudur. Yeniden yapılanmanın temel söylemlerinden biri olan küreselleşme, dünyanın giderek küresel bir köye dönüştüğü, ulus devletin işlerliğini yitirdiği, ülkeler arasındaki sınırların giderek geçirgenleştiği savları üzerinde temellenmektedir. Ancak bunlar, gerçekte var olan durumun üzerini örtmeye; sınıflar, ülkeler, bölgeler ve kıtalar arasındaki eşitsizlikleri gizlemeye; sermayenin tüm dünyada serbest dolaşımını sağlamaya ve yine sermayenin bizzat kendisinin uluslararası bir aktör kimliğine kavuşarak ulus devletin yerini almasına yönelik düzenlemelerdir.

Görüldüğü -ve aşağıda görüleceği- gibi postmodern söylem, estetik-sanat-kültür tartışmalarından toplum düzenine ve pratiğine, yine toplumla ilgili kuramsal çözümlere⁵ ve epistemolojiye kadar çok geniş bir alanda ortaya çıkan tartışmaları ve yeni yaklaşımları içermektedir. Kuşkusuz böyle bir çalışmanın sınırlılıkları

⁴ Bu konu oldukça tartışmalı olduğu için, şu noktada bir parantez açmak yerinde olacaktır. Yukarıda birkaç kez değinildiği üzere, kimi kuramcılar açısından postmodern dönemde “modern olan”dan radikal bir kopuş vardır. Ne var ki, oldukça sağlam temellere dayanan karşıt görüşlerden de mebzul miktarda bulunabilir. Örneğin Habermas (1990), bizzat modernliğin kendisini henüz tamamlanmamış bir proje olarak görürken; David Harvey (2004: 116), modernizmin engin tarihi ile postmodernizm denen akım arasında, farklılıktan çok bir süreklilik olduğu sonucuna varmakta ve postmodernizmi, modernizmin bağrında tikel bir kriz olarak değerlendirmenin kendisine daha anlamlı görüldüğünü belirtmektedir. Zira Harvey’e göre (2004: 189), 1973’ten beri kapitalizmin yüzeyinde ya da dış görünüşünde belli bir değişim yaşanmasına karşın, kapitalist birikimin altta yatan temel mantığı ve kriz eğilimleri herhangi bir biçimde değişmemiştir, hala aynıdır. Yine George Ritzer’e göre -yukarıda anılan- Jameson’un *Postmodernism, or The Cultural Logic of Late Capitalism (Postmodernizm ya da Geç Kapitalizmin Kültürel Mantığı)* adlı daha sonra bir kitap haline alan makalesi, modernite ile postmodernite arasında hiçbir ayrı dönem olmadığı üzerine yapılan tartışmalardan en iyi bilineni ve etkilisidir. Ritzer’e göre bu başlık, Fredric Jameson’un, şu anda “geç” aşamasında olan kapitalizmin bugünün dünyasına hâlihazırda egemen olduğu şeklindeki Marksist yaklaşımını çok açık bir biçimde ortaya koymaktadır. Ne var ki kapitalizm, artık yeni bir kültürel mantık -postmodernizm- geliştirmiştir. Diğer bir deyişle söylenecek olursa, kültürel mantığı değişmiş olmasına rağmen, temel ekonomik yapısı, kapitalizmin erken biçimleriyle tutarlıdır, yani hala “modern”dir. Üstelik Ritzer’e göre kapitalizm, kendini korumak amacıyla kültürel bir sistem oluşturma gibi, eski hilelerine de aynı şekilde devam etmektedir. Dolayısıyla George Ritzer de, günümüzün postmodern toplumunun, modern atasından belli açılardan önemli ölçüde farklı olmasına rağmen; bu ikisi arasında kuşku götürmeyecek biçimde büyük bir sürekliliğin de mevcut olduğunu söyler (Ritzer, 1998: 225-226, 231).

