

T.C.
İSTANBUL OKAN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

YÜKSEK LİSANS TEZİ
MÜZİK ANA SANAT DALI
MÜZİK PROGRAMI

Hande ÖZKAN

TÜRKİYE'DE TARİHSEL GELİŞİM SÜRECİNDE
90'LARDA POPÜLER MÜZİK

DANIŞMAN
Doç. Seta KÜRKÇÜOĞLU

İSTANBUL, Haziran 2022

T.C.
İSTANBUL OKAN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

YÜKSEK LİSANS TEZİ
MÜZİK ANA SANAT DALI
MÜZİK PROGRAMI

Hande ÖZKAN
(192028007)

TÜRKİYE’DE TARİHSEL GELİŞİM SÜRECİNDE
90’LARDA POPÜLER MÜZİK

DANIŞMAN
Doç. Seta KÜRKÇÜOĞLU

İSTANBUL, Haziran 2022

**T.C.
İSTANBUL OKAN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
MÜZİK ANA SANAT DALI
MÜZİK PROGRAMI**

**Hande ÖZKAN
(192028007)**

**TÜRKİYE’DE TARİHSEL GELİŞİM SÜRECİNDE
90’LARDA POPÜLER MÜZİK**

Tezin Enstitüye Teslim Edildiği Tarih :
Tezin Savunulduğu Tarih :

Tez Danışmanı : Doç. Seta KÜRKÇÜOĞLU
İstanbul Okan Üniversitesi

Diğer Jüri Üyeleri : Doç. Dr. Şeyma ERSOY ÇAK
İstanbul Teknik Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Çetin KÖRÜKÇÜOĞLU
İstanbul Okan Üniversitesi

İSTANBUL, Haziran 2022

ÖNSÖZ

Bu çalışma, 80’li yıllarda yaşanan ekonomik ve kültürel değişimin, 90’lı yıllardaki izlerinin müziğe nasıl yansıdığını tespit etmek amacıyla yapılmıştır. Bu sebeple 80’li yıllardaki toplumsal ortama değinilmiş, ancak daha çok yine müzik piyasasının izleri takip edilmiştir. Bu çerçevede çalışmanın kapsamı, kültürel değişim ekseninde popüler kültür, 1960’lı yıllardan itibaren pop şarkılarda görülen değişimler, 90’lı yıllarda seçilen örnekler ekseninde pop ve pop-arabesk şarkıları, şarkı sözleri bu çalışmada yer almış, dönemin bazı şarkıcılarına da yer verilmiştir.

Bu araştırmanın ortaya çıkmasında, oluşturulmasında ve tamamlanmasında engin birikimlerinden yararlandığım, gece gündüz bana yol gösteren, tezimi şekillendirmeme sonsuz destek veren, üzerimde çok emeği olan değerli biricik canım hocam Sayın Doç. Seta KÜRKÇÜOĞLU’na teşekkür etmeyi borç bilirim. Ayrıca araştırmalarımaya yürekten verdikleri destek, sabır ve anlayış için canım annem Servet Kargılı’ya, sevgili eşim Gökhan Özkan’a, can dostum, yoldaşım Ayla Olson’a ve aileme sevgilerimi sunarım.

Bu çalışmanın alanla ilgili tüm araştırmacılara faydalı olması dileğimle sevgi ve saygılarımı sunarım.

Hande ÖZKAN

İÇİNDEKİLER

SAYFA NO

ÖNSÖZ.....	i
İÇİNDEKİLER.....	ii
ÖZET	iv
ABSTRACT	vi
ŞEKİL LİSTESİ.....	viii
BÖLÜM 1. GİRİŞ VE AMAÇ	1
BÖLÜM 2. KÜLTÜR VE POPÜLER KÜLTÜR KAVRAMI	5
2.1. TOPLUMU YAPILANDIRAN KÜLTÜR UNSURU	5
2.1.1. Kültürün Özellikleri	8
2.1.2. Kültürel Değişme.....	13
2.1.3. Medya ve Kültür	14
2.2. POPÜLER KÜLTÜRÜN YAPISI	16
2.2.1. Popüler Kültürün Değerleri	17
2.2.2. Popüler Kültürün Tarihi ve Gelişimi	19
2.2.3. Kitle Kültürü ve Popüler Kültür	20
2.2.4. Popüler Kültüre Etki Eden Faktörler	24
2.3. POPÜLER MÜZİK.....	26
BÖLÜM 3. POPÜLER KÜLTÜRÜN TOPLUM HAYATINDAKİ YERİ	31
3.1. POPÜLER KÜLTÜRÜN SOSYAL HAYATTAKİ ROLÜ	31
3.1.1. Popüler Kültürün Toplum İçin Önemi	33
3.1.2. Popüler Kültür ve Gençlik	35
3.1.3. Popüler Kültürün Etkilediği Bilimsel Alanlar	36
3.2. KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI VE POPÜLER KÜLTÜR İLİŞKİSİ	37
BÖLÜM 4. 90'LARDA POPÜLER MÜZİK.....	41
4.1. 90'LAR ÖNCESİ KÜLTÜREL GELİŞİM.....	41
4.2. 90'LARIN KÜLTÜREL OLUŞUM PARAMETRELERİ.....	50
4.3. POPÜLER MÜZİĞİN KARMA YAPISI	53
4.3.1. Türkiye'de Batı Müziği	56

4.3.2. Pop Müzik.....	57
4.4. 90'LAR POPÜLER MÜZİK SANATÇILARI.....	66
BÖLÜM 5. SONUÇ.....	78
KAYNAKÇA	83



ÖZET

TÜRKİYE’DE TARİHSEL GELİŞİM SÜRECİNDE 90’LARDA POPÜLER MÜZİK

Türkiye’de 90’lı yıllar oldukça gerilimli ve birçok yeni karşılaşmaya şahit olunmuş yıllardır. Bu gerilimi tetikleyen ana unsur serbest piyasa ekonomisine geçiş olmuştur. Bu yeni karşılaşmaları mümkün kılan ana unsur ise küreselleşme ile doğrudan ilişki kurulması olmuştur. 80’li yılların bu kaos ortamı, yeni bir kültürün habercisi olmuştur: Popüler kültür.

İnsanın bütün yaşamı boyunca ortaya koyduğu her şey, tüm davranış modelleri, üretimi ve eğilimleri kültürün bir parçasıdır. İnsanın emeği, çabası ve üretimi olmadan herhangi bir kültürden söz edilemez. Dolayısıyla kültür bütünüyle insan ile ilişkili bir kavramdır. 90’lı yıllarla birlikte iyice hayatımıza giren popüler kültür kavramı, en sade biçimiyle halka ait olan anlamına gelmektedir. Popüler kültürün belirleyici unsuru halktır. Halkın yerel olarak oluşturduğu, dinlediği ve sevdiği müzik de, popüler müzikle bağdaşmaktadır.

Popüler (Pop-Arabesk) müzik, 90’lı yılların belirleyici müziği olmuştur. Popüler kültürün ana değeri tüketimdir. Popüler müzik de tüketim unsuru etrafında şekillenmiştir. Hızlı bir ritmi, anlamsız içeriği ve akılda kalıcı sözleri vardır. Ana özelliği hızlı tüketilebilir olmasıdır. Bu özellikleriyle serbest piyasa ekonomisine eklemlenebilmiş ve pazarda bir değer edinmiştir. Adorno, popüler müziği standartlaşmış ve pazarda bir meta halini almış müzik olarak ifade etmektedir.

Buradan hareketle bu çalışmada, kültürdeki değişimin 90’lı yıllar müziğindeki yansımalarının nasıl olduğunu incelenmiş, popüler kültür kavramından hareketle 90’lı yılların toplumsal ortamı ve 90’lı yıllarda yapılan müziğin popüler kültürle ilişkisi ele alınmıştır. Bestelenen şarkıların söz ve müziklerinde önceki yıllara göre değişiklik gösterdiği görülmüştür. Eski yıllarda sevdâ, gurbet, yalnızlık gibi konular işlenirken; bu

yıllarda cinsellik, aşk, ihanet, aldatma gibi konuların işlendiği görülür. Argonun kullanımı da yine bu yıllarda üretilen şarkılarda gözlemlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kültür, Popüler Kültür, Popüler Müzik, Pop Müzik, 90'lı Yıllar

Tarih: Haziran, 2022



ABSTRACT

POPULAR MUSIC IN THE 90'S IN THE HISTORICAL DEVELOPMENT PROCESS IN TURKEY

The 90s in Turkey were very tense years and many new encounters were witnessed. The driving force behind this tension was the transition to a free market economy and the establishment of a direct relationship with globalization is what made these new encounters possible. This chaos environment of the 80s has been the harbinger of a new culture: popular culture.

The collective and cumulative expressions and revelations of a person throughout their life, all behavior patterns, productions and tendencies are a part of culture. It is not possible to talk about any culture without human labor, effort and production. Therefore, culture is a concept that is directly correlated with human beings. The concept of popular culture, which came into our lives in the 90s, means that which belongs to the public in its simplest form. The defining element of popular culture is the people. The music that the public creates, listens to and loves locally is also tied into popular music.

Popular music (Pop- Arabesque) was the defining music of the 90s. The main value of popular culture is consumption. Popular music has also been shaped around the consumption element. It has a fast rhythm, meaningless content and catchy lyrics. Its main feature is that it can be consumed quickly. With these features, it was able to be integrated into the free market economy and gained a value in the market. Adorno expresses popular music as standardized music that has become a commodity in the market.

From this point of view, this paper examines how the change in culture and the social environment were reflected in the music of the 90s. It has been observed that the lyrics and music of the songs composed have changed compared to the previous years. In the

past, while subjects such as love, hometown and loneliness were covered; during these years, topics such as sexuality, love, betrayal, and deception were in the foreground. The use of slang was also an important feature in the songs produced during that time period.

Keywords: Culture, Popular Culture, Popular Music, Pop Music, 90s

Date: June, 2022



ŞEKİL LİSTESİ

SAYFA NO

Şekil 4.1: Uzun yıllar hem Arabesk'e hem de Pop-Arabesk'e yön veren şarkıcı Selami Şahin.....	44
Şekil 4.2: Anadolu Rock'ın en önemli seslerinden Cem Karaca ve Kardeşlar Grubu..	62
Şekil 4.3: 90'lı yıllarda çıkış yapmış ünlü şarkıcılardan Tarkan, Mirkelam, İzel, Çelik,Ercan ve Aşkın Nur Yengi.....	67
Şekil 4.4: Ünlü şarkıcı Sezen Aksu ve eski vokalistleri soldan sağa Sertab Erener, Levent Yüksel, Sezen Aksu ve Aşkın Nur Yengi	68
Şekil 4.5: Yonca Evcimik ve Çıtır Kızlar ile Birkaç İyi Adam Grupları	74

BÖLÜM 1. GİRİŞ VE AMAÇ

Müzik insanlığın var oluşundan bugüne hayatının her aşamasında ona eşlik etmiş bir olgudur. Dini ayinlerde, hasat zamanlarında, ölümlerde, düğünlerde ve eğlencelerde insanın ilk olarak başvurduğu iletişim biçimi müzik olmuştur. İnsan, her çağa, her kültüre, her düşünceye özgü müzik üretiminde bulunmuştur. Bu yüzden müziğin içeriği, sözleri ve o müzikte kullanılan enstrümanlar da, o müziğin ait olduğu döneme ilişkin toplumsal ve kültürel olarak da bize önemli bilgiler vermektedir.

Eski çağlara oranla günümüz toplumları, toplumsal değişimi daha kısa sürede ve daha hızlı yaşamaktadır. Bu da kültürün çok hızlı bir şekilde değişmesine ve kültürel dinamiklerin daha akıcı bir forma bürünmesine sebep olmaktadır. Zygmunt Bauman'ın "akışkan modern dünya" olarak tanımladığı, küreselleşme neticesinde toplumların kendini içinde bulduğu yeni bir dünyadır bu. Bu akışkan modern dünyada, her şey karşılaştığı her olguyla yeni bir form kazanmaktadır. Kültürün bu hızlı değişimi, kültüre içkin olan her olgunun insan yaşamında yeni bir formda yeni bir tarzda yer bulmasıyla sonuçlanmaktadır. Müzik de bunlardan biridir. Bundan birkaç yüzyıl önce sadece bir yerlere vurarak çıkarılan seslerle oluşturulan müziğin yerini günümüzde çok sesli, çok enstrümanlı ve hatta sadece bilgisayar ortamında üretilen müzikler almıştır.

Bu tezde en temelde kültürdeki bu değişimin müzikteki yansımalarının nasıl olduğunu anlamaya yönelik detaylar incelenmiştir. Kültür kavramı hem soyut hem de somut farklı anlamlar üzerinden tanımlanmaktadır. Ancak kültürün en basit ve en kapsamlı tanımı olarak, insanın bütün yaşamı boyunca ortaya koyduğu her şey, tüm davranış modelleri, üretimi ve eğilimleri olduğu ifade edilebilir. İnsan denince akla gelen tüm kavram ve olgular, kültürle ilişkilidir. Kültür bu özelliğiyle insanları birbirine bağlamakta ve toplumsal bir ortak alan oluşturmaktadır.

Tezin ikinci bölümünde öncelikli olarak kültür kavramı ve kültürün özellikleri ele alınmaktadır. İnsanın yaşam tarzını belirleyen, insanın insanla ilişkisini düzenleyen, insanın toplumla ilişkisinin sınırlarını çizen kültürün özellikleri, onun tüm kurucu unsurlarını ifade etmektedir. Bu özellikler sürekli bir yaratım süreci içerisinde olan

kültürün, toplumdaki anlamını ve sınırlarını keşfetmemize yardımcı olmaktadır. Kültürün insanla olan kopmaz bağı, onun insanın her türlü üretiminden etkilendiği anlamına gelmektedir. Dolayısıyla insanın çabası ve emeği olmadan bir kültürden söz etmek mümkün olmayacaktır. Toplum içinde öğrenilen kültür, aynı zamanda kültürün biricik yayılma ortamıdır. Bu sebeple toplumsal kurumların her biri, kültürün yayılması için uygun ortamı sağlar.

Kültürel değişme kültürün önemli özelliklerinden biridir. Kültür, dışarda ve içerde karşılaştığı etkilerle değişir, dönüşür ve içinde bulunduğu zamana uygun bir içerikle donanır. Bu açıdan günümüzde gelenek olarak bildiğimiz her şey aslında, kültüre ilk girdiği zaman bir yeniliktir. Zaman içerisinde bu yenilik benimsenir ve toplum içerisinde yaygınlaşarak gelenek halini alır. Kültürlerin değişmesi savaş, göç gibi olaylar neticesinde gerçekleşir. Ancak günümüzde küreselleşme ve teknoloji bu değişmeye başka bir boyut eklemiş ve aynı zamanda hızlandırmıştır. Teknolojinin etkisi dünyanın iki ayrı ucunu anında birbirine bağlamayı sağlamıştır. Bu çerçevede medya, günümüz kültürel değişimde önemli bir aktör olmuştur. Medya aracılığıyla neredeyse her ev ve hatta her bir birey anında ulaşılabilir, bilgi verilebilir, manipüle edilebilir hale gelmiştir.

İkinci bölümün ikinci kısmında kültür kavramından hareketle popüler kültür kavramı irdelenmiştir. Popüler kültürün tanımı, tarihi, gelişimi, değerleri ve bu kültüre etki eden faktörler ortaya konmuştur. Popüler kültür, en bilindik tanımıyla, herkes tarafından sevilen, beğenilen ya da kısaca halka ait olan olarak ifade edilebilir. Araştırmacılar tarafından olumlu ve olumsuz yönleri açısından farklı perspektifler ortaya konsa da popüler kültürün kitle üzerindeki gücü ve etkisi, bu etkinin kültürün değişmesindeki itici rolü son derece önemlidir. Popüler kültür bu gücünü onu sürekli aktif ve hakim kılan, piyasa ve egemen güçler ile ilişkisinden almaktadır. Bu çerçevede popüler kültüre etki eden faktörler olan medya ya da kitle iletişim araçları, reklamlar ve tüketim, aynı zamanda onun yönlendirme gücüne etki eden faktörler olarak karşımıza çıkmaktadır.

Popüler kültür kavramının tanımı ve popüler kültürün özellikleri, popüler müziğin her anlamda belirleyicisidir. Popüler kültür kavramı halka ait olan ise, popüler müzik halkın ortak beğenisi ile oluşmuş müziktir. Popüler kültürün varlığı sürekli değişimi, yeniliği ve tüketimi gerektirmektedir. Popüler müziğin de kendini var edebilmesi hızlı bir ritme sahip olmasına, hızlı tüketilebilmesine, anlamsız olsa da akılda kalıcı olmasına

bağlıdır. Adorno'ya göre popüler müzik kültür endüstrisi tarafından üretilmektedir ve standartlaşmış müziktir. Bu yüzden hızlı tüketilmektedir. Müziğin tüketimle ilişkisi onu bir yandan içinde bulunduğu topluma yabancılaştırırken bir yandan da endüstrileşerek standartlaşmasına sebep olmuştur. Böylece müzik popüler kültür içinde bir meta halini almış, piyasa ürünü olmuştur. Burada müziğin değerini belirleyen şey sanatsal niteliği değil piyasa değeri olmuştur.

Çalışmanın popüler kültürün toplum hayatındaki yeri başlıklı üçüncü bölümünde, popüler kültürün sosyal hayattaki rolü ele alınmaktadır. Bireylerin, gençlerin, aile yaşantısının, yaşam tarzlarının ve toplumun popüler kültürden nasıl etkilendiği irdelenmektedir. Buna göre özellikle kitle iletişim araçları vasıtasıyla popüler kültür her bir bireyi hızlıca etkisi altına almaktadır. İnsanlara hissettirdiği dışlanma korkusu ile onları kolayca yönlendirmekte, ürettiği popülerler aracılığıyla nasıl davranması, yaşaması ve hatta nasıl konuşması gerektiğini dikte etmektedir.

Çalışmanın dördüncü bölümünde, ikinci ve üçüncü bölümlerde edinilen bilgiler ışığında 90'larda popüler müzik incelenmiştir. 90'lı yıllar pop müziğin en güçlü dönemini yaşadığı yıllar olarak bilinmektedir. Özellikle 80'li yıllarda yaşanan ekonomik serbestiyet ve böylece küreselleşme ile olan doğrudan temas neticesinde, ciddi bir kültürel dönüşüm sürecine girilmiştir. Batı ile temas, Batı kültürü ürünlerinin ülkemizde hızlıca benimsenmesini kolaylaştırmış ve bir tüketim kültürü oluşmasına katkı sağlamıştır. İşte bu tüketim kültürü, 90'lı yılların ana eksenini belirlemiştir. Bu kültür ekseninde, kültür değişimi ile beraber yaşanan kimlik arayışı 90'lı yılların kültür çerçevesini oluşturmuştur. Böylece günümüzde hala dinlediğimiz ve etkisi artan pop müzik furyası da başlamıştır. Bu bölümde popüler müziğin karma yapısı, Türkiye'de Batı müziği ve pop müzik gibi konular ele alınmış, son olarak da 90'lı yıllarda bu müziği icra eden sanatçılara değinilmiştir. Sanatçıların şarkılarından kısa örneklerle bu dönem şarkıcılığının niteliği incelenmeye çalışılmıştır.