⁵ Postmodern toplum teorileri hakkında bkz. (Smart, 2000: 317-366; Kellner, 2000: 367-404).

içerisinde tüm bu alanlara değinme olanağı bulunmamaktadır. O nedenle bu noktada konunun diğer veçhelerini bir yana bırakıp, postmodernizm olgusuna salt kültürel açıdan odaklanmak ve popüler kültürle bağıntısını ortaya koymak gerekmektedir.⁶

Kültürel açıdan postmodernizm; gelip geçici, anlık, yüzeysel ve akıldan çok hislere seslenen kültür formlarını destekler. McQuail, toplumsal değerlerin ve popüler kültürün gerçek anlamda bir değişiminden güç aldığını belirttiği postmodernizmin; kültürel açıdan değişken, istikrarsız, mantıksız ve hedonist olduğunu ileri sürmekte, öte yandan ticarileşmiş popüler kültürün de, çok açık bir biçimde postmodernist öğeler barındırdığını söylemektedir. Yine postmodernizmin kültürel estetiği içerisinde geleneğin reddi, anlık eğlence, nostalji, pastiş, kolaj, değişkenlik ve tutarsızlık gibi unsurlar bulunmaktadır. Televizyon, reklamcılık ve popüler müzik, bugünün egemen sanatları haline gelmiştir. Kuşkusuz postmodern *ethos**, önceki kültürel perspektiflere nazaran, piyasayla çok daha içli dışlı ve ticarete çok daha fazla elverişlidir. Günümüzdeki reklam formları -özellikle de televizyondakiler-, yukarıda bahsedilen kültürel özelliklerin pek çoğunu kendi içinde sergilemektedir (McQuail, 2005: 131-133).

George Ritzer, Fredric Jameson'un "postmodern toplum" imgesinin beş temel unsurundan bahseder ve bunları kendi çalışmasının temel kavramı olan "toplumun McDonaldlaştırılması" olgusuyla ilişkilendirir (bkz. 1998: 226-232). Kuşkusuz Ritzer'in üzerinde durduğu bu beş öge, aynı zamanda "postmodern kültür"e de ilişkindir ve McDonaldlaştırmanın ötesinde, günümüzün popüler kültür olgusuyla da bağlantıları açıkça ortaya konabilir. Doğal olarak Jameson öncelikle, postmodernite ile geç kapitalizm arasında bir bağ kurar. Bu bağlantı rastlantısal değildir; postmodernizm, geç kapitalizmin kültürel mantığını simgeler ve bu doğrultuda oluşturulmuştur. "Halkın kendi yarattığı olan kültür"den, "çok kişi tarafından beğenilen, sevilen ve tutulan kültür"e doğru dönüştürülmüş anlamıyla popüler kültür ile geç kapitalizm arasındaki bağıntı aşikârdır. Kapitalizmin daha erken dönemlerinde popüler kültür, halkın kendi otantik kültürünü anlatan bir kavram iken, geç kapitalist dönemde kitle kültürü tarafından kuşatılmış⁷ ve postmodern bir karaktere sahip olmuştur.

İkinci olarak Jameson'da postmodern toplum, yüzeysellik karakterize edilir ve bu toplumun kültürel ürünleriyle temel anlamlar arasında derin bir bağlantı bulunmamaktadır. Andy Warhol'un o çok bilinen Campbell çorba kutuları resmi, bu yüzeysellik durumuna iyi bir örnek olarak verilebilir. Zira gerçekten de bu resim, çorba kutularının kusursuz temsillerinden başka bir şey değildir, yani o derece yüzeyseldir. Ritzer'in postmodern kuramla özdeşleşmiş kilit bir terimle ifade ettiği üzere bu resim, insanların orijinal ile kopyayı birbirinden ayıramadığı bir *simulacrum*'dur.⁸ Bir *simulacrum* aynı zamanda kopyanın kopyasıdır. Warhol'un da bu tabloyu kutuların kendilerinden değil, resimlerinden yaptığı söylenir. Bu bağlamda simulacrum, yüzeysel bir şeydir (Ritzer, 1998: 226-227). Jameson'un bu yüzeyselliği anlatmak için verdiği diğer bir örnek ise, Van Gogh'un köylü pabuçlarını resmeden ünlü tablosuyla, Andy Warhol'un *Elmas Tozu Pabuçlar (Diamond Dust Shoes)* isimli tablosu arasında yaptığı karşılaştırmadır. Jameson'a göre yüksek modernist "an" ile postmodernist "an" arasındaki fark, bir bakıma Van Gogh'un pabuçlarıyla Warhol'un pabuçları arasındaki fark gibidir. Bu iki tablo ya da dönem arasındaki farkların en aşikârı da, Jameson'un ifadesiyle yeni bir düzlük (*flatness*) ya da sığlığın (*depthlessness*), kelimenin gerçek anlamıyla söylenecek olursa yeni bir tür yüzeyselliğin (*superficiality*) ortaya çıkmış olmasıdır (Jameson, 1990: 65-71; 1991: 6-9).

Halkın otantik kültürü anlamındaki popüler kültürün, kuşkusuz bu yüzeysellik bir ilişkisi yoktur. Ancak bugünün popüler kültürü ise, tam da Jameson'un bahsettiği türden bir yüzeysellik karakterizedir. Hatta denebilir ki, "yüzeysellik", popüler kültürün *motto*'sudur. Örneğin pop yıldızlarıyla hayranları arasındaki ilişkinin sığlığı, kendi başına popüler kültürdeki yüzeyselliğin bir göstereni sayılabilir. Ya da sözgelimi Sergei Eisenstein'in *Potemkin Zirhlisi* filmine kıyasla bir çağdaş popüler kültür ürünü olarak Quentin Tarantino'nun -aslında yine postmodern sinemanın örneklerinden sayılan- *Pulp Fiction*'ına ya da *Kill Bill*'ine bakıldığında, popüler kültürdeki yüzeysellik hali daha iyi kavranabilir. Zira Tarantino'nun burada anılan iki filmi -ki aslında popüler kültür içinde örnekler istenildiği sayıda çoğaltılabilir-, getirdikleri üslupsal yeniliklere rağmen, toplumsal ya da siyasal açıdan herhangi bir eleştiri getirmezler ve özüne bakıldığında gerçekten de bir şey söylemezler. Bilhassa *Pulp Fiction*'daki ana karakterler arasındaki diyaloglar, yüzeysellik açısından eşsiz birer örnektir.

⁶ Popüler kültür ve postmodernizm arasındaki ilişki için ayrıca bkz. (Connor, 2001: 270-293, Docker, 1997).

* *ethos*: değer ve inançlar sistemi

⁷ Popüler kültürün kitle kültürü tarafından kuşatılması hakkında bkz. (Oskay, 2001).

⁸ *Simulacrum* sözlük anlamı olarak; hayal ve taklidi ifade eder. Jean Baudrillard'ın *simulacrum*, simülasyon ve üçüncü simülakra çağı olarak adlandırıldığı postmodernlik hakkında bkz. (Baudrillard, 1998).

Üçüncü olarak Jameson, postmoderniteyi duygu ya da etkinin azalmasıyla karakterize etmekte ve Warhol'un neredeyse bir fotoğraf etkisi veren ünlü Marilyn Monroe resmiyle, Edvard Munch'un *Çığlık* tablosunu karşılaştırmaktadır. Klasik bir modernist resim olarak tanımlanabilecek Munch'un tablosunda resmedilen insan imgesi; umutsuzluk, yabancılaşma yalnızlık ya da derin bir bunalım gibi duyguları açığa vururken, Warhol'un Marilyn Monroe tablosunda ise hemen hiçbir gerçek duygu ifadesi bulunmamaktadır (Ritzer, 2008: 227). Popüler kültür açısından benzer bir karşılaştırma müzik alanında yapılabilir. Klasik müzikte geç romantik dönemin büyük bestecisi Tchaikovsky'nin ölümünden kısa bir süre önce bitirdiği *altıncı senfonisi*ndeki ya da klasik dönemden romantik döneme geçişin temel figürü olan Beethoven'in *Ayıştığı Sonati*'ndaki duygu yoğunluğu düşünüldüğünde; 1970'lerden başlayarak 2000'lere uzanan elektronik ya da tekno müzikteki tekdüzelik, hissizlik ve soğukluk, Jameson'un sözünü ettiği etkinin azalması ya da hislerin sönmesi olgusunun popüler kültürdeki karşılığıdır. Gerçekten de bu tür müzikte dinleyicinin hislenmesi, genellikle aldığı uyuşturucunun; içine girdiği öfori (*euphoria*) ise, aldığı uyarıcının miktarına doğrudan endekslidir.