Bu çalışmanın amacı, 80'li yıllarda yaşanan ekonomik ve kültürel değişimin, 90'lı yıllardaki izlerinin müziğe nasıl yansıdığını tespit etmektir. Bu sebeple 80'li yıllardaki toplumsal ortama değinilmiş, ancak daha çok yine müzik piyasasının izleri takip edilmiştir. Bu çerçevede çalışmanın kapsamı, kültürel değişim ekseninde 90'lı yıllardaki şarkılar, şarkı sözleri ve önde gelen ve çalışmada yer verilen şarkıcılarıdır.

Çalışmanın ana izleğini popüler kültür, popüler müzik, tüketim kültürü ve kültür endüstrisi kavramları oluşturmaktadır. Kültür endüstrisi kavramı ekseninde tartışılmış ve değerlendirilmiştir. Kültür endüstrisinin ürünleri, bireyleri tüketici olmaya zorluyor, toplumsal kurallarla piyasanın kurallarını özdeşleştirmeye çalışıyordu. Böylece kendi gerçeğine yabancı ama piyasaya hakim ve yakın birey, tüketerek kendisine ait olmayan şeyi benimsiyordu. Böylece tüketim bireyin normal haline geliyordu. Bu çalışma kapsamında da, 90'lı yıllarda yaşanan bu sürecin müzikle ilişkisi incelenmiş, şarkılardan örneklerle kültürel değişimin izleri takip edilmiştir.

Bu çalışma yakın bir tarihi dönem olan 90'lı yıllardaki popüler müziği ve o dönemin bazı şarkıcılarını ele almaktadır. Günümüzde hala bu yıllarda yaşananların neticeleri ile yüzleşmekte, genellikle bu dönemde yapılan şarkıların benzerlerini ya da bu şarkılara yapılan farklı müziklerle aynı sözleri dinlemekteyiz. Bu açıdan bakıldığında içinde bulunduğumuz dönemi anlamak ve anlamlandırmak bakımından bu çalışma önemli bir noktaya değinmektedir. Ayrıca dönemin anlayışını kavramak açısından araştırmacılara kaynak yaratmak amaçlanmıştır.

BÖLÜM 2. KÜLTÜR VE POPÜLER KÜLTÜR KAVRAMI

İnsanı diğer canlılardan ayıran en önemli özellikler, insanın kendini ifade etme isteğinden kaynaklanmaktadır. İnsan, ilk çağlardan itibaren yaşadıklarını duvar resimleriyle, ritüellerle, duygularına yönelik bestelediği şarkılarla, sözlü hikayelerle, yazının ortaya çıkmasıyla şiirlerle, edebiyatla yaşadığı bölgenin özellikleri, dili, gelenek ve göreneklerinin şekillendirmesiyle ortaya koymuştur. Kültür tüm insanlığın bıraktığı mirastır.

Bu çalışmanın ikinci bölümünde, bir bütün halinde kültür kavramı, özellikleri, tarihsel gelişim süreci ele alınmıştır.

2.1. TOPLUMU YAPILANDIRAN KÜLTÜR UNSURU

İnsan deyince akla ilk gelen kavramlardan biri olan kültür, aynı zamanda insanın gündelik hayatının bütün alanlarında her an her dakika sürekli karşısına çıkmaktadır. İnsan, kendinden önce oluşturulmuş, tanımlanmış, geliştirilmiş, sınırlandırılmış, anlamlandırılmış ve zaman içinde durmaksızın değişen bir anlamlar bütünü içine doğar. İşte bu anlamlar bütünü kültürdür. Kültür neredeyse tüm sosyal bilimler ve diğer alanlarda kullanılan bir kavram olduğundan, çok çeşitli tanımlar ve anlamlar yüklenmektedir. Her bilim dalı onu kendi alanı içerisinde tanımlamaya, betimlemeye ve sınırlamaya çalışmaktadır. Bu sebeple adeta karmaşık bir anlam yumağı haline gelen kültür kavramını tanımlamak neredeyse imkânsız hale gelmektedir. 1952 yılında Alfred Kroeber ve Clyde Kluckhohn (Kroeber & Kluckhohn, 1952) tarafından kültür konusunda hazırlanan bir çalışmada, kültür kavramının 164 farklı tanımı derlenmiştir. Söz konusu bu karmaşayı Mümtaz Turhan şöyle ifade etmektedir:

“Kültür nedir? Bugün herkesi tatmin eder şekilde bu suale cevap vermek güçtür. Nitekim kültürle ilgili sahalarda çalışan ilim

adamlarından hemen hepsinin onu yeniden tarif etme teşebbüsü de bunu göstermektedir. Bununla beraber şimdiye kadar ortaya atılan bütün tarifler gözden geçirildiği takdirde hepsinde müşterek olanı ve kültürden ne kastedildiğini anlamak kolaydır (Turhan, 1987, s. 34)”.

Raymond Williams’a göre kültür, onarmak, ikamet etmek, işlemek, korumak gibi anlamlara gelen *colere* kelimesinden türemiştir. Zamanla anlamı genişleyen bu kelime, insan gelişimi sürecini kapsar hale gelmiştir. Bu anlam genişlemesi çerçevesinde kavram şu üç genel kullanım kategorisini ifade etmektedir (Williams, 2005, s. 109):

1. İnsanın maddi, manevi ve zihinsel gelişimini ifade eden genel bir süreci anlatır,
2. İnsanlığın, halkın, bir grubun ya da topluluğun belli bir yaşama biçimini anlatır,
3. Sanatsal ve entelektüel ürünleri anlatır.

Colere fiilinden üretildiği ifade edilen (Oğuz, 2011, s. 125) Latince *cultura/cultus* terimi, kültür kavramının kökeninde yer alan bir başka kelimedir. Teoman Duralı’ya göre “Latince *cultus* yahut *cultura*, toprağın sürülüp işlenmesi, ürün vermeye hazır hale getirilmesi demektir. Anlam genişlemesiyle *cultura*, toplum varlığı olarak kişinin, toplumsal yoldan kendisi ile toplum çevresini öğrenip anlaması, doğal ortamını da işleyip yaşanabilir duruma sokması biçiminde anlaşılmıştır” (Duralı, 2000, s. 33). Bununla birlikte Bozkurt Güvenç (Güvenç, 1979, s. 96) *culture* sözcüğünün ilk kez Voltaire tarafından insan zekâsının oluşumu, gelişimi, geliştirilmesi ve yüceltilmesi anlamında kullanıldığını; buradan da sözcüğün Almanca’ya geçtiğini ve 1793 tarihli bir Alman Dili Sözlüğünde *cultur* olarak yer aldığını ifade etmiştir.

Genel anlamda kültür, toplumların pek çok kesimi tarafından sadece güzel sanatlar boyutu ile algılanmaktadır. Oysa kültürü oluşturan alt birimler hem bilimsel, hem beşeri, hem estetik, hem de ekonomik unsurları içermektedir.

Bozkurt Güvenç (Güvenç, 1979, s. 98-99) kültür sözcüğünün dört farklı anlamda kullanıldığını ifade etmektedir:

1. Bilimsel anlamdaki kültür, *uygarlıktır*.
2. Beşeri anlamdaki kültür, *eğitim sürecinin ürünüdür*.
3. Estetik alandaki kültür, *güzel sanatlardır*.
4. Maddi (teknolojik) ve biyolojik alanda kültür, *üretme, tarım, ekin, çoğaltma ve yetiştirme*dir.

Ziya Gökalp, kültür kelimesinin karşılığı olarak *hars* kelimesini tercih etmektedir. *Harese* kökünden türemiş olan bu sözcük, köken itibarıyla Arapça bir sözcüktür ve Latince kökenli *colere* ile arasında anlam benzerlikleri taşımaktadır (Alver, -, s. 9). *Harese*, toplamak, toprağı ekip sürmek, ziraatla uğraşmak, tohum ekmek, çalışmak gibi anlamlara gelmektedir (Alver, -, s. 9).

Antropolog Edward Tylor'a göre kültür, “insanoğlunun toplumun bir mensubu olarak edindiğı bilgi, inanç, sanat, töre, yasa, görenek ve diğer tüm yetenekler ile alışkanlıkların oluşturduğu karmaşık bir toplamdır (Tylor, 2016, s. 91)”. Bu tanıma göre kültürün en temel ögesi, insanın bir toplumun üyesi olarak bir takım bilgileri kazanmasıdır. Toplum bu öğrenmede başrolü oynamaktadır.

Görüldüğü üzere kültür kavramı hem soyut hem de somut birçok farklı anlam çerçevesinde tanımlanmaya çalışılmıştır. Bir yandan teker teker her bir tanım doğru iken bir yandan da kültürü tanımlamak için her bir tanım biraz eksik kalmaktadır. Her tanım, o tanımı yapan kişi ya da grubun çalışma alanı ve arka planına göre şekillenmekte, dolayısıyla kültürün o alan dışında kalan özellikleri göz ardı edilmektedir. Bu açıdan kültürün, insanın yaşam savaşında ortaya çıkardığı şeylerin tümü olduğunu ifade edebiliriz. (Kocadaş, 2005, s. 3). İnsanın bütün hayatı boyunca tüm yapıp etmeleridir. Kültür, insanları birbirine bağlayan hem görünür hem görünmez bir yapıştırıcı, toplumsal ortamı oluşturan temel unsurdur. İçgüdüsel değildir ancak her bireyin doğduktan sonraki yaşantısı içinde kazandığı alışkanlıklardır (Gümüştakin, 2007, s. 318).

Kültür insanın kendini rahat ve güvende hissettiğı bir ortam, bir konfor alanı oluşturur. İnsan kendisiyle benzer şekilde düşünen ve yaşayan insanlarla birlikte olarak kendine güvende ve rahat hissetmeye eğilimlidir (Cottak, 2002, s. 55). Bu da paylaşılan kültürel arka planın gücünü göstermektedir.

İnsanın kendisiyle benzer şekilde düşünen ve yaşayan insanlarla güvende hissetme eğilimi bir bağlamda toplumun gelişmesine hem olumlu hem de olumsuz bir etki yaratmaktadır. Farklılıklara karşı dışlayıcı, kendi değerlerine karşı savunmacı bir tutum sergilemesi her açıdan belli kutuplaşmaların oluşması ile sonuçlanabilmektedir.

2.1.1. Kültürün  zellikleri

Kültürün birçok farklı tanımının yapılabilmesi onun aynı zamanda birçok özelliğe sahip olduğunu göstermektedir. Kültürün  zellikleri onun insanla, toplumla, dünyayla olan karşılıklı ilişkisini ve nasıl her an bir yaratım süreci içerisinde olduğunu ortaya koymaktadır. Öte yandan kültürün özellikleri, onun kurucu unsurlarını da ifade etmektedir. Nitekim bu özellikler bir kültürün nasıl kurulduğunu, hangi niteliklerle donandı ını, de i me ve gelişme sürecinin nasıl belirlendiğini göstermektedir.

Kültür her şeyden önce insanla ilgilidir. İnsan olmanın en temel boyutu olarak karşımıza çıkan kültür, insan eyleminin sonucundan başka bir şey değildir. O halde kültürün insansız, insanın da kültürsüz olması mümkün değildir (Alver, -, s. 26). İnsanın emeği, çabası, çalışması ve üretmesi olmadan kültür olmaz. Tabii coğrafyanın da insanın eğilimlerinin bir parçası olması sebebiyle, kültür insanın doğup büyüdüğü topraklarda ve o toplum içinde öğrenilir.

Kültür bir insan etkinliğidir (Bauman, 2010, s. 162). İnsanın doğayla olan mücadelesi neticede doğayı manipüle ederek, ona  ekil ve düzen vererek getirdiği son durumdur.

Kültür, öğrenilen bir özelliğe sahiptir. İ    sel ve kalıtsal olmayan kültür, insanın doğup büyüdüğü doğal ortam içerisinde öğrenilir (Güvenç, 1979, s. 103). Bu sebeple öncelikle bir gruptan ya da toplumdan uzak olan birinin, bir kültüre dâhil olması beklenemez. İkinci olarak ise kültürün   renilebilmesi zorunlu olarak bir topluluğu, toplumu ve insan ilişkilerini zorunlu kılmaktadır (Alver, -, s. 25). Çünkü aile, akraba ortamları, mahalle, sosyal ilişkiler, eğitim kurumları ve diğer toplumsal kurumlar kültürün   renilme alanlarıdır.

Kültür ortak bir paylaşım alanı d hilinde öğrenilir. Bunun için de ortak bir takım ilişkilerin payla ılabilece i bir sosyal ortam zorunludur. Bu çerçevede kültür kuşaktan ku a a aktarılan bir yapıdır (Alver, -, s. 25).

Kültürün olu turuldu u,   renildi i, payla ıldı ı ve aktarıldığı ortam toplumdur. Toplumsal ilişkiler a ı, kültürün yayılmasını sağlayan yeg ne ortamdır. Kültür ya da kültürel gelenekler, toplum içinde öğrenme ve dil yoluyla aktarılır (Cottak, 2002, s. 46). Bu sebeple toplum ve kültür kavramları birbiriyle iç içedir, biri olmadan diğerinin varlığından ve oluşmasından söz edilemez (Alver, -, s. 26). Bir başka ifadeyle kültür, tek tek, birbirinden bağımsız bireylere değil, bir topluluğa bir gruba ait bireylere özgü bir vasıftır (Cottak, 2002, s. 52).

Jorge Luis Borges'in *Averroes'in Arayışı*¹ isimli hikâyesi, kültürün ancak bir toplum içinde öğrenilebileceğini, kuşaktan kuşağa doğal olarak kendiliğinden aktarıldığını ortaya koyan çok iyi bir örnektir. Hikâyede Borges, Avrupa'da Averroes ismiyle tanınan İbni Rüşd'ün Aristo'nun eserlerini çalışırken tragedya ve komedy kelimelerini anlamakta zorlanışını ele almaktadır. Borges'e göre bu kelimeler, İslam kültüründe olmayan ve dolayısıyla o kültürde yaşamayan biri tarafından anlaşılması ya da hayal edilmesi oldukça güç olabilecek tiyatrodan doğmaktadır. Hikâye boyunca tiyatronun bir kültür olarak karakterlere bir şey ifade etmediği görülür. İbni Rüşd tiyatronun ne olduğunu bilmeden bir oyunu kafasında tasarlamaya çalışmakta ve söz konusu kavramlara kendi kültüründe bir karşılık bulmaya çalışmaktadır. Ancak kendi kültürü içinde öğrenilmemiş, kendinden önceki kuşaklar tarafından aktarılmamış bu bilginin İbni Rüşd'ün zihin dünyasında bir yeri yoktur. Çünkü kültür, bir topluluğun üyeleri tarafından paylaşılan tutumlar, değerler, alışkanlıklar, davranışlardır (Güvenç, 1979, s. 104). Bu açıdan ele alındığında toplum birliği, kültürün üretilmesi, paylaşılması ve yayılması konusunda altında toplanılan bir şemsiye görevi görmektedir. Yani farklı toplumların alışkanlıklarını kavramak için o toplumun alışkanlıklarını ve elbette dilini bilmek gerekir. Günümüzde bu farklılıkları anlamak iletişim araçları sayesinde oldukça ulaşılabilir.

Her toplum, yaşadığı bölgeye, çağa, zamana ve sosyal dinamiklere göre kendi kültürünü üretir. Bu yönüyle her kültür özgündür. Her toplumun kültürü kendine özgü nitelikler sergiler. Örneğin evlerin biçimleri; yaşanan coğrafya, sahip olunan teknoloji doğrultusunda en pragmatik ve uygun şekilde üretilen bir kültür ürünüdür. Çok sıcak bölgelerde güneşten korunaklı ve aynı zamanda güneşin enerjisini kullanmaya odaklı biçimde evler tasarlanırken; buzullarda buzdan ya da kardan yapılmış evlerde yaşadıkları görülebilmektedir. Eskimolar kimi zaman sürekli olarak kimi zaman da sadece av zamanlarında sıkıştırılmış kardan yaptıkları iglolarda yaşarlar. Bu evler kültürel aktarım neticesinde öğrenilmiş ve günümüze ulaşmıştır. Aynı zamanda o bölgenin şartlarına uygun biçimde üretilmiştir.

Tüm coğrafyalara, tüm bölgelere, tüm toplumlara ve gruplara özgü tek bir kültürden söz edilemez (Alver, -, s. 23). Bununla birlikte kültürün bu özgünlüğü, onun aynı zamanda evrensel olduğu gerçeğini değiştirmez. Bu sebeple kültür, genel olarak tüm

¹ Hikaye, Jorge Luis Borges'in 1949 yılında basılan *El Aleph* adlı kitabında yer almaktadır. Türkçesi için bkz: Jorge Luis Borges, Alef, İletişim Yay.; 2018 (5. Baskı).

insanlığa ait belirleyici ve ortak bir olgu olarak da karşımıza çıkmaktadır (Aydın & Erdal, 2013, s. 30). İnsanın olduğu her yerde bir kültürden söz edilir. Bütün kültürler zaman zaman benzeştikleri gibi, kültürlerdeki farklılıklar bireylerin özgün kültürel kimliklerini kazandıran özelliklerdir.

Toplumlar, ticaret, savaş, göç gibi nedenlerle sürekli karşılaşma içindedirler. Bu karşılaşma zamanları kültürlerin iletişim ve etkileşim alanlarını doğurur. Dolayısıyla bu alanlarda bir kültürel alışveriş söz konusudur. Bu alışveriş neticesinde kültürler yeni özellikler kazanır ve yeni yörüngeler çizerler.

Kültürün en önemli ve belirleyici özelliklerinden biri, tarif edici ve tanımlayıcı olmasıdır. Kültür, insan ilişkilerinin kurulma ve sürdürülme zeminini tarif eder ve tanımlar. Böylece insanın ve toplumun nerede, nasıl, ne şekilde, hangi kurallar çerçevesinde yaşayacağını tarif eder, düşünce ve davranışlarının genel hatlarını tanımlar. İnsan ve toplumlar bu zemin üzerinde ilişki kurar.

Bir başka ifadeyle, toplumların özellikleri, hassasiyetleri ve zihniyetleri kültür tarafından haritalanır (Alver, -, s. 23). Bu harita toplumların birbirleriyle ilişkilerinde ana zemindir.

Her kültürün özgün özellikleri ile kültürün tarif edici ve tanımlayıcı olması, onun aynı zamanda bir topluma ait bireyleri bütünleştiren ve ayırtan noktalarını belirler. Kültürün, insanların ve toplumların nasıl, hangi şekilde, hangi kurallar çerçevesinde yaşayacağını, düşüneceğini ve davranacağını tarif edip tanımlandığını ifade etmiştik. Böylece aynı toplumun bireyleri arasında bir ortak alan oluşmuş olur. Bu ortak alanda insanlar benzer şekilde düşünür ve davranır. Kültür tarafından belirlenmiş ortak zemin, insanların bu kültür potasında birleşmesine yol açar (Alver, -, s. 24).