Dördüncü öge Jameson'a göre, postmodern dünyada tarihselliğin kaybolmasıdır. Geçmiş ve bugün ayrılmaz bir biçimde iç içe geçmiştir. Günümüz insanında geçmiş, bugün ve gelecek arasında herhangi bir ayırım yapamama hali, bireysel düzeyde bir tür şizofreni olarak kendini ortaya koyar. Postmodern birey için olayların bir bütünlüğü yoktur, aksine parça parçadır ve sürekliliğini kaybetmiştir. Jameson, bu "geçmiş bilememe" halinin; "geçmişin bütün biçimlerine yönelik rastgele bir yamyamlığa" ve postmodernistlerin *pastiş** adını verdiği kavramın yaratılmasına yol açtığını ifade eder. Ritzer'e göre bu pastişin en iyi örneği ise; geçmiş, bugünü ve geleceği birbirine karıştırıp, adeta bir çorbaya çeviren Disney Dünyası'dır. Üstelik bu tür yerlere giden ziyaretçiler de, zamanın geçişiyle ilgili bir duygudan bağımsız olma eğilimindedirler ve sistemi dizayn edenler de, bu durumu yaratmak için bilhassa çaba sarf ederler. Her ikisinde de gözle görünür yerlerde saat bulunmamasıyla dikkat çeken alışveriş merkezleri ve Las Vegas kumarhaneleri, zamanın adeta durduğu yerlere verilebilecek belki de en iyi örneklerdir (Ritzer, 1998: 228, 229). Disney Dünyası, büyük alışveriş merkezleri ya da tüm ışığıyla -ve sadece kumarhaneleriyle değil- bir bütün olarak Las Vegas gibi yerlerin, sözcüğümleri "popüler kültür dendiğinde zihninizde canlanan ilk on mekân neresidir?" şeklindeki bir soruya verilecek yanıtlar arasında ilk sıralarda yer alması oldukça muhtemeldir. Gerçekten de popüler kültürde tarihsellik unsuru yoktur. Gündelik yaşamın kültürü olarak geçmiş ve gelecekte bağımsızdır, sadece bugüne ilişkindir.

Beşinci ve son olarak ise Jameson, postmodern toplumla yeni bir teknolojinin bağlantılı olduğunu ileri sürer. Özellikle televizyon ve bilgisayar gibi *yeniden-üretim yapan teknolojilerin (re-productive technologies)* ve elektronik medyanın egemenliğinden bahseden Jameson, bu yeni teknolojilerin otomobil montaj bandı gibi artık eskimiş bulunan üretken teknolojilerin yerini aldığını belirtir. Sanayi devriminin "heyecan verici" teknolojilerinin aksine, bu yeni teknolojiler, varolan bütün imgeleri düzleştirir ve aynı zamanda birbirinden ayırt edilemeyecek bir hale getirir. Postmodern dönemdeki bu "içe patlayan" (*implosive*) teknolojiler, modern dönemdeki "dışa patlayan" (*explosive*) teknolojilere kıyasla, şüphesiz çok daha farklı kültürel ürünler yaratmıştır (Ritzer, 1998:230). Jameson ve Ritzer'in izinden giderek söylenecek olursa, bugünün popüler kültürü, varlığını tam da bu yeniden-üretim yapan ve içe doğru patlayan teknolojilere borçludur. Çünkü bu yeni teknolojiler, yani televizyon, internet, elektronik ve dijital medya, vb.; halkın yarattığı popüler kültürün değil, ama kitle kültürü tarafından kuşatılan günümüz popüler kültürünün yayıldığı başlıca mecralardır.

Tüm bunların ötesinde, postmodern dönemde sürüleşmiş ve standartlaşmış birey yerine kişiliği, karakteri, tutumları ve tercihleri farklılaşmış bireyler ortaya çıkmıştır. Popüler kültür de bireylerin bu yönüne vurgu yapar, farklılığa ve bireyselleşmeye önem verir. Postmodernizm ve popüler kültürün bu özellikleri, post-Fordist üretim biçimi ve mantığında altyapısını bulur. Çünkü Fordizm türdeş malların seri ve kitlesele üretime dayanırken post-Fordizm, ürün farklılaşması yüksek, farklı tüketici tercihlerine yönelik küçük deste üretime dayalıdır. Kısa zamanda değişen tüketici tercihlerine, yine çok daha kısa zaman dilimlerinde yanıt verilebilmesini sağlayan post-Fordist üretim sisteminin esnek yapısı, dijital teknolojinin ve bilgisayarların üretim süreçlerine dâhil olmasıyla mümkün olabilmektedir. Fordist dönemin tek tip ürün üretmeye yönelik rijit teknolojik düzenlemeleri yerine, post-Fordist dönemin farklı türde ürünler üretmeye dönük esnek teknolojileri, postmodern dönemde farklılaşmış bireylerin taleplerine daha hızlı bir biçimde yanıt verilebilmesini sağlamıştır. Bu açıdan bakıldığında popüler kültür ise, teknolojinin sağladığı olanaklarla üretim sürecinde sürekli artmakta olan devir hızını, tüketim cephesinde de arttırmaya yönelik -zira burada bir artış olmadığı sürece, ilkindeki artış da anlamsızdır- bir enstrüman işlevi görmektedir.

* pastiş: Çeşitli yapıtları taklit edip hicvederek yapılan müzik parçası ya da resim.

Postmodernizm ötekiliğe ve farklı alt kimliklere vurgu yapar. Örneğin kadın hareketi, eşcinseller, siyahlar, bölgesel özerklik savunucuları, dinsel gruplar, vb. postmodern düşüncenin temel beslenme kaynaklarıdır. Postmodernizm, tüm bu gruplar adına tekleştirilmiş ortak bir sesle konuşan modernizme karşı, bu grupların kendi isimleriyle, kendi sesleriyle konuşmalarını ve meşrulaştırılmalarını savunur. Postmodernizmin bu çoğulcu ve sözde özgürleştirici tavrı, popüler kültürde de bulunur. Bugün herhangi bir gazete-dergi bayisine bakıldığında; genellikle birkaç büyük medya grubu bünyesinde basılan ve her yaşa, her cinsiyete, çeşitli kişisel zevklere yönelik yığınla dergi bulunur. Örneğin kadınlar, popüler kültürün de çok üzerinde durduğu gruplardan biridir.⁹ Bu bayilerde en çok kadınlara yönelik dergiler göze çarpar. Erkeği elde etmenin on altın kuralı, yine erkeğin sevdiğinden ya da kadını aldattığından emin olmak için çeşitli testler, doğru makyaj teknikleri, hangi giysilerin o mevsim ön planda olduğu, kusursuz bir vücuda sahip olmak için hangi egzersizlerin yapılması gerektiği, hangi ünlünün hangi ünlüyle ne zaman, nerede, ne yaptığı gibi konular, bu dergilerde bıkmadan usanmadan her sayıda farklı biçimlerde yerlerini alırlar. Yalnız kadınlara yönelik basılan bu popüler kültür dergileri, kadınların özgürlüğünü ve bağımsızlığını dile getirdiği iddiasındadır ama gerçekte kadınları olabildiğince aşağılayarak köleleştirir; “kadınlara” değil, kadın kimliğini ve cinselliğini tam anlamıyla metalaştırarak “piyasaya” hizmet eder.

Postmodernizm, yeni bir estetik ve sanat anlayışı olarak modern sanattan ayrılır. Bir sanat akımı olarak “modernizm”, 19. yüzyılın sonlarından 1960'lara kadar görsel sanatlardan (resim, heykel, vb.), edebiyata ve müziğe kadar bütün sanat dallarına egemen olan bir estetik ve sanat anlayışıdır. Sanatta postmodernizm tartışmaları 1960'lı yıllarda özellikle New York sanat çevrelerinde modern sanat ve estetik anlayışına karşı bir tepki ve eleştiri olarak gündeme gelmiştir. Hemen hemen aynı yıllarda doğan ve büyük bir hızla yaygınlaşan bir sanat akımı da, popüler kültürün beslediği ana damarlardan biri olan pop-art (popüler sanat)'tır. Pop-art'ta da modernizm ve modernist sanat anlayışına bir tepki söz konusudur ve bu açıdan ele alındığında yeni bir sanat üslubu olarak pop-art, modern sanat anlayışına karşı postmodern bir tepki olarak görülebilir (Şaylan, 2002: 91). Dolayısıyla pop-art kavramını, popüler kültürün ve postmodern sanat anlayışının keşiştiği bir kavşak olarak ele almak gerekir.

Pop-art, modern sanattan farklı olarak, konu ile ilgilenmez ve herhangi bir mesaj iletme kaygısında değildir, hatta bu düşünceye radikal bir biçimde karşı çıkar (2002: 91). Sanat eserinin ne anlattığından çok nasıl anlattığı önemlidir, bir başka deyişle pop-art içerikten çok biçime önem verir. Pop-art, konularını genellikle günlük yaşamdan alır ve bu konuları herhangi bir yorumda bulunmadan, eleştiriye tabi tutmadan ve herhangi bir mesaj yüklemeyen olduğu gibi yansıtır. Sanatın işlevi, yaşama yön vermek ya da eleştirmek değil, onu olduğu gibi yansıtmaktır. Pop-art'ın bu karakteristiği postmodern sanat anlayışı ve popüler kültürle birebir örtüşür.