Kuzey Amerikalı Kwakiutl kıızılderililerinin *potlaç* geleneği, kültürün bütünleştiriciliğine en tipik örneklerden biridir. Bu geleneğe göre her yıl bir defa yapılan *potlaç* töreninde, kıızılderililer davet ettikleri misafirlere bütün bir yıla yayılan emeklerinin karşılığı olan serveti sunar, hediyeler verir, yedirir, içirirler (Aydın & Erdal, 2013, s. 33). Böylece servetin belli ellerde birikerek güç ve iktidar kaynağı olması engellenerek toplumun eşit standartlarda bir bütünlük içinde yaşaması sağlanır.

Kültür bütünleştirdiği kadar aynı zamanda bir ayırım noktası da oluşturur. Kültürün belirlediği hassasiyetler, davranış ve düşünüş biçimi ile kurallar, bu ayırım noktasının

temelidir. Popüler kültür grupları ya da alt kültür grupları bu ayrışmaya örnek olarak verilebilir.

Kültürün tarif edici ve tanımlayıcı yapısı, onun toplumlar için sınırlar belirlemesi anlamına gelmektedir. Toplum kendi içinde kaosa ve karmaşaya eğilimli bir yapıdır. Bu yapının düzenlenmesi ve karmaşadan uzaklaşması, insanların belirli kurallar ve sınırlar çerçevesinde bir araya gelmesiyle ancak mümkün olabilir. İşte bu sınırları kültürler belirlemektedir.

Bauman kültürün belirlediği bu sınırları ve toplumun kavuştuğu yeni biçimi şöyle anlatmaktadır:

“... kültür çalışmasına konu bir çevrede, tek biçim, düz bir toprak yüzeyi bazı insanları çekerken diğerlerini iten alanlara ya da yalnızca taşıt araçları ve yalnızca yayalar için uygun şeritlere bölünmüştür; dünya bir yapıya kavuşmuştur. İnsanlar üstler ve astlara, otorite sahipleriyle sıradan kişilere, konuşanlarla dinleyen ve dikkate alanlara bölünmüştür. (...) Zamanın tekdüze akışı kahvaltı, kahve molası, öğle yemeği, beş çayı ya da akşam yemeği dilimlerine bölünmüştür” (Bauman, 2010, s. 166-167).

Kültür, belirlediği kurallara, tarif ettiği ortak zemine, tanımladığı düşünce ve davranışlara insanları bütünleştirici bir anlam vermektedir. Aynı toplumun bireyleri, o şeyden aynı anlamı çıkarır ve ona göre davranır. Böylece kültürün toplumsallığı da kurulmuş olur. Kültürün gerçekleştirmek istediği temel düzey, aynı kültür dünyası içinde yaşayan insanların belli anlamları biliyor, anlıyor ve o anlamlara göre davranıyor halde olmasıdır.

Bir kültür hakkında söz ediyor olmak demek, esasen spesifik bir grubun günlük yaşantısına yön veren davranışlar, değerler, kurallar ve normlardan söz etmek anlamına gelmektedir (Aydın & Erdal, 2013, s. 31). Dolayısıyla kültürü gösteremeyiz yani soyut olduğunu varsayabiliriz ama onun tanımladığı kavramlar, tarif ettiği kurallar ve belirlediği sınırlar içinde düşünerek, davranarak, yaşayarak onu hisseder ve anlarız.

Bir başka şekilde ifade edecek olursak, kültür kavramı bir toplum için harita gibidir. Bir coğrafya haritasının o bölgenin ova, göl, dağ, tepe, yol, yerleşim yeri, yükseklik gibi özelliklerini gösterdiği gibi kültür kavramı da bir toplumun kültürel öğelerini ve

bunların birbirleriyle ilişkilerini ortaya koyar (Güvenç, 1979, s. 108). Dolayısıyla tıpkı haritanın bir bölgenin soyutlaması olması gibi kültür kavramı da bir topluma ilişkin toplumsal yapıların, değerlerin, tutum ve davranışların soyut bir modeli olarak karşımıza çıkmaktadır. Kültür, söz konusu davranış, tutum ve değerlerin arkasındaki ana metni görebilmekle mümkündür.

Kültürel öğrenme insana özgü bir öğrenme biçimidir. (Cottak, 2002, s. 47). Simge ve semboller, kültürel öğelerin ana göstergeleridir. Her bir sembol/simge o kültüre ilişkin anlamlı bir değerın soyutlamasıdır, bir davranış göstergesidir. O sembolün/simgenin anlamını biliyorsak arkasından gelecek davranışı da çözebiliriz. Yaşlı bir kişiye gösterilen saygının ifadesi olarak el öpme adeti, yaşlanan kişinin artık bir otorite ve saygınlık simgesi haline geldiğinin kabulüdür (Aydın & Erdal, 2013, s. 34).

Simge ve semboller, toplulukların ve toplumların ortak kurucu unsurlarıdır. Bir mimik, bir nesne ya da bir el işareti her kültürde farklı anlamlara gelebilir. “İşaret parmağı, bir kültürde tevhide ifade ederken bir başka kültürde isyanı, söz istemeyi ifade edebilir” (Alver, -, s. 29).

Kültürün zamana, tarihe ve sürekliliğe ihtiyacı vardır (Alver, -, s. 27). Çünkü kültürün süresiz olması demek onun ölmesi anlamına gelir. Dolayısıyla kültürün sürekliliğini sağlayacak, yani onu kuşaktan kuşağa aktaracak, besleyecek ve yeni zamanlara ulaşmasını sağlayacak topluluklara, gruplara ve toplumlara ihtiyacı vardır. Kültürün kendi içinde ürettiği ortak zemin, sınırlar, simge ve semboller bu tarihselliği ve sürekliliği sağlamak adına atılmış adımlar ve önlemler olarak görülebilir. Dolayısıyla insanın var olduğu yerde toplum ve kültür varlığını sürdürecektir. Bu çerçevede kültürün tarihselliğini ve sürekliliğini sağlayan en önemli etkenin, kültürün öğrenilen ve öğretilen bir olgu olmasından kaynaklandığını ifade edebiliriz (Aydın & Erdal, 2013, s. 32). Bu bağlamda insana, ancak o kültürün devamlılığını sağlayacak özellikleri taşıyan insana, bir anlamda o milletlerin varlığına ihtiyaç vardır.

Kültür, bir kuşağın gelip de icat edebileceği ya da ortadan kaldıracabileceği bir olgu değildir. İnsanın olduğu her yerde kültürden söz edilmeye devam edilecektir. Ancak aynı zamanda kültür bütünüyle katı ve sabit bir olgu da değildir. Toplumların içinde bulunduğu zamana, şartlara, ihtiyaçlara, hayat tarzlarına ve düşüncelere göre zaman içinde değişir, dönüşür. Bu kültürün aynı zamanda dinamik bir olgu olduğunu göstermektedir.

Kültürler bazen hızlı bazen de yavaş yavaş değişirler. Ticaret, göçler, savaşlar toplumların ve kültürlerin karşılaşma alanlarıdır. Bu karşılaşma alanlarında toplumlar birbirlerinden etkilenir ve önemli kırılma noktaları oluşabilir. Böylece her bir etkileşim, bir değişimin habercisi olabilir. Örneğin günümüzde teknoloji, kültürlerin çok hızlı bir şekilde etkileşime girmesine ve aynı zamanda çok hızlı biçimde değişmesine uygun ortamı sağlamaktadır.

Kültürün amacı, belirlediği sınırlar, koyduğu kurallar ve normlar çerçevesinde insanlara ideal bir gerçekliği sunmaktır. Kültürün belirlediği sınırlar, iyi ile kötünün, doğru ile yanlışın, haklı ile haksızın, güzel ile çirkinin arasındaki ince bir çizgidir. Böylece ideal olanı belirleyerek toplumun üyelerine bu ideal doğrultusunda hareket etmelerini işaret eder. Ancak kültürün gösterdiği ideal olan, insanlar tarafından her zaman aynı şekilde algılanmayabilir. Her insan ideali kendi gerçekliğine göre algılayabilir, yorumlayabilir, farklılaştırabilir ya da esnetebilir (Alver, -, s. 28). Dolayısıyla kültürün gösterdiği ideal ile gerçek hayat içerisinde yaşanan ideal hiçbir zaman aynı olmayabilir. Kültür, gösterdiği ideal ile gerçek hayatta yaşanan arasında sürekli yeni bir form kazanarak varlığını sürdürmeye devam eder.

Kültür toplumların nasıl yaşayacağını gösteren bir haritadır. Toplumların yaşam tarzı, doğrudan sahip oldukları kültüre bakılarak incelenebilir. Bir toplumun içinde yaşadığı kültürel iklim, o toplumun zihniyeti, hayali, tutumu, ekonomisi, sosyal yaşantısı, gelenek ve görenekleri, simge ve sembolleri, sanatı, tarihi bütünüyle yaşam tarzı içinde ortaya çıkar. Kültür, yaşam tarzını bütünüyle saran, toplum adına ne varsa her unsuru yüklenen, insanın tüm yapıp etmelerinin vücut bulduğu bir atmosferdir.

2.1.2. Kültürel Değişme

Kültürel değişme, tıpkı yaşam tarzı, bütünleştiricilik ve toplumsallık gibi kültürün temel bir özelliğidir. Kültürün dinamik bir yapıya sahiptir. Toplum yaşantısında değişen büyük küçük her şey, kültür içerisinde bir şekilde kendini gösterebilmektedir. Karşılaşılan olay, gelişme, çatışma, savaş, ticaret ya da teknoloji her ne ise, o olgunun güçlü ya da zayıf oluşuna göre kültürel değişim ekseninde büyük ya da küçük bir etki yaratır. Bu etki kısa sürede görülebileceği gibi uzun vadeli bir değişim de söz konusu olabilir. Kültürel değişme, tüm bu faktörler neticesinde gerçekleşen başkalaşmaları ve toplumsal değişmeyi ifade etmektedir.

Kültürel değişme, içten ve dıştan olmak üzere iki temel biçimde gerçekleşebilir. İçten değişme, herhangi bir kültürün kendi içsel dinamiklerindeki değişimleri ifade ederken; dıştan değişme, karşılaşmalar ya da dıştan müdahaleler neticesinde meydana gelen değişimleri ifade etmektedir (Alver, -, s. 58).

Kültürel değişme neticesinde yeni aktörler, temsiller ve yeni kültürel biçimler ortaya çıkar. Böylece kültürel pratiklerde ve günlük hayat şekillerinde farklılaşmalar görülür. İnsanlar yenilenen kültürel alanlar ve başkalaşan unsurlarla karşı karşıya kalır. Dolayısıyla kültürel değişimin toplumda hem psikolojik hem de toplumsal olarak çok yönlü etkileri olabilir.

Kültürel değişme ile gelenek iç içedir. Çünkü bir toplumun şimdiki zamanında gelenek olarak adlandırılan şey, aslında kültürel değişme sürecinin belli bir anında ortaya çıkmış daha eski bir referanstan başka bir şey değildir (Aydın & Erdal, 2013, s. 41). Ancak zaman içerisinde benimsenerek yaygınlaşır ve gelenek halini alır. Bu doğrultuda İrfan Erdoğan'a göre kültür "hem bilinçli şekilde seçen ve deneylerinin muhasebesini yapan insanlar tarafından kendileri için inşa edilir hem de aynı anda, geçmişteki insanların seçim ve değerlendirmelerinden miras kaldığı için, seçim ve etkinliklerin önceden belirlenmiş kurucusu işlevini görür (Erdoğan, 2004, s. 2)".

Zygmunt Bauman (Bauman, 2011, s. 7) günümüz dünyasını "akışkan modern" dünya olarak tanımlamaktadır. Ona göre dünya akışkandır çünkü tüm sınırlar gibi pek fazla durağan kalamamakta, şeklini koruyamamaktadır. Bu haliyle akışkanlık kültürün de nasıl değişken, geçişken bir karaktere sahip olduğunu göstermektedir. Kültür, karşılaştığı her olguyla yeni bir form kazanır. Örneğin günümüzde küreselleşme, bu değişimin en temel ve köklü belirleyicisidir. Küreselleşme ile adeta birer küresel köy haline gelen dünyada, kültürel değişme çok hızlı biçimde gerçekleşmektedir. 50 yıl önce bir şehirde olan önemli ya da tarihi bir olay, günler belki haftalar sonra başka bir şehirde duyulurken; günümüzde artık dünyanın en ufak bir köyünde olan bir orman yangını anında, daha olay esnasında duyabiliyor ve ona göre davranış geliştirebiliyoruz.

2.1.3. Medya ve Kültür

Kültürün temel özelliklerinden birinin sürdürülebilirlik olduğunu ifade etmiştik. Günümüzde kültürün devamlılığını ve aktarımını sağlayan en önemli unsur medyadır.

Özellikle kitle iletişim araçlarının gelişmesi ve yaygınlaşması neticesinde kültür üretilen ve pazarlanan bir meta halini almıştır (Taylan & Arklan, 2008, s. 90).

Günümüzde insanlar günlük olayları bütünüyle kitle iletişim araçları üzerinden takip etmektedir. Bu sebeple kitle iletişim araçları geniş kitlelere ulaşmıştır. Özellikle internetin kullanılmaya başlanması ve yayılması, kitle iletişim araçlarının kullanım alanlarının da genişlemesinde etkili olmuştur. Böylece kitle iletişim araçları mekân farklılıklarını ve uzaklıklarını yok ederek öğrenmeyi herkes için mümkün kılmıştır (Kocadaş, 2005, s. 6). Diğer taraftan kitle iletişim araçları vasıtasıyla gelişen iletişim neticesinde, insanların beklentileri ve gerilimleri artmış, böylece kitle kültürünün gelişmesinin ve yaygınlaşmasının da zemini oluşmuştur (Kocadaş, 2005, s. 6).

Aysel Aziz'e göre kitle iletişim araçları ülkeler tarafından toplumsal değişimi ve ekonomik gelişmeyi hızlandırıcı araçlar olarak görülmektedir (Aziz, 1975, s. 2). Bu yüzden de yoğun olarak kullanılmaktadır. Kitle iletişim araçları aracılığı ile üretilen yeni çevre gözlenmekte, bireylerin umutları arttırılmakta, bu umudun arttırılması için bireylere yeni beceriler öğretilmekte ve böylece bu yeni bireyin yeni topluma ve onun kurallarına uyumu sağlanmaktadır (Aziz, 1975, s. 2). Bir başka ifadeyle, toplumun değişime hazırlanması, değişim fikrinin yerleştirilmesi, yaygınlaştırılması, bir yandan mevcut kültür aktarılırken diğer yandan uluslararası ve toplumsal mecrada gerçekleşen yeni gelişmelere adaptasyon sürecinin sağlanması ve nihayetinde bu yeniliklerin sindirilerek toplumsal gündemde dolaşıma sokulması bütünüyle kitle iletişim araçları vasıtasıyla gerçekleştirilmektedir. C. Wright Mills'e göre sıradan insanlar içinde bulundukları durumu ve gündelik yaşantılarının sınırlarını aşacak güce sahip değildir (Mills, 1974, s. 7). Sıradan insanlar gündelik hayatın onlara verdiği iş, aile ve komşuluk ilişkileri ağı içerisinde gömülmüş durumdadır. Çünkü bu yaşama egemen olan güçler, bu insanların kavrayabileceği ya da yönetebileceği nitelikte değildir. Bu sebeple gerçekleşen büyük değişimler, sıradan insanın kontrolü dışındadır. Ancak yine de onların hayata bakış açıları ve eylemleri bu değişimlerden etkilenmektedir.

Kitle iletişim araçları ile sınırlar kolayca aşılmakta, ülkeler, insanlar, diller ve hatta farklı anlayışlar arasındaki uzaklık gün geçtikçe kapanmaktadır. Dünyanın bir ucunda gerçekleşen yerel bir festivalin haberi, dünyanın bir başka ucundan anında duyulmakta ve hatta canlı olarak festival izlenebilmekte, yorum yapılabilir. Kitle iletişim araçları insanı her an her şeyi almaya/izlemeye/görmeye/duymaya hazır bir konumda

tutmaktadır. Günümüzde kullanılan araçların çeşitliliği ve yaygınlığı göz önüne alındığında bu aktarımdan kaçış neredeyse imkânsız görünmektedir. Gazeteler, radyo, televizyon, haftalık dergiler, bilgisayarlar, internet, akıllı telefonlar, tabletler, afişler, billboardlar ve daha birçok şey hayatın tam merkezinde yer almakta, gittiğimiz her yerde, bindiğimiz her araçta, kafelerde, restoranlarda, yollarda bizi çepeçevre sarmaktadır. Dolayısıyla dünya hakkında bütün bildiklerimiz ve bildiğimizi sandığımız şeyler bu araçlar tarafından domine edilmektedir. (Kocadaş, 2005, s. 8). O halde kitle iletişim araçları ile insanlara sunulan sadece mal ve hizmet değil, aynı zamanda nesnelerin kültürel anlam ve imgeleridir (Taylan & Arklan, 2008, s. 95). Bir başka ifadeyle “üzerinde düşünülecek dünya, bu dünya hakkında düşünülebilecek düşünme biçimleri, çıkar sahibi bireyler ve gruplar tarafından tayin edilmekte ve kitleler devamlı olarak yönlendirilmektedir (Kocadaş, 2005, s. 8)”.

C. Wright Mills medyanın kitle kültürü üzerindeki işlevini şöyle özetlemiştir (Mills, 1974, s. 440-441):

- Kitle iletişim araçları aracılığıyla bu araçları kullanan insanlara tamamen yeni bir kişilik benimsetilmekte,
- Kitlelere ne ve nasıl olmaları gerektiği söylenip, bu yönde telkinde bulunulmakta,
- Onlara verilen yeni kişiliklerle ne yapmaları gerektiği belirli bir teknik kazandırılarak öğretilmekte,
- Bu yeni kişilikle bireyin rahatlaması sağlanmakta ve bu yeni kişilik aslında bir kaçış yerine geçmektedir.

2.2. POPÜLER KÜLTÜRÜN YAPISI

Popüler kelimesi Latince *popularis* sözcüğünden türemiş ve halka ait, halkla ilgili anlamına gelen hukuki ve siyasal bir terimdir (Erol, 2009, s. 42). Ancak günümüzde bu kavram birçok kişi tarafından sevilen, beğenilen ve seçilen anlamında kullanılmaktadır (Erdoğan, 2004, s. 3). Bir başka tanıma göre popüler kültür, halk arasında yaygın olarak tercih edilen bir dizi kültürel pratiktir (Sarı, 2006, s. 58).