Pop-art'ın yaratıcılarından biri ve belki de en tanınmış olan Andy Warhol, aynı zamanda postmodernist sanat anlayışının öncüleri arasında gösterilmektedir. Warhol'a göre, sanatın bir misyonu olması gerekliliği anlamsız bir görüştür, sanatın temel işlevi yaşamın yansıtması olmalıdır. Çağdaş kapitalist toplum, kitle toplumdur ve bu toplum içindeki tüm insan ilişkileri anonimleşmiştir. O halde bu tür bir toplumda yaşamı yansıtacak olan sanat; anonim ilişkiler içinde kaybolan, kitlenin mekanik bir parçası haline gelen ancak bu kitle içinde farklı olma gereksinimi duyan bireye yönelik olmalıdır. Bu noktada kitlelilik ve anonimlik ile özel olma gereksinimi aynı potada eritilmektedir. Warhol'un yukarıda da bahsi geçen Marilyn Monroe resmi çoğaltılarak, milyonlarca poster (kopyası) yapılmıştır. İnsanlar oldukça ucuz olan katıksız popüler kültür ürünü bu posterleri kolaylıkla satın alarak evlerinin, odalarının duvarlarına asabilmektedir. Warhol ayrıca, resmi yaparken görüntü ile istediği gibi oynayabileceğini, böylece posterini satın alan kişinin “kendini özel hissedeceğini” belirtmiştir (Şaylan, 2002: 92-93). Böylelikle Warhol, kitleleşmiş toplum yapısı içinde kaybolan, standartlaşan, tektipleşen ve tüm bunların neticesinde farklı olma gereksinimi duyan bireye, tam da arzu ettiği şeyi vermektedir. Görüldüğü gibi pop-art, postmodernizm ve popüler kültür, değinilen tüm bu alanlarda iç içe girmektedir.

Bunların yanı sıra, modernist sanat eserinde özgünlük ve farklılık önemlidir. Bu doğrultuda sanatçı, tüm yaratıcı kapasitesini kendinden öncekilerden farklı ve özgün bir yapıt ortaya koymak için kullanmak zorundadır. Postmodernist sanat anlayışı ve pop-art içinse, özgün olmanın hiçbir gereği ve anlamı yoktur. Sanat için kullanılacak tüm teknikler zaten kullanılmış durumdadır ve sanat gelebileceği son noktaya gelmiştir. Bu nedenle yeni akımlar peşinde koşmanın ve sanatta avangardın bir önemi kalmamıştır. Bunun yerine eski biçimlerin taklidi (*kitsch*) ön plana çıkar. Kitlelerin zaten önceden bildiği biçimlerin ve nesnelerin taklidi olarak

⁹ Feminizm ve popüler kültür üzerine ayrıca bkz. (Strinati, 2000: 177-219).

kitsch, kuşkusuz özgünlüğe, yeniliğe ve farklılığa önem veren modern sanat anlayışı tarafından aşağılanacak, değersiz bir şeydir. Ancak Şaylan'ın da belirttiği üzere (2002: 99) postmodernistler bu görüşe kesinlikle katılmazlar ve taklidi, sanat açısından estetik bir yaratıcılık olarak görürler. Yine postmodern sanat anlayışı, estetik ölçüt olarak, kitlelerin beğenisini ön plana alır, ortalama insanın beğendiği şey sanat açısından estetikdir. Kuşkusuz bu anlayış, sanatın metalaşmış yönüyle örtüşür, çünkü kitlelere ne kadar çok sanat satılırsa, ticari getiri de o oranda artar. Bu nedenle postmodern sanatın bu anlayışı, açıkça popülisttir ve bu popülizm, dönüştürülmüş popüler kültürün egemen anlamıyla ve popülist yanıyla büyük bir uyum içindedir.

Bilindiği gibi modern sanat seçkinci (elitist) bir anlayışa dayanmaktadır. Modern sanat eserinin karmaşık bir biçimi vardır, bu nedenle algılanması zordur. Modern sanat yapıtı, yoğun bir düşünsel ve sanatsal çabayla ortaya çıkar, bu nedenle modern sanatı tüketen kişinin de eseri tam olarak algılayıp kavrayabilmesi için ortaya bir çaba koyması gerekir. Ancak bu çabayı ortaya koyabilmek için de, konu üzerinde belli bir bilgisinin olması, yeterli bir eğitim sürecinden geçmiş olması gereklidir. Modern sanat bu nedenle görece daha küçük topluluklara yöneliktir ve seçkincidir. Yüksek-alçak sanat ya da yüksek-alçak kültür ayrımı söz konusu olduğunda modern sanat, bu özellikleriyle yüksek sanat ya da kültür olarak değerlendirilir.

Postmodern sanatçılar, modern sanatın bu seçkinciliğine şiddetle karşı çıkarlar. Onlara göre sanatsal estetik, popülist bir çerçeveye oturtulmalıdır. Sanat eserinin estetik değeriyle, kitlelerin beğenisi arasında bir paralellik, doğrusal bir orantı bulunmaktadır. Postmodern toplumda yaşam kitleleşmiş olduğuna göre, sanat eserinin değerini de kitlelerin beğenisi belirler (Şaylan, 2002: 95). Postmodernizm, yukarıda değinildiği gibi son kertede yüksek-alçak kültür ayrımına karşıdır ve bu iki ayrı ucu birleştirmiştir. Yüksek-alçak kültür ayrımına gidildiğinde modern sanat anlayışı ve modernist kültür yüceltilerek yüksek kültüre, kitle kültürü ise pejoratif bir anlam yüklenerek alçak kültüre karşılık gelir. Postmodernizm bu ikircikli durumu, dönüşüme uğrattığı ve kendi anlamını yüklediği popüler kültür aracılığıyla ortadan kaldırır. Yüksek-alçak kültür ayrımının ortadan kalktığı postmodern dönemde popüler kültür de, böyle bir ayrıma tabi tutulmaz.

SONUÇ

Çalışmada ortaya konmaya çalışıldığı üzere, kitle kültürü ve popüler kültür temelde bir ve aynı değildir. Kültür endüstrisi tarafından üretilen kitle kültüründen farklı olarak popüler kültür, içinde bulundurduğu "popüler" kavramından hareketle "halkın ürettiği ve halka ait olan", "halkın kendi otantik kültürü"ne gönderme yapar. Ancak burjuva demokrasilerinin yükselişi ile birlikte kamuoyu ve sivil toplumun ortaya çıkışına paralel olarak popüler kavramının anlamı, "insanların çoğu tarafından sevilen, beğenilen ve tercih edilen" anlamına dönüşmüş ve meşrulaştırıcı bir işlev yüklenmiştir. Popüler kültürün bugünkü egemen kullanımı ise, postmodern söylemle birlikte başlamıştır. Gerçekten de, 1970'lerin sonu ve 1980'lerle birlikte kitle kültürü kavramının terk edilerek, bunun yerine popüler kültür kavramının kullanılmaya başlandığı görülür. Bu süreçte popüler kültür postmodern bir karaktere bürünmüş, kavramın kapsamı genişleyerek, toplumsal ve beşeri yaşamın tamamını içine alacak biçimde yeniden tanımlanmıştır. Denebilir ki, postmodern dönüşümden önceki popüler kültür halk/folk kültürüne yakın bir konumdayken, postmodern dönemin popüler kültürü ise kitle kültürüne yakındır. Ancak "kitle" teriminin ve dolayısıyla kitle kültürünün ima ettiği olumsuz yargıya karşılık "popüler" sözcüğü, olumlu ya da en azından nötr bir kavramdır.

Modernite ve postmodernite arasındaki benzerliklere bakıldığında, her iki dönemde de geçerli olan ekonomik sistemin kapitalizm olduğu görülmektedir. Modernitenin hâkim ekonomik sistemi olan kapitalizm, postmodern dönemde de varlığını sürdürmektedir. Postmodernizm, daha çok kapitalizmin kültürel mantığındaki bir değişimi ifade etmektedir ve üstyapıdaki bu değişim bir yana, geç kapitalizmin temel ekonomik yapısı, kapitalizmin erken biçimleriyle tutarlıdır; yani postmodern değil, aksine hala moderndir. Bir başka deyişle postmodernite ile birlikte değişen, kapitalizmin yüzeysel görünümüdür. Bu nedenle postmodernite, moderniteden ayrı bir süreç olarak düşünülemez, aksine bu iki dönem arasında belirgin bir süreklilik bulunmaktadır.

Bu saptamalardan hareketle kitle kültürü ve popüler kültür kavramlarına bakıldığında, iki olgu arasında belirgin bir takım farklar görülmesine rağmen, beslendikleri sistem ve ideolojik işlevleri açısından aynı konumda bulunmaktadır. Aralarındaki ayrım ise daha çok, Fordist ve post-Fordist üretim biçimleri, yöntemleri ve mantığı arasındaki farklılıklardan kaynaklanmaktadır. Bu nedenle, iki kültür kavramı da temelde aynı ekonomik sistemde aynı ideolojik işlevleri üstlenen benzer kültür biçimleri olup, aralarındaki isim farkı, tarihsel süreç

içerisinde ayrı dönemlerde ortaya atılmış olmalarından doğmaktadır. Bu bağlamda kitle kültürü ile egemen popüler kültür arasındaki fark ve süreklilik, modernite ile postmodernite arasındaki fark ve süreklilik kadardır.