İrfan Erdoğan’a göre ise popüler kültür, halkın özgür iradesinin bir ifadesi olmadığı için onun kültürü değildir ancak onunla vardır (Erdoğan, 2004, s. 4). Daha açık bir şekilde ifade etmek gerekirse, “popüler kültür geniş iş bölümü etrafında kurulan

kapitalist mal üretimi, pazarlaması, dağıtımı ve tüketimi biçimlerine dayanan bir kültürdür. Bu biçim olmayınca, örneğin teknolojik çoğaltma, seri üretim, tv veya basın olmayınca, bu araçlara dayanan böyle bir kültür biçimi de olmaz" (Erdoğan, 2004, s. 4).

Kitle kültürü ve popüler kültür kavramları hem birbirinin yerine geçmekte hem de farklı alanları ifade etmektedir. Öncelikle popüler kültür, kitle kültürü kavramının yüklendiği olumsuz anlamlardan kaçılan dolayısıyla yeni ve olumlu anlamlarla yüklü bir kavram olarak benimsenmektedir.

Buna göre popüler kültür kavramı, “edilgen tüketiciler olarak değerlendirilmeyen insanların tükettikleri kültürel ürünleri, bu insanların dahil oldukları topluluk, sınıf, etnik grup ya da yöresel niteliği ile ilişkilendirilebiliyor ve onlar arasındaki aidiyeti pekiştirebilen özelliklerden (Erol, 2009, s. 43)” söz edilmesini mümkün kılmaktadır. Baudrillard bir söyleşisinde bu ikisinin birbirinden tamamen farklı olduğunu, popüler kültürün tam olarak boyutları sınırlı kültürler anlamına geldiğini; kitle kültürünün ise tamamen yayılmış bir kültür olduğunu, dolayısıyla ikisinin taban tabana zıt olduğunu ifade etmiştir (Baudrillard, 1997).

Erdoğan’ın yukarıdaki popüler kültür tanımı Baudrillard’ın bu ayrımı üzerinden düşünüldüğünde, tanımın tutarlı ve doğru olduğu düşünülmektedir. İçinde yaşadığımız teknoloji çağı, bizim yaşam tarzımızın, düşünce ve davranışlarımızın belirleyicisi konumundadır. Bu çağın araçlarına dahil olmayan, onları kullanmayan ya da kullanmayı bilmeyenlerin kendilerine iş bile bulmakta güçlük çektikleri bilinmektedir. Söz konusu araçların kullanım bilgisi, bireyi ya ötekileştirmekte ya da bütünüyle kendini bir statüye dahil etmektedir. Ancak bu araçların olmadığı bir dünyada, farklı belirleyicilerin olduğu, farklı bir toplumsal yapıdan söz etmek gerekecektir.

2.2.1. Popüler Kültürün Değerleri

Popüler kültürün değerleri, bir yandan onun sürekli güncel ve dolaşımda kalmasını sağlayan bir yandan da yeniden üretilmesini, tüketilmesini ve pazarlanmasını sağlayan temel özellikleridir. Popüler kültürün dinamik yapısı, onun günümüz teknolojisi içerisinde sürekli bir değişkenlik içerisinde olmasını sağlamaktadır.

Popüler kültürün en temel değeri tüketimdir. Hızlı tüketim sayesinde kitle üretiminin kalıcılığı ve sürekliliği sağlanır. Bu sebeple üretilen ürünün en hızlı şekilde tüketilmesi amaçlanmaktadır. Tüketici popüler ürünü hemen görmeli, onu satın almalı, kullanmalı

ve popülere katılarak popüleri yakalamalıdır. Popülere katılamayan tüketici yine popülerin kendisi tarafından rahatsız edilerek popülere katılmaya yani popüler ürünü tüketmeye davet ve teşvik edilir. Böylece kendini önemli hissedecektir. Bu esnada tüketici özgürlük mitleriyle sürekli olarak beslenmektedir (Erdoğan, 2004, s. 5).

Birey kendi tercihini kendisinin yaptığını zannederek pazara dahil olacaktır. Ancak gerçekte olan onun aslında kapitalist pazar bilincini benimsediği, içselleştirdiği ve pazara dahil olarak bu bilinci yeniden yarattığıdır. Popüler kültürün yarattığı bu illüzyon, tüketicinin sorgusuz sualsiz tüketim ağının sürekliliğine dahil olmasını garanti eder.

Popüler kültürün en önemli değerlerinden biri, popüler kültürün mal ile olan ilişkisidir. Tüketilen her ürün bir maldır. Popüler kültüre göre sanat eseri bile alınıp satılması, dolaşıma girmesi ve hızlıca tüketilmesi gereken bir maldır. Dolayısıyla bir malın tüketimiyle ilişkili tüm süreçler, yani ürünün pazarlaması, tüketimi ve yeniden üretimi ile ilgili koşulların yaratılması popüler kültürün ana hedefidir. Böylece popüler kültür içerisinde tüketiciye hazır yeni bir pazar oluşturulur ve bu pazar sürekli yenilenir.

Popüler kültür ürünlerinin hızlı biçimde tüketilmesi, yeniden üretilmesi ve bu sürecin sürekliliğinin sağlanması, egemen toplumsal ve ekonomik ilişkiler vasıtasıyla gerçekleşmektedir. Popüler pratiklerin uygulanması ve desteklenmesi bu ilişkilere ihtiyaç duymaktadır. Dolayısıyla popüler kültür sürekli olarak egemen toplumsal ve ekonomik ilişkileri destekler ve haklı çıkarır (Erdoğan, 2004, s. 4). Böylece bir yandan kendi varlığının meşruiyetini sağlarken diğer yandan sürekliliğini garanti eder. Popüler kültürün yapısı, içinde var olduğu araçlara ve etkinliklere göre belirlenir (Sarı, 2006, s. 59). Bu çerçevede popüler kültürün bir diğer değeri, egemen toplumsal ve ekonomik ilişkilerin desteklenmesidir.

Değişim, popüler kültürün bir diğer önemli değeri olarak karşımıza çıkmaktadır. Tüketimin ve aynı zamanda sermayenin sürekliliği, sürekli değişim sayesinde gerçekleştirilir (Erdoğan, 2004, s. 4). Popüler kültür bağlamındaki değişimin en önemli örneklerinden biri modadır. Her mevsim değişen moda, yeni renkler, kıyafetler, ayakkabılar ve yepyeni bir stil sunmaktadır. Giyim adeta kişiye belli bir sıfat veren, önemli kültürel güç kazanan bir fetiş haline gelmiştir (Özden, 2010, s. 30). Popüleri yakalamak zorunda olan tüketici modayı takip etmeli ve ona uygun giyinmelidir. Aksi halde “demode” ya da “out” olacak, kendini değersiz ve sistemin dışında hissedecektir.

Kendisine ilişkin temsili, sokaklarda, televizyonda ve çevresinde göremeyecektir. Çünkü popüler kültür her şeyden önce tüm kitle iletişim araçları aracılığıyla “kitle kültürünün en çok kullanılan ürünlerini, bu ürünlerin tüketilmesini ve bu ürünleri teşvik eden düşünceleri ve duyarlılıkları anlatır (Erdoğan, 2004, s. 4)”.

Popülerin yaratılmasında, tüketilmesinde ve teşvik edilmesindeki en önemli etken popülerliktir. Popülerlik, popüler kültürün başat değerlerinden bir diğeridir. Tüketimin teşviki, artırılması ve sürekliliği diğer popülerler üzerinden sağlanmaktadır. Bu sebeple tüm kitle iletişim araçları aracılığıyla yeni popülerler üretilmiştir (Sarı, 2006, s. 59). Popüler sanatçılar, popüler sporcular, popüler dizi oyuncular, popüler televizyon programları, popüler magazin kahramanları, popüler fikirler, in’ler out’lar listeleri, şıklar ve rüküşler listeleri, “top 40” müzik listeleri, popüler mağazalar, popüler restoranlar bunlardan bazılarıdır. Popüler kültür, sınıfsal fark ayırt etmeden ürünleri popülerleştirir (Öğüt, 2008, s. 12). Tüm bu popülerler yeni ürünlerin oluşturulmasında, satılmasında ve tüketicinin yeni imajının yaratılmasında belirleyici ve teşvik edici bir rol üstlenmektedir.

Popüler kültürün önemli bir değeri olarak imajı sayabiliriz. Popüler kültür içerisinde popülerlik ve imaj iç içedir. Bu sebeple popüler kültürde her şey imaj üzerine kuruludur (Sarı, 2006, s. 66). Üretilen popüler kişilerin her birinin teşvik edilmesi gereken bir imajı vardır. Bu imaj onların mesleklerinin, söylediklerinin ve yaptıklarının tamamen üzerindedir. Her bir imaj aynı zamanda pazarlanması gereken bir üründür. Eğer bir konu tartışılacak ve fikir beyan edilecekse ise, ne konuşacakları belli olan özellikle imaj sahibi starlara söz verilir (Sarı, 2006, s. 66). Özellikle topluma kabullendirilmesi istenen bir konu var ise, bu konunun bilhassa tanınmış kişilerce ortaya konması, kişilerin bilincinde pozitif bir yargı oluşturuk istenmesinden kaynaklanmaktadır. Bu her ne ürün olursa olsun bunların pazarlama yöntemleride de kullanılmaktadır.

2.2.2. Popüler Kültürün Tarihi ve Gelişimi

Popüler kültürün temel özelliklerinden biri onun Sanayi Devrimi sonrasının kent kültürü olmasıdır. Çünkü popüler kültürün hayatın içinde yer almasının ve gelişmesinin temel nedenleri, başta Sanayi Devrimi olmak üzere bilimsel ve teknolojik gelişmeler ile kentleşmedir (Algül, 2019, s. 146).

Popüler kültürün ortaya çıkışında yerleşik hayata geçilmesi rol oynamaktadır. Kent popüler kültürün somut hale gelmesini sağlar. Bu geçişi Ünsal Oskay şöyle ifade etmektedir:

“Geleneksel toplum yapısı zamanında kentlerin, kasabaların buralara farklı bir alt kültürlerden gelme değişik insanlarda oluşan karma halkına birlikte seslenen çadır tiyatroları, karagöz, ud, kemanlı ve kanunlu ‘saz’ yerine çok daha teknolojiye dayanan eğlence biçimlerine geçilmiş; serbest zaman düzenlemeleri değişmiş; iletişim biçimleri yenilenmiş; ideoloji düzeyindeki düzenlemeler, devletin arkaya çekilmesi ile birlikte, sivil toplumun değişik kesimlerinde işletilmeye başlanmıştır. ‘Popüler kültür’ de bunlardan biri olarak ortaya çıkmıştır” (Oskay, 2004, s. 259-260).

Popüler kültürün günümüzdeki anlamına kavuşması, Sanayi Devrimi ve Fransız Devrimi’nin etkileri neticesinde 18. yüzyılı bulmaktadır (Algül, 2019, s. 147). Bir yandan tarım toplumundan sanayi toplumuna geçiş gerçekleşirken diğer yandan devlet yapısı, eğitim anlayışı, sosyal ve kültürel hayat yeni anlamlar kazanır. İnsan gücünün yerine makinenin geçtiği, teknolojiye dayalı modern toplumun ortaya çıktığı bu dönemde, köylerden kentlere göçler hızlanarak kent nüfusunun yoğunlaştığı ve kapitalist sistemin tecrübe edildiği yeni bir yaşantı biçiminden söz etmek mümkündür. Murat Belge’ye göre popüler kültür, tam da bu ortamda hakim kültür olarak kendini göstermiştir: “Sanayi toplumuna geçişle popüler kültür ürünleri meta olarak tüketilmeye başlanmıştır. Popüler kültür, kapitalist üretim anlayışıyla, seçkin kültürü ve folk kültürünü dönüşüme uğratarak oluşmuştur (Belge, 1982, s. 89)”.

2.2.3. Kitle Kültürü ve Popüler Kültür

Kitle kültürü kavramı, tıpkı kültür gibi, birçok anlama gelerek tanımlanmakta güçlük çekilen ve üzerinde çeşitli tartışmaların döndüğü bir kavramdır. Kavram hem olumlu hem de olumsuz birçok anlamı barındırmaktadır. Olumsuz anlamları ile kitle, kuru kalabalık ya da güruhu ifade edecek biçimde kullanılmaktadır (Erol, 2009, s. 25). Kitlenin olumsuzlanması temelde onun kalabalık oluşundan ileri gelmektedir ve

kalabalık olan kitle kültürel düzey olarak da aşağılarda görülmektedir (Alver, -, s. 77). Bunun aksi görüş belirterek kitlenin olumlu anlamına vurgu yapan tanımlara göre ise kitle, ortaklaşa amaçlar etrafında bir araya gelerek örgütlenen, dayanışma içerisinde olan ve bir gücü temsil edendir (Mutlu, 1994, s. 210).

Kitle kavramı, halk kavramından farklı bir içerikle kullanılmaktadır. Halk, hepimizin oluşturduğu bir topluluktur. Bir başka ifadeyle halk, “birbirini tamamlayıcı alışkanlıklarla ve iletişim kolaylıklarıyla bağlayan kişilerin oluşturduğu (Erol, 2009, s. 27)” gruplardır. Buna karşın kitlenin kendine özgü bir toplum modeli (kitle toplumu) ve kültür kalıbı (kitle kültürü) vardır (Alver, -, s. 77). Nitekim kitle toplumu kuramcılarına göre halk, insanlar arasındaki etkileşim ve iletişimin azalmasıyla ilişkilerin çözülmeye başladığı bir noktada kitleye dönüşmektedir (Erol, 2009, s. 28). Burada vurgu yapılan nokta dönüşümdür. Dönüşümü tetikleyen ana unsur ise kapitalizmdir. Kitle kültürü, 19. yüzyılda kapitalizmin etkisiyle yeni egemen kültür olarak ortaya çıkmış (Yayman Ataseven, 2018, s. 182); kapitalizmin ürettiği bu yeni insanlardan oluşan toplum ise kitle toplumu olarak karşımıza çıkmıştır. Bir başka ifadeyle kitle toplumu, “üretimin gelişmesi ve iş bölümünün artması, nüfusun kentlerde toplanması, karar alma süreçlerinin merkezileşmesi, iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ve kitlesel işçi hareketleriyle (Sarı, 2006, s. 38)” ortaya çıkmıştır.

Erdoğan’a göre kitle kültürü, “ihtisaslaşmış özel bir sektör olarak, durmadan artan endüstri üretimi olarak ve en önemlisi, ilk defa işçi sınıfına yöneltilen ve özellikle onların tüketimi için üretilen bir kültür olarak” ortaya çıkmıştır (Erdoğan, 2004, s. 3).

Kitle kültürünün yaygınlaşması, bu kültürün doğrudan kapitalist pazarla entegre olması ile ilintilidir. Kitle toplumunun ilk sosyolojik eleştirisi olarak kabul edilen Alexis de Tocqueville’in *Amerika’da Demokrasi* (1840) başlıklı çalışmasında, bu yeni pazar sayesinde insanların birbirlerine benzer düşünce ve davranış biçimleri sergiledikleri gözlemlenmiş ve bu durumun bir kitle zihniyeti oluşmasında etkili olabileceği belirtilmiştir. Tocqueville çalışmasında, “yüksek kültürün yazarların hoş gitmek yerine hayrete düşürmeye, beğeni duygusuna seslenmekten çok, ihtirasları tahrik etmeye çabaladıkları bir edebiyatı doğuran sanayi toplumunun, tekdüze ve sıradan yaşam tarzı tarafından tehdit edildiğini (Erol, 2009, s. 29)” ileri sürmektedir.

Tocqueville’in bu saptamalarından sonra Frankfurt Okulu düşünürleri, kitle toplumu ve kitle kültürü üzerine eleştirilerde bulunmuşlardır. Frankfurt Okulu’na göre tüketime

endeksli yeni bir oluşumun ortaya çıkışı, sanayi toplumunun yükselişi ile birlikte geleneksel değerlerin ortadan kalkması neticesinde olmuştur. Kapitalizmin yönlendirdiği bu yeni oluşum, kitle toplumu niteliği taşımaktadır. Bu toplum birbirinden kopuk, atomlaşmış bireylerden oluşmaktadır, dolayısıyla örgütlenmiş bir yapı yoktur (Erol, 2009, s. 33). Kültür endüstrisi kavramı, ilk defa Adorno ve Horkheimer tarafından yazılmış olan *Aydınlanmanın Diyalektiği* (1944) başlıklı çalışmada kitle kültürü yerine kullanılmıştır. Buna göre, standartlaştırılmış kültür endüstrisi ürünleri, bir sosyal gerçekliğe uyacak hale getirilmiştir. Kendi haline bırakılarak güçsüzleşmiş bireyler de kültür endüstrisinin bu kalıplaştırılmış ürünlerinden beslenmektedir. Bu beslenme yani tüketme süreci, tüketicileri bir yandan edilgen kılarken bir yandan da kapitalizme hizmet eden mevcut düzenle uzlaştırmaktadır. Dolayısıyla kültür endüstrisi ürünlerinin ana amacı, artık birer tüketici olmuş bireylerin mevcut düzenle ve sosyal kurallarla özdeşleştirilmesi, bağdaştırılması ve nihayetinde her ne iseler o şekilde olmaya sevk etmektir (Erol, 2009, s. 35).

Kültürün bir endüstri haline gelmesi, kitle iletişim araçlarının ortaya çıkmasıyla mümkün olmuştur. Dolayısıyla kitle iletişim araçları, kültür endüstrisinin biricik ajanlarıdır. İnsanların davranışlarını doğrudan etkileyerek onları manipüle eder. Horkheimer bu manipülasyonu şöyle ifade eder; “İnsanların kitle kültürü organlarından aldıkları hazır düşünce ve davranış kalıpları, ikinci adımda sanki insanların kendi düşünceleriymiş gibi kitle kültürünü etkiler, güçlendirir (Horkheimer, 1986, s. 186)”.

Horkheimer kitle kültürünü metalaşma bağlamında tüketimle ilişkili olarak ele alırken Adorno özellikle sanat ürünlerinin bir meta haline gelerek değersizleşmesi, çabuk ulaşılması ve böylece sıradanlaşmasına dikkat çekmiştir: “Kültür endüstrisi, efektlerin bariz rötuşların ve teknik ayrıntıların sanat yapıtına baskın çıkmasıyla birlikte gelişmiştir; vaktiyle bir ideayı ifade eden sanat yapıtı, onunla birlikte tasfiye edilmiştir (Adorno T. W., 2009, s. 54)”.