KAYNAKÇA

- ALEMDAR, Korkmaz ve ERDOĞAN, İrfan. (1994), Popüler Kültür ve İletişim, Ankara: Ümit Yayıncılık.
- BAUDRILLARD, Jean. (1998), Simülarklar ve Simülasyon, (çev. Oğuz Adanır), İzmir: Dokuz Eylül Yayınları.
- BEST, Steven ve KELLNER, Douglas. (1997), The Postmodern Turn, New York: The Guilford Press
- CONNOR, Steven. (2001), Postmodernist Kültür – Çağdaş Olanın Kuramlarına Bir Giriş, (çev. Doğan Şahiner), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- DOCKER, John. (1997), Postmodernism and Popular Culture: A Cultural History, Cambridge: Cambridge University Press.
- ERDOĞAN, İrfan. (1999), “Popüler Kültür: Kültür Alanında Egemenlik ve Mücadele”, iç. Popüler Kültür ve İktidar, (der. Nazife Güngör), Ankara: Vadi Yayınları, s. 18-52.
- ERDOĞAN, İrfan. (2001), “Popüler Kültürde Gasp ve Popülerin Gayri Meşruluğu”, Doğu-Batı Dergisi – Popüler Kültür Özel Sayısı, 15, s. 65-104.
- FEATHERSTONE, Mike. (1996), Postmodernizm ve Tüketim Kültürü, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- HABERMAS, Jürgen. (1990), “Modernlik: Tamamlanmamış bir Proje”, iç. Postmodernizm / F. Jameson, J.-F. Lyotard, J. Habermas, (der. Necmi Zeka), İstanbul: Kıyı Yayınları: s. 31-44.
- HARVEY, David. (2004), The Condition of Postmodernity: An Enquiry into the Origins of Cultural Change, Cambridge MA: Blackwell.
- JAMESON, Fredric. (1990), “Postmodernizm ya da Geç Kapitalizmin Kültürel Mantiği”, iç. Postmodernizm / F. Jameson, J.-F. Lyotard, J. Habermas, (der. Necmi Zeka), İstanbul: Kıyı Yayınları: s. 59-116.
- JAMESON, Fredric. (1991), Postmodernism, or, The Cultural Logic of Late Capitalism, Durham: Duke University Press.
- KELLNER, Douglas. (2000), “Toplumsal Teori Olarak Postmodernizm: Bazı Meydan Okumalar ve Sorunlar”, iç. Modernite Versus Postmodernite, (der. Mehmet Küçük), Ankara: Vadi Yayınları, s. 367-404.
- LULL, James. (2001), Medya İletişim Kültür, (çev. Nazife Güngör), Ankara: Vadi Yayınları.
- MANDEL, Ernest. (2008), Geç Kapitalizm, İstanbul: Versus Kitap.
- McQUAIL, Denis. (2005), McQuail’s Mass Communication Theory, London: Sage Publications.
- OSKAY, Ünsal. (2001), “Kitle Kültürü Popüler Kültürü Kuşatırken...”, iç. “Yıkanmak İstemeyen Çocuklar” Olalım, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, s. 151-158.
- ÖZBEK, Meral. (1994), Popüler Kültür ve Orhan Gencebay Arabeski, İstanbul: İletişim Yayınları.
- REAL, Michael. (1999), “Marksizm ve Popüler Kültür: Kültürel Eleştirinin Keskin Ucu”, iç. Popüler Kültür ve İktidar, (der. Nazife Güngör), Ankara: Vadi Yayınları, s. 326-346.
- RITZER, George. (1998), Toplumun McDonalddlaştırılması, (çev. Şen Süer Kaya), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- SHUMWAY, David. (1999), “Post Yapısalcılık ve Popüler Kültür”, iç. Popüler Kültür ve İktidar, (der. Nazife Güngör), Ankara: Vadi Yayınları, s. 368-381.
- SMART, Barry. (2000), “Postmodern Toplum Teorisi”, iç. Modernite Versus Postmodernite, (der. Mehmet Küçük), Ankara: Vadi Yayınları, s. 317-166.

STRINATI, Dominic. (2000), An Introduction To Theories Of Popular Culture, London: Routledge – Taylor&Francis Group.

ŞAYLAN, Gencay. (2002), Postmodernizm, Ankara: İmge Yayınevi.

WILLIAMS, Raymond. (1981), Keywords: A Vocabulary of Culture and Society, Glasgow: Fontana/Croom Helm.