Kitle kültürü kapsamında her şey satılması ve tüketilmesi gereken bir mal olarak görülür. Dolayısıyla estetik beğeni ikinci plandadır. Öncelikle o ürünün mümkün olan en geniş kitleye satılması yani tüketilme başarısı önemlidir. Kitleler kültürel ürünleri eğlence ve vakit geçirme amacıyla tüketirler. Nitekim bu durum günümüzde boş zaman faaliyetleri olarak devam etmektedir. Burada en başta bir tüketim aktörü olarak

kurgulanan kitle, popüler kültür imajlarını ve ürünlerini yoğun bir şekilde tüketmektedir (Alver, -, s. 78)

Tüm bu anlatılanlardan hareketle kitle kültürünün özelliklerini şöyle sıralayabiliriz (Sarı, 2006, s. 68-69):

- Kitle kültürü kapsamında iletişim süreci, az sayıdaki ana kaynaktan (teknolojik araçlar) geniş kitlelere doğru olan tek yönlü bir iletişimdir.
- Yaşam biçimini standardize ederek tekdüze, sıradan ve homojen bir kültür içeriği dayatır.
- Bir mal haline dönüşmüş olan kültür, en geniş izleyici kitlesine satılmalıdır.
- Klişelere yaslanarak izleyicide pasif bir tutumu önerir.
- Kitle yegane tüketicidir, dolayısıyla tüketicilerin katılımı alıp-almama ile sınırlıdır.
- Önemli olan bir ürünün satılıp satılmadığıdır, estetik beğeni ticari başarının ardından gelir.
- Yaratıcı değil, çoğaltıcı ve aktarıcıdır.
- Bayağı ve zevksizdir, ahlaktan yoksundur.
- Manipüle edicidir.
- Kültür kitle iletişim araçları vasıtasıyla yayılır, dolayısıyla onlara bağımlıdır.
- Sistem sürekli olarak değişime açıktır.

Popüler kültürün özelliklerini şöyle sıralayabiliriz (Sarı, 2006, s. 69-70):

- Sanayi Devrimi sonrasında kent kültürüdür.
- Tüketime dayalı bir kültürdür. Dolayısıyla üretilen tüketiciye dönüktür.
- Sürekli değişmektedir, değişime açıktır bu yüzden de günceldir.
- Kültürel değerleri ve gelenekleri, yeni formüllerle yeni birer biçim olarak yansıtır.
- Kültürün aktarımı teknoloji üzerindedir.
- Herhangi bir sınıfın kültürü değildir. Popüler kültür pratikleri kendine toplumun hem alt hem de üst tabakasında yer bulabilmektedir.
- Diğer kültürlerle sürekli çatışma içerisinde.

2.2.4. Popüler Kültüre Etki Eden Faktörler

Popüler kültürün benimsenmesi ve yayılmasında etkili olan, popüler kültüre etki eden temel üç faktörü sayabiliriz. Bunlar medya ya da bir başka ifadeyle kitle iletişim araçları, reklamlar ve tüketimdir.

Medya, popüler kültürü karakterize eden görünürlük ve bilinirlik özelliklerini artıran en önemli unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Çünkü medya, her şeyden önce, egemen gücün devamlılığını sağlamada önemli bir aracı kurum olarak görev görmektedir (Özden, 2010, s. 43). Mevcut sistemin insanların gözünden rasyonelleştirilmesi ve benimsenmesinin sağlanması, medya aracılığıyla sağlanmaktadır. Üretilen dizi ve filmler, insanların belki de gündelik hayatta karşılaştıklarında karşı çıkacakları birçok fikir, düşünce ve ürünle dopdoludur. Ancak bu filmler ve diziler aracılığıyla insanlara özgürlük mitleri sunulmakta, tüketim özendirilmektedir.

Medyanın toplum ile olan ilişkisini tek yönlü olarak okumak büyük bir yanılgı olacaktır. Bir başka ifadeyle medya insanları yalnızca aktardığı içerikle etkilemez, söz konusu metnin derinlerinde yer alan her bir unsur yani alt metinler de bu etkileşimde ciddi bir rol oynamaktadır (Taylan & Arklan, 2008, s. 90). Öncelikle her metnin gerisinde mutlaka arka plan ayrıntıları bulunmaktadır. Film, dizi ve reklam metinlerinde, oyuncuların davranış ve giyim biçimleri, kullandıkları aksesuarlar, yedikleri yemekler ve mekanlar, alışkanlıkları ve kullandıkları nesneler seyirciyi etkilemektedir. Örneğin, reklamlarda sadece ana ekranda yayınlanan ürünün reklamını görmeyiz. O ürünü kullanan kadın ya da erkeğin giyim tarzının, konuşmasının, yürüyüşünün, bakışının da reklamını görürüz. Özetle ana ürünle birlikte kahramanın sahip olduğu yaşam tarzının da reklamı yapılmakta, seyirci özendirilmektedir. Bu detayların seyirciyi çok az etkilediği zannedilse de, tüketicideki ana değişim modellemesi bu ayrıntılarla gerçekleştirilmektedir (Taylan & Arklan, 2008, s. 90). Ana akım televizyon kanallarında yayınlanan dizilerin kahramanlarının kullandığı aksesuarlar, anında o kahramanın adıyla piyasada yerini bulmakta ve tüketiciyi yönlendirmektedir. Hatta günümüzde artık bu ürünlerin markası ve satıldığı internet siteleri, hem televizyon kanalının kendisi hem de anlaşmalı sosyal medya kahramanları tarafından Twitter, Instagram gibi sosyal medya mecralarında anında paylaşılmaktadır. Medya aracılığıyla gerçekleştirilen kültürel değişim boyutu, tam da bu şekilde arka plan detaylarına gizlenen mesajlar ile sağlanmaktadır. Mevcut kültüre ilişkin örülen yapı bu

arka plan detaylarında saklıdır ve seyirciye aktarılan bilgi bu yapı bütünlüğü içerisinde verilmektedir. Böylece mevcut kültürün ya da hakim kültürün diğer kültürler üzerinde hegemonya kurması amaçlanmaktadır. Ancak burada dikkat edilmesi gereken bir nokta bulunmaktadır. Temelde kitle iletişim araçları vasıtasıyla sağlanan bu hegemonya, yukarıda da anlatıldığı üzere zora değil rızaya dayanmaktadır (Taylan & Arklan, 2008, s. 91).

Burada medyanın önemli bir özelliğine değinilmektedir, rıza üretimi. İnsanlar izledikleri dizi ve filmleri kendi iradeleriyle izlediklerini, kullandıkları ürünleri kendi ihtiyaçları doğrultusunda satın aldıklarını, kıyafetlerini ihtiyaçtan ya da beğendikleri için edindiklerini düşünürler. Ancak izledikleri her bir medya ürünü, program ya da kullandıkları her bir kitle iletişim aracında kendilerine telkin edilen mesajı yerine getirmektedirler. Medya aracılığıyla pompalanan özgürlük mitleri, bireyin kendisine verilen mesajlara yönelik tüketim ve davranış kodu geliştirmesini sağlamaktadır.

Medyanın etki alanı göz önünde bulundurulduğunda, televizyon bu etki alanında önemli bir yer tutmaktadır. İnsanların büyük bir çoğunluğu haberleri televizyondan takip etmektedir. Aynı zamanda televizyon eğlence, boş zaman, haz, tutku gibi duyguların karşılığı ve bu duyguların kolayca tatminini sağlayan bir araçtır. Televizyonun bu kadar popüler olmasının bir diğer nedeni ise, kitlelerin anlam yerine gösteri istemeleridir (Baudrillard, 1991, s. 12).

Çağımızda insanlar, televizyon ile her şeyin kendisine geldiği, kendisinin artık herhangi bir çaba sarf etmediği bir dünyada yaşamaktadır. Görsel sunulan senaryolar ve haberler ile olaylar birer meta olarak evlere girmekte, gerçekte olan olaylar önemini yitirerek televizyon aracılığıyla ona kazandırılan yeni anlamlar önem kazanmaktadır. Bu anlam aktarımı, televizyonun kültürel değişimi çok hızlı bir şekilde gerçekleştirebileceğinin göstergesidir. Nitekim televizyon sayesinde insani ilişkileri güçlendiren değer yargılarının yerini televizyonun getirdiği yeni kültürel değerlere bırakmaktadır (Kocadaş, 2005, s. 8). Örneğin magazin televizyonun ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Popüler kültürün de önemli bir parçası haline gelen magazinde “metinler, okuyucunun alt-benine seslenen şekilde kurgulanır ve siyasal/toplumsal bilinç amacı gütmeyiz (Özden, 2010, s. 45)”. Böylece bolca eğlenilir ve bol vakit geçirilir. Bilgi edinilmez, herhangi bir şey öğrenilmez. Popüler kültürün ürettiği popülerlerin hayatları seyredilir, takip edilir, onların giydikleri gözlemlenir, ilişkileri incelenir.

Popüler kültüre yön veren ve onun devamlılığını sağlayan diğer iki önemli faktör tüketim ve reklamdır. Popüler kültür içerisinde tüketicilerin tercihleri önemli değildir, ancak ne kadar çok yeni tüketici kazanıldığı temel meseledir. Her gün bir talep oluşturmak ve yeni tüketici kitlesi kazanmak, reklamlar aracılığıyla özendirilerek gerçekleştirilmektedir. Neticede reklamın amacı, içeriği en fazla kişiye ulaştırmak ve böylece istediği hayat tarzını popülerleştirmek, modalaştırmak ve en sonunda bu yaşam tarzını diğer toplumlarda da yaygın hale getirip satmaktır (Taylan & Arklan, 2008, s. 92). Üretilen ürünler yeni bir ambalajla tüketiciye sunulur. Bu sunumun yapıldığı mecra medya, sunumun kendisi ise reklamdır.

Reklamlar aracılığıyla tüketiciye bir imaj sunulur. Burada malın özelliğinden çok, yeni bir imajın kurulması ve pazarlanması önemlidir. Böylece dünyayla olan ilişkisi artık bir seyretme ilişkisine dönüşmüş olan tüketiciye, daha önce hayal bile edemeyeceği bir görüntü gerçek kılınmaktadır (Özden, 2010, s. 47). Dolayısıyla reklamlar tüketim talebinin oluşturulmasında ve davranışların şekillendirilmesinde hem ekonomik hem de toplumsal yönden son derece işlevseldir.

2.3. POPÜLER MÜZİK

Popüler müziği popüler kültürün alt basamaklarından biri olarak görebiliriz (Efe & Sonsel, 2019, s. 977). Müzik evrensel bir kavram olarak hem geniş bir anlam ve içerik yüklenir hem de içinde bulunduğu, yeşerdiği toplumun kültürüne özgü duygularını ve değerlerini barındırır. Bir başka ifadeyle bir toplumun dinlediği müzik türlerine, o müziklerde işlenen temalara ve kullanılan enstrümanlara bakılarak o toplum hakkında birçok bilgi edinilebilir. Çünkü müzik, o toplumun kültürüne, yaşam tarzına ve hatta ekonomisine ilişkin birçok veri ile yüklüdür (Efe & Sonsel, 2019, s. 977). Bir bakıma dönemlerin müzik zevkleri incelendiğinde, toplumun yapısı ve dönemin ruhu hakkında da bir veri elde edilmiş olunur. Genellikle bir dönemin zevki ve soundu, başka bir dönemde elde edilemeyebilir. Örneğin ünlü sanatçı Kayahan'ın 90'ların başında çıkardığı besteleri, günümüzde cover'landığında özellikle 90'larda gençlik dönemlerini geçirmiş bazı kişiler tarafından beğenilmemekte, bu kişiler aynı tadı alamadıklarını ifade etmektedirler. Bu bakımdan her dönemin gustosunun o dönemin ekonomik, sosyal, kültürel yapısına göre şekillendiği düşünülebilir.

1960'lı yıllarda pop müzik hem yabancı pop parçalarının burada yeniden seslendirilmesi, hem yabancı parçalara Türkçe sözler yazılarak seslendirilmesi, hem de Türküleri içeren doğu ezgilerinin batı saunduyla birleştirilmesi ile ortaya çıkan çalışmalar ön plandaydı. Hem batı parçaları seslendiren, hem de Türküleri ve doğu ezgilerini batı saunduyla birleştiren parçalar seslendiren sanatçılardan biri Barış Manço idi. Barış Manço kaydettiği tüm albümleri ile dönemin ruhuna yön vermiş, toplumun geniş bir kesimi tarafından da sevilmiş ve benimsenmiştir.

Genel olarak 1960'lı yıllar değerlendirildiğinde pek çok müzik türünün bir arada sunulduğu bir dönem olarak değerlendirilebilir. Ancak sonraki onyıllarda türlerin ayrıştığı ve bazılarının daha çok öne çıktığı görülmektedir.

Bu çerçevede bir dönemlendirme yaparak popüler müziği konumlandırırsak yetmişli ve seksenli yıllar arabesk müzik türünün, doksanlı yıllar daha çok pop müzik ve arabesk-pop müzik türünün, içinde bulunduğumuz iki binli yıllar ise pek çok alt türü bulunan ve popüler müzik olarak bilinen tüm müziklerin damgalarını vurdukları süreçlerdir (Aksu, 2008, s. 22).

Aydar'a göre popüler müziğin anlamı 21. yüzyıl ile birlikte değişmiş, kendini tüketim boyutunda var ederek kitlelerin talebine adanmış, bu sebeple de adı kitle müziği olarak adlandırılmıştır (Aydar, 2014, s. 803). Bunun en temel sebebi ise müziğin teknoloji ile ilişkisi neticesinde standartlaşmasıdır. Adorno'nun 1941 yılında yayınlanan "*On Popular Music*" başlıklı makalesine göre popüler müzik standartlaştırılmıştır ve bunun en temel amacı dinleyicilerin aynılaştırılmasıdır. Bilgisayar destekli üretilen müzikler duygu ve melodi yoğunluğundan uzaklaşmış, üretim serileşmiş ve endüstriyel müzik halini almıştır (Aydar, 2014, s. 803). Bu haliyle popüler müzik, "sıradan ve tekörnekleştire etkisiyle, etkin ve akılcı bir dinleme gerektiren nitelikli müziğe göre yapay bir eğlendiricilik sergiler; sanat alanında metalaşmayı olumlayan, hatta bunu davet eden bir müzik türü olarak (Aydoğan, 2004, s. 211)" işlev görmektedir.

Popüler müzik, genellikle ritmik yapıdadır. Sözleri akılda kalıcı çoğunlukla ritmik yapısına uygun olarak basit kavramlar ve sözcüklerden oluşmuştur yani bir bakıma tekerleme gibidir. Müzikal yapısı ve belli akorlar üzerine kurulmuştur ve intervali genellikle şarkıcıların yetenekleri doğrultusundadır yani çok geniş değildir. Farklı akustik enstrümanların yanı sıra elektronik altyapıların kullanımı ile güçlendirilmiştir.

Bu altyapılar ritmi desteklemektedir. Çoğunlukla gençlerin dans etmesi veya eğlenmesi hedeflenerek bestelenmiş bir müzik türüdür.

Bir bakıma sıradan insanın hissettiği toplumsal, kültürel ve ekonomik baskıları hafifletme, ona farklı bir yön tayin etme görevi görmektedir. Popüler kültürün değerleri göz önüne alındığında, popüler müziğin yüklendiği bu misyon anlamlı ve işlevseldir. Bu tanım aynı zamanda yine Adorno'nun işaret ettiği popüler müziğin pasif dinlemeyi yarattığı yönündeki savını desteklemektedir. Kapitalist sistem içerisinde çalışan ve kendine kaçacak yer bulamayan günümüz insanı, bu kaçma ihtiyacını popüler müziğe sığınarak giderir. Popüler müziği dinleyerek bir yandan gerçek hayattan kaçarken bir yandan da üretkenlikten uzak ve çabasız bir biçimde arzuları tatmin edilmektedir.

Cahit Aksu'ya göre popüler müziği algılanış ve kullanılış biçimiyle değerlendirirsek popüler müzik “toplumsal hareketlilik ile oluşan ve belli oranda kadını da kapsayan çalışma hayatı, o işin yapıldığı mekanlarla sınırlanan, benzer şeyleri düşünmeye, benzer şeyleri tüketmeye yönlendirilen tek tip insan profili için, hem bir “İş” olgusunu, hem de işten arta kalan bir “Boş Zaman” olgusunu bünyesinde barındırır (Aksu, 2008, s. 22)”. Dolayısıyla popüler kültürün değerlerinden biri olan tüketici, günümüz müzik endüstrisinin de en büyük kaynağıdır (Efe & Sonsel, 2019, s. 977). Popüler müziğin varlığı, o müziği tüketen dinleyicilere bağlıdır. Müziğin tüketimi ise boş zaman ile yakından alakalıdır. Popüler müziğin akılda kalıcılığı ve yoğunlukla eğlenmek amacı ile icra edilmesi, onu gündelik hayata hitap eden bir müzik kılmaktadır. Dolayısıyla bu müzikte düşünmenin arka plana atıldığını ifade edebiliriz. Deniz Aydar popüler müziğin özelliğini şöyle özetlemektedir:

“Popüler müziğin özelliği, duyu, sanat ve melodi kavramını arka plana atıp, estetik öğeleri taşımaktan daha çok, anlatıma yönelmesi, bireysel ve toplumsal ifade gücü taşımasıdır. Yapısal olarak ürünlerini de buna göre tasarlamıştır. Bunun yanı sıra ortaya koyduğu müzikler, hayatın salt olarak kendisi olup, müzikle hayatı imaj ve imgeler yoluyla birleştirmiştir. (...) Hayata dair simgeler yoluyla kendini gösteren bu müzik böylece hem birey, hem toplum hayatında baskın bir imaj ve marka kültürü yaratmıştır. Bütün bunlar popüler müziğin sanayi ile

başlayıp, endüstriyel hayata dönen yüzüdür (Aydar, 2014, s. 804)”.

Popüler müziğin imaj ve simgeye yönelik bu yüzü, popüler kültürde müziğin yüklendiği bireyi, bireyin yaşam tarzını ve toplumu şekillendirme görevine işaret etmektedir. Örneğin müzik ve tüketim yakından ilişkilidir. Alışveriş merkezlerinde, restoranlarda, giyim dükkânlarında ya da tatil beldelerinde, bireylerin hızı gündelik tempoya ayak uydurarak tüketen yönlerini açığa çıkarmalarını sağlayan ritmik şarkılar dinletilmektedir. Giyim mağazalarında son zamanların en yeni, en hit ve en hareketli şarkıları arka arkaya dinletilerek tüketicinin kendini müziğe kaptırarak o ortamda daha fazla vakit geçirmesi sağlanmaktadır. Böylece müzik içerisinde gerçekleşen form değişikliği aracılığıyla tüketime yönelik yeni stiller oluşturulduğunu ifade edebiliriz.

Müziğin standartlaştırılarak insanların aynılaştırılması ve pasif birer dinleyici konumuna getirilmesi, onları içinde bulundukları gerçek hayat koşullarının farkına varmaktan alıkoymaktadır. Eğlenceli bir hülya içerisinde tüketmeye, düşünmemeye ve iyi bir yaşam sürdürüklerine dair onlara sürekli edilen telkine inanmaya devam etmektedirler. İşte bu tam da Adorno’nun Kültür Endüstrisi’nin işlevidir: *“İnsanları dünya ile barışık tutmak ve içinde bulundukları yaşamı olumlamalarını sağlamak”* (Soykan, Keskin, & Dellaloğlu, 2003, s. 57). Bir başka ifadeyle, kültür endüstrisi insanlara sahte bir keyif sunmaktadır ve insanların bu sahte keyfi severek, beğenerek, rıza ile talep ederek, isteyerek, çokça tüketmeleri beklenmektedir. Adorno’ya göre ise insanların, kültür endüstrisinin onlardan talep ettiğinin tam tersini yapmaları lazımdır. İnsanlar bu dünyayı benimsememeli, olumlamamalı, kendilerini evlerinde gibi hissetmemeli ve hatta kendilerini bu dünyaya yabancı hissetmelidirler (Soykan, Keskin, & Dellaloğlu, 2003, s. 57). İnsanların şu anda bunu yapmalarını engelleyen şey, kültür endüstrisinin onlara sunduğu bu sahte keyif anlarıdır. İnsanlar içinde yaşadıkları gerçeği düşünmekten, sorgulamaktan, değiştirmeye çalışmaktan ya da ona karşı çıkmaktan bu sahte keyif ile uzaklaştırılmaktadır.

Buraya kadar anlatılanlar göz önüne alındığında “Kültür Endüstrisi” kavramı tümünü özetler niteliktedir. Özellikle kitle iletişim araçlarının toplumsal hayattaki rolünün anlaşılması, Kültür Endüstrisi’nin ne olduğu ve nasıl işlediği ortaya konduğunda netleşecektir. Adorno Kültür Endüstrisi’ni ve işlevini şöyle özetlemektedir:

“Kitlelerin tüketimine göre düzenlenen ve büyük ölçüde o tüketicinin yapısını belirleyen ürünler, tüm sektörlerde az çok bir plana göre üretilir. Tüm sektörler yapısal olarak benzerdir ya da en azından birbirinin açıklarını kapatarak, neredeyse tamamen gediksiz bir sistem oluştururlar. Bunu olanaklı kılan sadece çağdaş teknik olanaklar değil, aynı zamanda ekonomik ve yönetsel yoğunlaşmadır. Kültür endüstrisi kasıtlı olarak tüketicileri kendisine uydurur. (...) Böylece, kültür endüstrisi yöneltmiş olduğu milyonların bilincini ve bilinçaltını yönlendiriyor olmasına rağmen, kitleler birincil değil, ikincil role düşerler ve hesaplanabilir nesneler, makinenin tali parçaları olurlar. Tüketici, kültür endüstrisinin bizi ikna etmeye çalıştığı gibi hükmedici ya da özne değil, aksine nesnedir. Özellikle kültür endüstrisi için biçimlendirilmiş olan kitle iletişim araçları terimi, vurguyu nispeten zararsız bir alana kaydırmakta çok işe yaramıştır. Gerçekte ne öncelikle kitlelerle, ne de iletişim tekniklerinin gelişimiyle bir ilgisi vardır, aksine onları dolduran ruhla, sahiplerinin sesiyle ilişkilidir. Kültür endüstrisi kitlelerle ilişkisini kötüye kullanarak, verili ve değişmez sayılan bir zihniyeti çoğaltmaya ve güçlendirmeye çalışır. Her ne kadar kültür endüstrisi kitlelere uyum sağlamadan varolamayacak olsa da, kitleler onun ölçütü değil ideolojisidir (Adorno T. , 2003, s. 76-77)”.

BÖLÜM 3. POPÜLER KÜLTÜRÜN TOPLUM HAYATINDAKİ YERİ

Bu çalışmanın ikinci bölümünde anlatıldığı üzere kültür, insanın bireysel ve toplumsal yaşantısını kuran bütüncül bir yapıya sahiptir. Bu sebeple kültür denince en temel olarak akla insanın tüm davranış ve yaşam modelleri gelmektedir. Çalışmanın üçüncü bölümünde insanın sosyal hayatı içerisinde var olan tüm değişkenler, aynı zamanda sahip olduklarının da kültürün bir parçası olduğu olgusunun altı çizilmektedir. Moda, giyim-kuşam, müzik, sinema, yaşam tarzı, öğrenme biçimi, evlilik ritüelleri ve bayram gelenekleri gibi insan yaşamını oluşturan her bir başlık kültür çerçevesinde şekillenmektedir. Dolayısıyla mevcut kültürün barındırdığı nitelikler bu başlıkların her birinde kendini bulacak ya da geçirdiği tüm değişimler, bu başlıkların her birinde etkili olacak bir değişimi tetikleyecektir.

3.1. POPÜLER KÜLTÜRÜN SOSYAL HAYATTAKİ ROLÜ

Popüler kültür sürekli ve hızlı değişimi dayatan bir kültürdür. Bu sebeple günümüz insanının sosyal yaşamı, bu sürekli değişime en hızlı şekilde adapte olmaya çalışmakla biçimlenmektedir. Popüler kültürün sosyal hayattaki etkisi, popüler pratikler üzerinden gözlemlenir. Çünkü popüler kültür insanın günlük deneyimlerini kurar, bir başka ifadeyle gündemini belirler. Bu çerçevede popüler kültür insanlara bir başkası gibi yaşamayı ve hayata bir başkasının gözüyle bakmayı öğretir (Coşgun, 2012, s. 838). Böylece insanı kendi hayatına, kendi ihtiyaçlarına ve en önemlisi kendi gerçeğine yabancılaştırarak yeni bir hayat yaşamaya davet eder. Bu davet kendi gerçeğine yabancı insan için oldukça cezbedicidir.

Tüketim bu yeni hayatın vazgeçilmezidir. Kişi ihtiyacı olmasa bile o sunulan hayat içindeki kişi olabilmek için kendisine ihtiyaçmış gibi sunulan şeyleri tüketmek zorundadır. Nitekim popüler kültür aynı zamanda “kendi ürünlerinin kullanım sahasını oluşturma açısından, kendi ürünlerini ihtiyaç haline getirir ve hayatın olmazsa olmazı

olarak toplum karşısına çıkar (Coşgun, 2012, s. 838)”. Böylece popüler kültür kendi kendini bir ihtiyaç haline getirmektedir.

Moda, popüler kültürün gündem belirleyiciliğinin en gözde örneklerinden biridir. Dönemsel ya da mevsimsel olarak sürekli yeniden üretilen moda, aslında bir imaj sunmaz. Modanın sunduğu şey satın alma dürtüsüdür. Modanın görünen iddiası, biriciklik imajıdır. Ancak yaratılan imaj ve semboller, endüstriler tarafından aynılaştırılarak piyasaya sunulur. Bir başka ifadeyle üretilen yeni imaj ve semboller popülerleştirilir. Dolayısıyla farklılık ve biriciklik iddiası aslında sahtedir. Tüketilen her ürünün ardından onu tamamlayacak bir başka ürün daha sunulur. Tüketilen her ürün bir sonraki yenilik arayışının kapısını aralar. Dolayısıyla moda sahte farklılık iddiasına rağmen oldukça başarılı bir şekilde standartlaşan bir tüketici grubu oluşturur.

Popüler kültür ürünlerinin tüketiminin sağlanmasında ana etken ihtiyaç değildir. Bu sebeple tüketime davet edilen tüketici sayısı geniştir, bütün insanlar. İhtiyaç etkeni ortadan kaldırıldığında, ihtiyaç olan ile gereksiz olan arasındaki ayrım ve tercih yapma bilinci de ortadan kaldırılmaktadır. Önemli olan ihtiyaç olsun ya da olmasın sadece tüketimin teşvik edilmesidir. Tüketime teşvik sloganları bu noktada önemlidir. “Bir alana ikincisi bedava” sloganı, tüketiciyi otomatik olarak kendine çeker ve ihtiyaç ile gereksiz olan arasında sağlıklı karar verme yetisini bir anda nötrlemesine sebep olur. İkinci ürün aslında bir dayatma olarak sunulur ancak tüketici, vakti gelince kullanırsın mantığından hareketle bu ürünü tercih eder (Coşgun, 2012, s. 842). Ne yazık ki alınan ürünün modası geçer, eskir. Daha yeni ve son moda ürünler daha büyük kampanyalar ve indirimlerle sunulur. Böylece tüketim süreklileştirilir ve hızlandırılır.

Moda sosyal hayatı bütünüyle etkilemektedir çünkü giysiden takıya, kozmetikten saç ve sakal şekline, ev eşyasından evlilik, kutlama, bayram gibi ritüellere ve hatta yiyecek içeceğe kadar her alanda sunulmaktadır. Modayı takip etmek demek, bütün yaşantınızı ona göre şekillendirmek anlamına gelmektedir. Bu bir tür boyun eğmedir. Modayı görmezden gelemeyiz ya da bir kenara itemeyiz. Çünkü moda sahip olduğu tüm materyallerle üzerimizde sürekli bir ağırlık olarak durur (Erdoğan, 2004, s. 10).

Son yıllarda modanın derinden etkilediği ve neticede köklü bir değişime uğrayan alışkanlıklardan biri yeme içme alışkanlıklarıdır. Önceden yemek tüketiminin ana mekânı evdi. Pazardan ya da marketten alınan ürünlerle yemek evde pişirilir ve tüketilirdi. Ancak günümüzde açılan hazır gıda zincirleri ve restoranlar, modanın

sunduğu yeni imaj ve geri çevrilemez teklifler neticesinde yemek yeme ihtiyacının ana mekânı haline gelmiştir. Piyasadaki hazır gıda zincirleri, reklamlar, promosyonlar ve modanın öncülüğünde tüketicilere sunduğu yeni imaj, ev yemeği fikrini ortadan kaldırmıştır. Dışarıdan eve yemek söylemek ya da popüler restoranlarda yemeğe gitmek, yemek yeme ihtiyacını yeni bir ritüel haline getirmiştir. Sürekli farklı tatların tecrübe edilmesi ve farklı mekânların denenmesi, bu ritüelin modasıdır.

Mc Donalds bu modanın en göze batan örneklerinden biridir. Mc Donalds, reklamlarında son derece güzel görünüşlü, lezzetli, sağlıklı, besleyici ve albenisi yüksek bir ürün olarak sunulmaktadır. Üstelik dünyanın farklı yerlerindeki tüm restoranlarında ürünü aynı kalitede tüketebilirsiniz imajı verilmektedir. Ancak Mc Donalds üzerinde yapılan araştırmalarda, bu ürünlerin sağlıklı olmadığı ve sürekli tüketilmesi halinde başta obezite olmak üzere ciddi kalp ve damar hastalıklarına sebep olduğu ortaya konmuştur. Örneğin, 2004 yılında yayınlanan *Supersize Me* isimli belgeselde, bir ay boyunca sürekli Mc Donalds tüketen bir kişinin, ikinci haftanın sonunda ölümle burun buruna gelmesi konu edilmektedir. Ancak tüm bunlara rağmen Mc Donalds'ın modası bir türlü geçmemektedir. Burada standartlaşan sadece ürün değil tüketicinin kendisidir. Standartlaştırılan görünüşte yiyecektir yani tüketilendir, ancak gerçekte tüketilen kadar tüketendir (Erdoğan, 2004, s. 11).

Popüler kültür içerisinde insanın bir yandan yaşam tarzı, hayata bakış açısı değişirken diğer yandan tanımı da değişmektedir. O artık standartlaşmış bir tüketicidir ve hayatının her alanını, gündemini belirleyen sahte zaruri ihtiyaçlarını karşılamaya odaklanmıştır.

3.1.1. Popüler Kültürün Toplum İçin Önemi

Popüler kültürün en basit tanımıyla gündelik hayatın kültürü olduğunu ifade etmiştik. Popüler kültür halka ait olandır. Bu tanımından hareketle popüler kültürün kaynağını halktan aldığı için aynı zamanda bir demokrasi alanı olduğu ifade edilmektedir. Bu çerçevede popüler kültürün halk için ortak bir katılım alanı oluşturduğu düşünülmektedir. Bir başka ifadeyle, eğer demokratik bir kent varsa, kültür de demokratiktir. Eğer kitlesel üretim yapan bir kent varsa, kültür de kitle kültürüdür. Halkın etkinliği kadar eleştirel; edilgenliği kadar kabul edicidir (Sarı, 2006, s. 58). Örneğin John Fiske popüler kültürün bu tanımından hareketle popüler kültürü toplumsal

farklılıkların harmonisi sonucu bir uzlaş alanı olarak görmektedir (Fiske, 1990, s. 35). Popüler kültürü bir direnç alanı olarak görerek onun egemen iktidar ilişkilerine karşı direnç gösterenlerin kültürü olduğunu iddia etmektedir (Alver, -, s. 75). Fiske göre kültür yaşayan bir süreçtir ve yukarıdan ya da dışarıdan dayatılamaz. Dolayısıyla kültürü üreten bir endüstri değil, halktır (Fiske, 1990, s. 36). Popüler kültür, gündelik hayat içerisinde endüstriyel ürünlerin kullanıcıları arasındaki ortak noktada halk tarafından üretilmektedir (Fiske, 1990, s. 35). Popüler kültüre bu yönde bir bakış, toplum açısından olumlu anlamlara sahiptir. Popüler kültür sayesinde ortaya çıkan bu karşı duruşun ya da direnişin simgesi olarak yerelliğin ön plana çıkması ya da demokratik ideallerin oluşturulması için zemin oluşturulabileceği ileri sürülmektedir (Şahin, 2005, s. 164). Bir anlamda popüler kültür insanların kendi değerlerine tutunma refleksi olarak okunabilir (Alver, -, s. 75).

Bununla birlikte popüler kültürün olumsuz yönlerinden hareketle birçok eleştiri de getirilmiştir. Herbert Gans bu eleştirileri dört ana tema ekseninde özetlemektedir (Gans , 2005, s. 43):

1. *Popüler kültür yaratmanın olumsuz özelliği:* Önemli olan seyircinin/tüketicinin memnun edilmesi ekseninde toptan üretilen kârdır. Bu yüzden de popüler kültür sevimsiz görülmektedir.
2. *Yüksek kültür üzerindeki olumsuz etkiler:* Popüler kültür yüksek kültürden etkilenir, onun ürünlerini yeniden ve yeniden üretir. Böylece yüksek kültürün değerini düşürür.
3. *Popüler kültür takipçileri üzerindeki olumsuz etkileri:* Sahte vaat, imaj ve sembollerle sahte mutluluklar yaratarak kültürün uygulayıcılarına duygusal ve sosyal olarak zarar verir.
4. *Toplum üzerindeki olumsuz etkileri:* Yarattığı sahte mutluluklarla kültür içerisindekileri gerçek hayata karşı kayıtsız bırakarak yaşam kalitesini düşürür. İnsanları sorgulamaktan alıkoyar. Aynı zamanda kitle ikna yolları için uygun zemini hazırladığından yarattığı edilgen takipçileri aracılığıyla totaliter rejimlere çanak tutar.

Özetlemek gerekirse; popüler kültüre olumlu yaklaşanlar çoğunluğun/halkın talebinin haklı olduğu görüşünü benimserler. Olumsuz yaklaşanlar ise popüler olanın sevimsiz, ucuz, sıradan ve ticari olduğunu ve bu kültür içinde yaşayanların da

standartlaşmış ve yozlaşmış olduğunu savunmaktadırlar (Şahin, 2005, s. 165). Her iki yaklaşım da popüler kültürün toplum hayatı üzerindeki etkisini ve önemini göstermektedir.

3.1.2. Popüler Kültür ve Gençlik

Gençlik geçmişten bugüne toplumun en önemli kesimini oluşturmaktadır. Hem sağlıklı iş gücü hem de geleceğin kurulmasını ve yönlendirilmesini sağlayacak olan gençliktir. Bu sebeple gençliğin içinde bulunduğu ekonomik ve sosyal şartlar ile sahip olduğu imkânlar bu geleceğin tayin edilmesinde son derece önemlidir. Günümüzde teknolojinin gelişmesi gençlerin sahip olduğu imkân ve şartları bütünüyle değiştirmiş, onları yaşamsal anlamda köklü bir değişime sürüklemiştir. Küreselleşme ile doğu ile batı arasındaki karışıklık azalmış bölgeler arasındaki farklılıklar muğlaklaşmıştır. Bu belirsizleşme küresel bir gençlik kültürünün ortaya çıkmasını sağlamış, küresel kentlerde yaşayan gençlerin tecrübeleri gittikçe birbirine benzemeye başlamıştır (Neyzi, 2004, s. 109). Bu durum aynı zamanda gençliği küresel kentlerde, yerel kültürler ile küresel kültür gövdeleri arasında dinamik bir kesişme noktası olarak karşımıza çıkarmaktadır (Neyzi, 2004, s. 110).

Gençliğin içinde bulunduğu bu yeni küresel kentlerin ona sunduğu ortamda gençler, “kitlese bir pazar için değişime uğratılarak aynı zamanda da depolitize edilmekte ve popüler tüketim için kabul edilebilir hale getirilmektedir (Mcrobbie’den aktaran Şahin, 2005, s. 162). Gençler gündelik hayat pratikleri içerisinde popüler kültür ürünlerini tecrübe etmektedirler. Bu ürünlerin yaygınlaşması ise kitle iletişim araçları vasıtasıyla gerçekleşmektedir. Bu tüketim gençler açısından içeriği değişken bir pazarı ifade ederken aynı zamanda belli mal ve ürünler kadar spesifik dünya görüşleri ve düşünüş biçimlerinin de tüketilmesi anlamına gelmektedir (Ercins, 2009, s. 505).

Bu pazar vasıtasıyla gençler ilgi ve alışkanlıkları takip edilerek kurulmuş bir planla tüketime yönlendirilmektedir. Bu tüketimin içeriği ise şiddet, cinsellik ve pornografik yayınlarla doludur. Bu yayınlar yapılarak belli güçleri olan kültürel yapının etkisini azaltılmak amaçlandığı söylenilebilir. Tüketimin içeriği gençlerin sahip olduğu kültürü de dönüştürmektedir. Bu bakımdan kültür yapısı ile aile birliği yapısı da bozulmakta, bireysellik olgusu yükseltilmektedir. Oysa gelişmiş toplumlar neredeyse

bunun tam tersi uygulanmaya başlanmış, belli kültürel değerlere tutunma eğiliminde artış görülmeye başlanmıştır.

Ülkemizde gençlerle yapılan çalışmalar da, gençlerin popüler kültürün etkisini hayatlarında hissettiklerini göstermektedir. Örneğin popüler kültürün gençlerin apolitikleşmesi üzerindeki etkisi hakkında ülkemizde yapılan bir araştırma, bu savı desteklemektedir. Gamze Uslu tarafından 2010-2011 yılı eğitim öğretim döneminde 350 üniversite öğrencisi ile yapılan anket sonuçları şöyledir (Uslu, 2012, s. 97): Popüler kültürü tercih eden öğrencilerin %53.1'i siyasetle fazla ilgilenmemektedir. Öğrencilerin %20.4'ü siyasetle kesinlikle ilgilenmemekte iken, %16.3'ü sadece oy kullanmaktadır.

Popüler kültürün etkileri üzerine lise öğrencileri ile yapılan bir başka çalışmada, öğrencilerin modayı yakından takip ettikleri, arkadaşlarıyla en çok moda hakkında konuştukları, güncel sosyal medya sitelerini yoğun olarak takip ettikleri ve kendi aralarında televizyon ya da videolardan öğrendikleri replikler ve kısaltmaları kullandıkları görülmüştür (Polat & Sölpük, 2014, s. 166-167).

Popüler kültür pratikleri gündelik yaşam pratikleri üzerinde görüldüğü gibi toplum ve gençler arasındaki gerilimi azaltan bir etki oluşturmaktadır (Ercins, 2009, s. 496). Moda ürünlerin taklitlerini kullanabilen gençler, kendi gerçeğini sorgulamaktan uzaklaşarak toplumla barışık yaşamına devam etmektedir. Televizyon programları, reklamlar ve sosyal medyada kullanılan argo ve kolay anlaşılır dil, gençlerin bu ürünleri daha kolay tüketmesini ve aynı zamanda kendi hayatlarıyla arasında bir ilinti kurabilmesini sağlar. Böylece bireyler normal gündelik hayatlarına sorgusuzca ve eğlenmiş bir şekilde devam edebilmektedir.

3.1.3. Popüler Kültürün Etkilediği Bilimsel Alanlar

Popüler kültürün popülerliği, ele aldığı ürünü endüstriyel bir ürün haline getirerek bulduğu her kanaldan satışa sunmasıyla gerçekleşir. Sanat, müzik, siyaset kadar bilim de bu kanallardan biridir. Popüler kültür ürünleri aracılığıyla bilim de artık bir popüler kültür ürünü haline gelmiştir diyebiliriz. Bunu özellikle sinema, dizi, mizah dergileri ve sosyal medya gibi alanların üzerinden gerçekleştirmektedir. Bu noktada önemli olan bunu nasıl gerçekleştirdiğidir.

Popüler kültür mevcut doğa yasalarını esneterek, onları popülerlik adına daha rahat bir şekilde kullanıp benimseterek bunu yapar. Bir başka ifadeyle, doğa yasalarının uzay

ve zaman boyunca sabit olduğu fikri, modern bilimin felsefi temelidir. Ana akım popüler kültür, gerektiğinde doğa yasalarını esneterek daha rahat bir yaklaşım benimser. Anlatılan hikâyeyle çelişmekle tehdit ettiklerinde, doğa yasalarına istisnalar yaratır veya onları tamamen yok sayar. Popüler kültürde doğal hukukun askıya alınmasının çoğu gelişigüze'dir ve -bilimsel geçmişe sahip izleyiciler dışında- belirsizdir (Van Riper, 2003, s. 1104).

Sinema ve dizi kahramanları kurşunlardan korkmaz, çoğu zaman büyük bir çatışmanın ortasında dahi kurşundan kaçabilirler. Başrol kahramanlar akıl almaz uzaklıklardan zıplayabilir ve herhangi bir yara almadan koşmaya devam edebilirler. Ninjalar havada koşar adım hareket ederler. Uzayda ses dalgalarını taşıyacak hava yoktur, ancak uzay gemileri rutin olarak gök gürültülü bir kükreme ile patlar. Tüm bu bilimsel ihlaller ya da örtbaslar, sinemada dramatik etkiyi yaratmak için kullanılır. Popüler kültür bilime göre daha yaygın, daha dikkat çekici ve daha akılda kalıcıdır. Dolayısıyla popüler kültürün bilimi kullanarak canlandığı bu imaj ve semboller çok daha etkileyicidir. Ancak kimi zaman gerçek bilginin yapısını da yanlışlarla bozmaktadır.

3.2. KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI VE POPÜLER KÜLTÜR İLİŞKİSİ

Önceden gazete, dergi, kitap vb. gibi her tür basımı yayılan bir kitle iletişim aracı olarak görülmekteyken günümüzde bu araçların çeşitliliği ve sayısı oldukça artmıştır. Günümüzde bu sayılanlara ek olarak radyo, televizyon, sinema, tiyatro, internet ve sosyal medya mecraları temel kitle iletişim araçları olarak kullanılmaktadır.

Kitle iletişiminin temel amacı, söz konusu iletinin uzak mesafelerdeki geniş kitlelere ulaşmasıdır (Akgül, 2006, s. 69). Bir anlamda kitle iletişim araçları uzağı yakın, yakını uzak kılmaktadır. (...) Bir başka ifadeyle, kitle iletişim araçları insanlara aynı zamanda ve mekanda bulunmadan, tercih edilen her yerde ve anında söz konusu olayı aktarabilme imkanı sunmaktadır (Akgül, 2006, s. 69). Bu bir yandan oldukça değerli bir imkân bir yandan da kolayca elde edilebilir, ucuz ve sürekli olmasıyla insanlar tarafından tercih edilme sebebidir. Örneğin internet sayesinde istenilen her veriye eşit

hızda ulaşılabilir ve dijital olarak kodlanan veriler defalarca çoğaltılabilir (Özmen, -, s. 112).

Yüz yüze iletişimde tek kişinin iletiyi kodlarken yaptığı işleri, kitle iletişiminde gazete, radyo ya da televizyon gibi bir kuruluş yapar. Bu aynı zamanda iletişimin bir ürüne dönüştürülme serüvenidir. Dünyanın her yerinden gelen bilgi, haber ve yorumlar, kitle iletişim araçları tarafından toplanır ve tasnif edilir. Kitle iletişim araçlarına sahip egemenlerin, iletmek istediği mesaj ya da oluşturmak istediği kültür ekseninde bu bilgiler değerlendirilir, yeniden işlenir ve ona uygun olarak yayınlanır. Böylece bizler aslında söz konusu dünyanın tamamını değil, işlenmiş haliyle bize sunulan bir dünyayı, kısmi bir dünyayı yaşarız. Böyle bir ortamda dünyanın kendisini yaşama hali çok sınırlıdır ve yaşadığımız aslında ürüne dönüştürülmüş bir dünyadır (Oskay, 2011, s. 42-43).

Günümüzde kültürün eğlenceye dönüştürülmesindeki en büyük araç, kitle iletişim araçlarıdır. Gündelik olaylar, haberler, siyasi gelişmeler kitle iletişim araçları vasıtasıyla popülerleştirilir ve magazinleştirilir. Böylece olaylar ve olgular sahip oldukları gerçek önemin dışında yansıtılmakta ve seyirci tarafından böyle algılanmaktadır. Bir başka şekilde ifade edecek olursak, kitle iletişim araçları vasıtasıyla insanlara mevcut gerçeklerin dışında daha hafif, basit bir içerik sunulmakta, aslında içinde yaşadıklarından başka bir dünya verilmektedir. Bu dünya onlara gelecekleri için yeni bakış açıları vaat eden bir dünya değildir. Bu içerikle insanlara içinde yaşadıkları dünyanın ve düzenin en iyisi olduğu sürekli telkin edilmektedir.

“Modern insan iletişim araçlarının etkisi ile olayların “Modern insan iletişim araçlarının etkisi ile olayların sathında kalmaya mahkûmdur. Ortalama tüketici çoğu kez komşularından geri kalmamak için radyoyu ya da televizyonu açık bırakmakta ve böyle hareket etmekle gerçi zihin karıştırıcı, irtibatsız olayları günü gününe izleyebilmekte, fakat aralarındaki bağı bulamamaktadır (Abadan Unat, 1984, s. 68)”.

Raymond Williams televizyonun dünyamızı nasıl değiştirdiğine ilişkin yorumları bir araya getirmiştir. Bu yorumlardan da görüleceği üzere sadece televizyon bile bir toplumun baştanbaşa gerçeklik algısını değiştirebilecek güce sahiptir:

“Televizyonun bir eğlence ve haber aracı olarak gücü o kadar büyüktü ki, kendinden önceki tüm eğlence ve haber medyasını değiştirdi. (...) sosyal ilişki biçimlerimizi ve geleneklerimizin pek çoğunu değiştirdi. (...) bizim temel gerçeklik anlayışımızı ve doğal olarak da bizim dünyayla ve birbirimizle olan ilişkilerimizi değiştirdi. (...) toplumların biçimini ve boyutunu değiştirmede diğer faktörlerle, örneğin yeni teknolojik gelişmelerin sonucunda son derece artan fiziksel hareketlilikle birlikte etkili oldu. (...) Özellikle merkezileştirilmiş davranış biçimleri, kanı oluşumları ve eğlence sağlamada kullanıldı. (...) ulusal tüketim ekonomisinin yeni ve kazançlı bir aşaması olarak yatırım ve promosyon için seçildi. (...) onun karakteri ve kullanımlarında, insanlarda daima gizli olarak var olan kültürel ve psikolojik bir yetersizliğin ve bir pasifliğin sömürülmesi ve vurgulanması vardır. (...) geniş boyutlu, karmaşık ama parçalanmış yeni bir toplum türünün ihtiyaçlarını hem sömürme hem giderme vardır (Williams, 2001, s. 227)”.

Kitle iletişim araçlarının yaygınlık kazanması ve artık her bir bireyin kendine ait bir iletişim aracına sahip olması, kitlelerin çok kolay bir şekilde manipüle edilmesini sağlamaktadır. Bu yaygınlık sayesinde kitlelere hızlı ve sürekli ulaşılabilir. Böylece sadece kanaat ve tutumları güçlendirme ya da değiştirme noktasında değil, konu tespiti ve kamuoyu gündemi oluşturmada da etkili bir araç olarak kullanılmaktadır (Güllüoğlu, 2012, s. 71). İnsanlara ne düşünecekleri, nasıl düşünecekleri kitle iletişim araçları tarafından söylenmektedir. Böylece spesifik konular seçilerek gündem belirlenmektedir.

Kitle iletişim araçlarının yaygınlık kazanmasının bir diğer önemli etkisi, herkesin her şeye ulaşabilmesi sayesinde insanlar arasındaki farklılıkların azalmasıdır. İnsanlar tüketici konumuna indirgenerek mevcut sistemin sürdürülmesini sağlayan bir unsur gibi görülmektedir. Böylece kitle iletişim araçları vasıtasıyla bireylerin düşünce yapısı kontrol edilmekte, tüketime katılmaları teşvik edilmekte ve uyum sağlamaları temin edilmektedir.

Aynı kanallarda aynı programları, aynı reklamları izleyen ve aynı tartışmalara şahit olan seyirciler arasında bir ortaklık kurulmaktadır. Konuşacak ortak konular olduğu için aynı zamanda bir sosyalleşme kaynağı olarak toplumu bir araya getirebilmektedir (Ayaşlı, 2006, s. 51). Örneğin yoğun bir kitle tarafından takip edilen televizyon dizilerinin yeni bölümleri yayınladıktan sonra bu bölüm üzerine sohbetler edilmektedir. Ertesi günün sohbet konusu bir önceki günün heyecanla beklenen dizisi ya da eğlence programı olabilmektedir. Öte yandan takip edilen bu programlar, reklamlar, diziler veya videolar bireylerin gündelik hayatları üzerinde doğrudan etkili olmaktadır (Kırtepe , 2014, s. 247). Dizilerde yer alan replikler bireylerin gündelik hayatlarındaki konuşmalarına yansımaları, oyuncuların takı, giysi ve ayakkabılarının moda olması ve hemen taklit edilmesi buna örnek olarak gösterilebilir. Dolayısıyla popüler kültür ürünleri en çarpıcı haliyle bu kanallar aracılığıyla yayılabilmektedir.

Günümüzde artık her türlü veri, bilgi, eşya, yaşam tarzı, kısacası bireyi ilgilendiren her şey kitle iletişim araçlarının yeniden yapılandığı dünya içinde mevcuttur. Böylece popüler kültür kitle iletişim araçları sayesinde neredeyse her evde kendine yayılma alanı bulmuştur.

BÖLÜM 4. 90'LARDA POPÜLER MÜZİK

Çalışmanın üçüncü bölümünde insanın sosyal hayatı içerisinde var olan tüm değişkenler, aynı zamanda sahip olduklarının da kültürün bir parçası olduğu olgusunun altı çizilmektedir. Kültürün toplum ve gençlik için önemi, moda, giyim-kuşam, müzik, sinema, yaşam tarzı, öğrenme biçimi, evlilik ritüelleri ve bayram gelenekleri gibi insan yaşamını oluşturan her bir başlık kültür çerçevesinde ele alınmıştır. Dördüncü bölümde ise ana konumuz olan doksanlı yıllardaki kültürel gelişime ve bu gelişimi sağlayan parametrelere, ayrıca dönemin lokomotifleri olan bazı sanatçılara ve onların topluma yön veren parçalarına yer verilmiştir.

4.1. 90'LAR ÖNCESİ KÜLTÜREL GELİŞİM

80'li yıllar Türkiye'nin oldukça karmaşık bir toplumsal dönemine denk gelmektedir. 12 Eylül 1980'de gerçekleşen siyasi darbe neticesinde ülkenin ekonomik ve siyasi yapısında köklü bir değişime gidilmiş, bu değişim yeni bir toplumsal yapı ve kültürün öncüsü olmuştur. Türkiye'nin küresel dünyaya ve düzene entegre olmaya başladığı dönem olarak da değerlendirebileceğimiz bu yıllarda, öncelikli en büyük ekonomik gelişme serbest piyasa ekonomisine geçiş olmuştur.

Türkiye'nin serbest piyasa ekonomisine geçişiyle ekonomik anlamda yaşanan değişimlerle birlikte toplumda da yeni bir yaşam tarzı oluşmaya başlamıştır. Kolay yoldan para kazanma, zengin olma ve statü elde etme amacıyla her yolu denemek mümkün ve geçerli sayılmaya başlanmıştır. Bu statünün en önemli göstergesi pahalı ve marka ürünler satın almaktır. Böylece sürekli tüketen ve tükettikçe statüsünün yükseldiğini zanneden bir insan tipi yaygınlaştırılmıştır (Sever, 2019, s. 5-6).

Bu dönemin en belirgin hareketliliklerinden biri köyden kente göçün artması olmuştur. Özellikle şehir merkezlerinin çeperlerinde yerleşmeye başlayan bu köylü nüfus, bu bölgelerde gecekondulaşmayı arttırmıştır. Böylece bir yandan şehirlerin fiziki yapısı değişirken bir yandan da demografik yapısında ciddi artışlar yaşanmaya başlamıştır. Köyden kente gelenlerin kültürleri ile hali hazırda şehirde yaşayanlar

arasındaki uyumsuzluk ve yeni toplumsal yapının yarattığı karmaşa ortamı birçok çatışmayı da beraberinde getirmiştir. Arabesk, gecekondu kültürünün şehirdeki yansması olarak adeta çığ gibi büyümüştür. Bu dönemin toplumsal kültürel açılımları “modernizm içinde gelenek” ifadesinde adeta kendini bulmaktadır (Kıyar, 2018, s. 44).

80'lerin başında çok farklı bir soundu olan MFÖ ilk albümünü çıkarır. O dönemde büyük ilgi gören albümleri "Ele Güne Karşı"dır. Grup albüm yaptığı tüm dönemler boyunca büyük başarı elde etmiş, ilk albümlerinden itibaren tüm parçaları çok sevilmiştir.

Köyden kente göç edenlerin henüz içe dönük yaşadığı dönemlerde adaptasyon süreci zorludur. Genellikle kentliler ve göçmenler birbirinden ayrışmaktadır. Ancak "Kaynanalar" gibi bazı televizyon dizileri ile göç eden taşralıların adaptasyon süreçleri daha sempatik gösterilmeye çalışılmıştır.

1970'li yıllar siyasi olarak çok karışık bir dönemdir. Gençlerin arasında kültürel farklılıkların dışında siyasal kutuplaşmalar da görülmekte, istenmeyen olaylar yaşanmaktadır. 1980'lere gelindiğinde aileler çocuklarını geçmişte yaşanan olaylardan referans olarak çok farklı yetiştirmeye başlayınca, yeni nesilde bambaşka bir yaklaşım başlamış apolitikleşme yükselişe geçmiştir.

Gençlerin apolitikleştirilmesi 90'lar öncesi dönemin baskın karakter yapılarından biri olarak ortaya çıkmıştır. Bundan önce gençler toplumun öncüsü olarak başkaldırıların ve temel hak savunularının ön saflarında yer alırken 80'lerden sonra daha ziyade kavgacı ve tehlikeli unsurlar olarak görülmüştür (Ercins, 2009, s. 174). Bu dönemde gençlerin siyasete katılma, siyasi faaliyetlerde yer alma ile ilgili algıları değişmiştir (Küçük, 2019, s. 33).

Serbest piyasa ekonomisi uygulamaları bireyin ön plana çıkmasındaki temel etmendir. Bu dönemde sivil toplum, insan hakları gibi kavram ve savların sıkça gündeme gelmesi, birey üzerine yapılan vurguları da güçlendirmiştir (Güngör, 1993, s. 136). Bu yıllarda bireyin devletten bağımsız bir unsur olarak ele alınması ve ona bir alan açılması ise sivil toplum kavramı etrafında şekillenmiştir (Küçük, 2019, s. 37). Sivil toplumun niteliği değişmiş, farklılaşan ve toplumsal ihtiyaçlara göre şekillenen bir yapı halini almıştır (Küçük, 2019, s. 39).

İlk özel televizyon Star1 1987 yılında kurulurken Turgut Özal'ın cumhurbaşkanı olmasından (31 Ekim 1989) sonra da diğer özel televizyonlar ve özel radyolar

kurulmaya başlanır (Sever, 2019, s. 6). Televizyon ve radyoların artık gündemi de belirlemeye başladığı bu dönemde, bir yandan 12 Eylül'ün getirdiği kısıtlamalar nedeniyle söz baskı altına alınırken bir yandan da bu yeni döneme egemen olduğu iddia edilen özgürlük ve çoğulculuğun getirdiği serbesti ortamında adeta bir söz patlaması dönemi yaşanmaya başlamıştır (Gürbilek, 1992, s. 16). Enflasyonun neredeyse yüzde yüzlere ulaştığı, işsizliğin ve terör olaylarının arttığı bir toplumsal gerçekliğin karşısındaki televizyon ekranı cinsellik, Televole, Amerikan filmleri, Biri Bizi Gözetliyor, dizi filmler, yarışma ve magazin programları ile halka başka bir dünya sunmakta, başka bir söz söylemektedir (Sever, 2019, s. 6).

Tüketimin sistemli hale getirilmesindeki ön önemli merkezlerden biri olarak alışveriş merkezleri de artık ülkenin gündemine girer. İlk AVM İstanbul Ataköy'de 1 Ekim 1988'de Galleria adı altında açılır (Sever, 2019, s. 7). Öte yandan şans oyunlarında yaşanan patlama neticesinde sayısal loto, süper loto, spor toto oynayan ve piyango bileti alan insanlar kısa yoldan zengin olmanın hayaliyle yanıp tutuşurlar (Sever, 2019, s. 8).

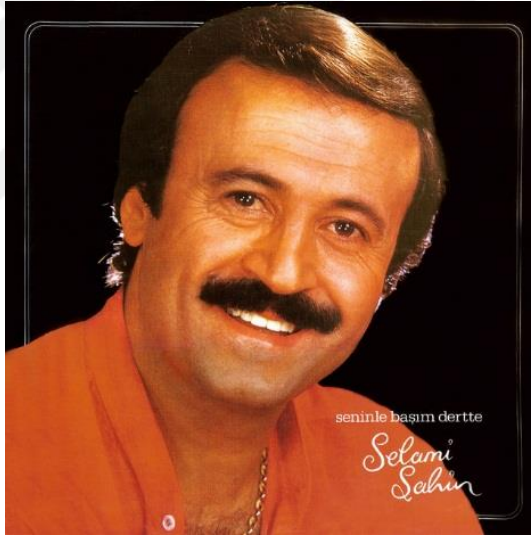
80'li yıllarda yaşanan bu toplumsal ve kültürel değişim kendini dönemin müziğinde de gösterir. 80'li yıllardan itibaren başlayan ve o döneme damgasını vuran bu müziğe Nazife Güngör “pop-arabesk” adını vermektedir. 1980'lerde bir yandan bilinen haliyle arabesk şarkılar hem üretilmeye hem de tüketilmeye devam ederken bir yandan da alışılmışın dışında biçimsel özelliklere sahip çok sayıda arabesk şarkı üretilmeye başlanmıştır (Güngör, 1993, s. 133). İşte Batı'nın pop müziğini andıran ancak biçim ve üretim ortamı açısından onunla ilgisi olmayan bu pop-arabesk şarkıları, müzikte pop etkisi olarak değerlendirmek mümkündür (Güngör, 1993, s. 133). Arabesk formunda olan ve 1980 yılını 1981 yılına bağlayan yılbaşı gecesinde Kibariye'yi bir gecede meşhur eden parça olan “Kim bilir” şarkısı örnek verilebilir:

Kim bilir bu gidişin dönüşü olacak mı
Kim bilir bu gidişin dönüşü olacak mı
Ah nasıl yollarına bakacağım kim bilir
Ah nasıl yollarına bakacağım kim bilir

Ufkumda batan güneş bu sabah doğacak mı
Kalben ne kadar dertli olacağım kim bilir
Kim bilir, kim bilir, kim bilir, kim bilir
Kim bilir, kim bilir, kim bilir, kim bilir

Beklemeye tahammül gösterecek bu gönlüm
Beklemeye tahammül gösteriyor bu gönlüm
Ne malum uzun mudur sensiz geçecek ömrüm
Ne malum uzun mudur sensiz geçecek ömrüm

Belki de başucumda arzu ettiğim ölüm
Hangi yakın zamanda öleceğim kim bilir
Kim bilir, kim bilir, kim bilir, kim bilir
Kim bilir, kim bilir, kim bilir, kim bilir



Şekil 4.1: Uzun yıllar hem Arabesk'e hem de Pop-Arabesk'e yön veren şarkıcı Selami Şahin

Kaynak: <https://open.spotify.com/album/0CG8scLAzMAXrd4omTHQ3Q>

Selami Şahin'in 1983 yılında piyasaya sunduğu 'Seninle Başım Dertte' isimli şarkısı, Ebru Gündeş'in 1993 yılı çıkışlı 'Tanrı Misafiri' isimli şarkısı, Aşkın Nur Yengi'nin 'Ay inanmıyorum' isimli şarkısı ve Harika Avcı'nın 1998 de söylediği 'Sürünüyorum' isimli şarkısı Pop-Arabesk türünde geniş kitlelerce sevilen dönemin diğer meşhur şarkılarındanır:

Seninle Başım Dertte

Bilmiyorum seninle
Sonumuz ne olacak
Belki bu aşk ölümsüz
Belki yarım kalacak

Her gün değişiyorsun
Avutuyorsun beni
Bir bilmece gibisin
Çözemedim ben seni

Seninle başım dertte
Ne yapsam bilmiyorum
Canımdan bir parçasın
Söküp atamıyorum

Bazı gün darılırsın
Bazı gün barışırsın
Bazı günde kaybolur
Hasrete karışırsın

Selami Şahin'in 1983 yılında piyasaya çıkan 'Seninle Başım Dertte' isimli şarkısı, popülerliğini halen sürdüren parçalardan biridir. Selami Şahin yaptığı pek çok pop - arabesk ve arabesk beste ile kalıcı bir ün kazanmış, toplumun farklı müzik zevlerine sahip genç yaşlı geniş nesillere hitap etmeyi başarmıştır. Bu, alandaki her sanatçının elde edemediği bir başarıdır. Yaptığı besteler halen sevilerek dinlenilmektedir.

Özellikle geniş kitlelere hitap etmek, kalıcı parçalar seslendirmek özellikle pop-arabesk alanında çok da kolay elde edilen bir başarı değildir. Bu bakımdan Ebru Gündeş'in 'Tanrı Misafiri', Aşkın Nur Yengi'nin 'Ay inanmıyorum' ve Harika Avcı'nın 'Sürünüyorum' parçaları da halen dinlenilmeye devam edilen başarılı parçalar arasındadır.

Tanrı Misafiri

Ömrümün son durağında
Seni buldum yanımda
Aşkımın son baharında
Son yapraksın dalımda

Bin keder yüklüyüm gülmedi yüzüm
Bir gece kalsın yanında dinlensin gönlüm
Bin keder yüklüyüm gülmedi yüzüm
Bir gece kalsın yanında dinlensin gönlüm
Böyle dertliyim hasret çekerim
Yoktur huzurum ağlar gezerim

Ben Tanrı misafiriyim yersiz bir garibim
Ben Tanrı misafiriyim yersiz bir garibim
Bana bir yer ver kalbinde benimdir diyeyim
Garibim yer ver garibim yer ver

Kalbimin esrarı çözülsün varsın
Öyle sevgi bu akşam felek kıskansın
Kalbimin esrarı çözülsün varsın
Öyle sevgi bu akşam felek kıskansın
Böyle dertliyim hasret çekerim
Yoktur huzurum ağlar gezerim

Ben Tanrı misafiriyim yersiz bir garibim
Ben Tanrı misafiriyim yersiz bir garibim
Bana bir yer ver kalbinde benimdir diyeyim
Garibim yer ver garibim yer ver

Ay İnanmıyorum

Bir volkan kopuyor yine bedenimde
Anlamsız sızılar içimde
Saklarım sevdamı gücüm yetmese bile
Yangınının içinde
Saklarım sevdamı gücüm yetmese bile
Yangınının içinde

Bir hasret büyüyor yine yüreğimde
Sebepsiz heceler dilimde
Tutarım sevdamı kalbim ağlasa bile
Gözyaşımın içinde
Tutarım sevdamı kalbim ağlasa bile
Gözyaşımın içinde

Ay inanmıyorum ay inanmıyorum
Ay inanmıyorum
Aşka çıldırdım dönendim durdum
Yandım kavruldum

Deli sevdemiş yolu bilmezmiş
Zora gelmezmiş ay inanmıyorum
Sevmişim boşuna bakmadan yaşına
Darısı başına ay inanmıyorum

Bir volkan kopuyor yine bedenimde
Anlamsız sızılar içimde
Saklarım sevdamı gücüm yetmese bile
Yangınımın içinde
Saklarım sevdamı gücüm yetmese bile
Yangınımın içinde

Ay inanmıyorum ay inanmıyorum
Ay inanmıyorum
Aşka çıldırdım dönendim durdum
Yandım kavruldum

Deli sevdemiş yolu bilmezmiş
Zora gelmezmiş ay inanmıyorum
Sevmişim boşuna bakmadan yaşına
Darısı başına ay inanmıyorum

Sürünüyorum

Döndürsene beni senin yoluna
Kahreden dünyamda sürünüyorum
Huzursuz geceler korkulu düşler
Bakta gör halimi sürünüyorum

Ne bir sevenim var ne seven bir kalbim
Ellerim bağrımda perişan kaldım
Birgün değil sana hergün yalvardım
Duymadın sesimi sürünüyorum

Ne bir sevenim var ne seven bir kalbim
Ellerim bağrımda perişan kaldım
Birgün değil sana hergün yalvardım
Duymadın sesimi sürünüyorum

Avutma her güne bin ümit verip
Ağlatıyor sonra hüsrânlar gelip
Baştan yarat beni dertten eleyip
Acı bu halime sürünüyorum

Ne bir sevenim var ne seven bir kalbim
Ellerim bağrımda perişan kaldım
Birgün değil sana hergün yalvardım
Duymadın sesimi sürünüyorum



Ne bir sevenim var ne seven bir kalbim
Ellerim bağrımda perişan kaldım
Birgün değil sana hergün yalvardım
Duymadın sesimi sürünüyorum

Ne bir sevenim var ne seven bir kalbim
Ellerim bağrımda perişan kaldım
Birgün değil sana hergün yalvardım
Duymadın sesimi sürünüyorum

Arabesk 1990'lı yıllarda daha çok poplaşmaya başlar. Yaşam tarzı olarak tüketime yönelmiş olan bireyler, müzik olarak da bu tüketim hazzına ve duygusuna uygun pop müzik şarkılarına yönelmiştir. Kolay tüketilen, ne bütünüyle yerli ne bütünüyle yabancı denilebilecek bu şarkılar, bu döneme damgasını vurmuştur diyebiliriz. Toplumun içinde bulunduğu bu hiçbir yere ait olmama ama bir şekilde var olma durumu, bu şarkıların sözlerinde de kendini göstermektedir. Örneğin 1992 yılında yayınlanan Sertab Erener'in bir parçası olan "O,Ye"nin bir kısmı şöyledir:

Arabesk, pop, caz, alaturka,
Sırtımda yamalı bir hırka,
Yırtık pırtık blue jean,
Haydi gidelim parka.

Gençlerin apolitikleştirilmesi, bireyin ön plana çıkması, kitle iletişim araçlarının yaygın kullanımı ve bu kullanım neticesinde gündemi istedikleri gibi belirleyebilmeleri çok sesli bir toplumsal ortam oluşturmuştur. Ancak bu çok seslilik daha önce de ifade edildiği üzere çok söz söylenen ama aslında hiçbir şey söylenmeyen içeriksiz bir ortamdır. Yine bu içeriksizlik şarkı sözlerinde kendini göstermektedir. Örneğin 1995 yılında piyasaya sunulan, bir Fikret Kızılok şarkısı olan "Pişşt Barmen"nin bir kısmı şöyledir:

Transforme deforme
Marjinal ve enterne
Geçmişime kargayım
Bir başkayım bu akşam

Testosteron bazında
Altı duble sonunda
Derdime deva buldum
Hipokrat oldum bu akşam

Pişt barmen
Sen de bizdensin
Karlı kayın ormanında
Bisiklete binersin
Başkaldırıyorum de

Bu dönemin en belirgin toplumsal eyleminin tüketime yönelmek olduğunu ifade etmiştik. Tüketim toplumsal yaşantı içinde sadece bir eylem olarak kalmamış, bireylerin yaşam tarzını, duygu ve düşünce dünyasını da yontmuş ve başka bir düzleme taşımıştır. Her şeyi hızlıca tüketen, kısa yoldan köşeyi dönmenin derdine düşen, serbest ekonominin yarattığı kaos ortamında batının maddi yönü ağır basan kültürel değerlerini benimsemeye başlayan toplumda, sahip olunan manevi değerler giderek önemini yitirmiştir. Sevgi, aşk gibi yaşamı anlamlandıran duyguların içi boşaltılmıştır. Bu duygular yerine cinsellik ön plana çıkarılmış ve aynı zamanda metalaştırılmıştır. Şarkı sözlerinde de bu tutum kendini göstermiştir. Aşk, sevgiyi, zarif duyguları işleyen arabesk şarkıların yerini, parayı, serveti, sarayları konu edinen pop-arabesk şarkıları almaya başlamıştır (Güngör, 1993, s. 141).

1991 yılında yayınlanan Sezen Aksu'nun *Gülümse* albümünden *Her Şeyi Yak* şarkısı tam da böylesi cinsellik içeren ve cinselliği de espritüel bir atmosferde sunan parçalardan biridir. Şarkının sözleri şöyledir:

Beni yak kendini yak, her şeyi yak
Bir kıvılcım yeter, ben hazırım bak
İster öp okşa, istersen öldür
Aşk için ölmeli, aşk o zaman aşk
Aşk için ölmeli, aşk o zaman aşk

Seni içime çektim bir nefeste
Yüreğim tutuklu, göğsüm kafeste
Yanacağız ikimiz de ateşte
Bir kıvılcım yeter, hazırım bak
Aşk için ölmeli, aşk o zaman aşk

Allah'ım, Allah'ım
Ateşlere yürüyorum
Allah'ım acı ile
Aşk ile büyüyorum

Bu dönem şarkılarında artık arabesk şarkılardaki metafizik öğelerin yerini, gündelik yaşantıya ait duygu, düşünce ve heveslerin doldurduğu görülür. Yonca Evcimik'in 1994 yılında yayınlanan "Bandıra Bandıra" isimli şarkısında olduğu gibi:

Bandıra bandıra ye beni
Hiç doyamazsın tadıma
Bütün numaralar bende
Sende var benim farkıma
Kalmasın aklın başka yerde
Ne işin var başka yerde
Bandıra bandıra ye beni
Hiç doyamazsın tadıma

Bu yıllarda bir yandan pop-arabesk şarkılar egemenliklerini sürdürürken bir yandan da bildiğimiz anlamdaki arabesk hala varlığını sürdürmeye devam etmektedir. Pop-arabesk şarkılarda işlenen yüzeysel konuların aksine arabesk şarkılarda sevgi, aşk gibi duygular yoğun bir biçimde işlenmekte, kader, talih gibi metafizik öğeler varlığını sürdürmektedir (Güngör, 1993, s. 144).

4.2. 90'LARIN KÜLTÜREL OLUŞUM PARAMETRELERİ

90'lı yıllara kaos ortamından çıkmaya ve kendine yeni bir yol bulmaya çalışan bir toplumsal ortam hakimdir. Bu toplum ekonomisinden kültürüne, giyiminden yaşam tarzına, yiyip içtiğinden dinlediği müziğe kadar her şeyi dönüştürmek zorunda olan bir toplumdur. Dönüşmek zorundadır, çünkü mevcut ekonomik, sosyal ve kültürel şartlar ona bunu dayatmaktadır. Bu özetle bir kimlik arayışıdır. O güne kadar tanımlanabilen, belli davranış kalıplarına, tüketim alışkanlıklarına ve değerler bütününe sahip sosyal gruplardan ya da topluluklardan söz etmek mümkündür. Ancak söz konusu yıllarda kendi içinde tutarlı, belirli özelliklerini sayabileceğimiz ya da en özet haliyle net kimlik sahipleriyle karşılaşmak pek mümkün görünmemektedir. Kozanoğlu bu kimlik arayışı içindeki kültürü “pop çağı kültürü” (Kozanoğlu, 1995, s. 127) olarak ifade etmektedir.

Küreselleşmeye adapte olmaya çalışan toplumda, kutuplaşmış ideolojiler hızla esnekleşirken bu ideolojileri benimseyen gruplar ve zihin dünyaları çözülmeye başlamıştır. İşte bu çözülmenin getirdiği boşluğu “tüketim” arzusu, iştahı doldurmaya başlamıştır. Bu arzu ve iştah her şeye karşıdır.

Gürbilek bu arzuyu şöyle betimlemektedir: “yalnızca para tasarrufuna değil, arzu tasarrufuna da dayalı eski kültür yerini bir arzu kültürüne; insanları arzularını hemen ve şimdi doyurmaya davet eden, iştahı ve hevesi kışkırtan yeni bir kültüre bırakmıştır (Gürbilek, 2012, s. 16).

İşte bu arzu kültürü, kimlik arayışı sürecinde kendini “kimlik açgözlülüğü” olarak ortaya çıkarmıştır. Toplumun her kesiminde her şeyden biraz biraz ortaya çıkmış, birbirine tamamen karşıt görüşler bu ortamda rahatça biraraya gelmiştir: “Batıcılık, yerellik, Doğululuk, keskin laiklik, vurgulu dindarlık, alabildiğine duygusallık, alabildiğine hoyratlık, oynaklık, muhafazakarlık, “free”lik, modernlik, milliyetçilik, şiddet, şiddet karşıtlığı, savaş çılgınlıkları, barış dilekleri” (Kozanoğlu, 1995, s. 127).

Cumhuriyet dönemi ile birlikte her alanda olduğu gibi kültür alanında da çalışmalar yapılmaya başlanmıştır. Bu doğrultuda müzik alanında da değişime yönelinmiş, daha batılı unsurları barındıran müzikal yapının benimsetilmesi yönünde çalışmalar başlatılmıştır. Ancak cumhuriyetin ilanı bazı kesimlerim yaşam biçimini hızla değiştirse de toplum henüz müzikal değişime bu kadar gönüllü değildir. Böylece Alafranga - Alaturka çatışması başlar.

Cumhuriyet’in ilanından bu yıllara kadar devam eden alaturka-alafranga çatışması, 90’lı yıllarda artık bulanık bir kültürel iklimin oluşmasında en etkin rolü oynamıştır. Bulanıktır, çünkü net olarak tanımlanamamaktadır. Köyden kente göç eden insanlar, bu bulanıklaşmanın temel ayağını oluşturmaktadır. Böylece köylü-kentli, kırsal-kentsel, eğitilmiş-eğitimsiz, aydın-cahil, modern-geleneksel, doğulu-batılı gibi ikilemler gün yüzüne çıkmış, ancak aynı zamanda kentte artan bu kırsal nüfusun getirdikleriyle birlikte doğrudan sorgulanmaya başlanmıştır. Başta sadece bir müzik türü olarak anılan ancak zamanla bu kırsal göçmenlerinin kültürünü betimlemek için de kullanılan arabesk, 90’lar öncesinin kültürel atmosferini özetler niteliktedir. Nitekim Meral Özbek’e göre arabeskin hikayesi, popüler kültürün de tarihi bir biçimlenmesidir (Özbek, 1998, s. 169).

Arabesk müzik, müzik sanayinin emekleme döneminde ve devlet güdümlü medyanın etkisi altında ilk defa 1960’lı yıllarının ortasında İstanbul’da ortaya çıkmıştır. Arabesk terimi müzik çevrelerince bilinmektedir. Besteci Suat Sayın, Mısır’dan aldığı bazı ezgiler ve batılı yaylı çalgılarla zenginleştirdiği bir orkestrayla arabesk müzik yapmaktadır. Ancak arabesk müziği arabesk müzik yapan kişi, 1960’lı yılların ortalarında ünlenen ve bu tarzın ilk temsilcisi olarak bilinen Orhan Gencebay’dır². Kendisi de bir göçmen olan Orhan Gencebay, *Bir Teselli Ver* (1972) ve *Hatasız Kul Olmaz* (1976) adlı şarkılarıyla, gittikçe artan bir nüfusa sahip olan göçmenlerin

² Orhan Gencebay ve 1960’lı yılların müzikal vizyonunu daha iyi anlamak adına bakınız: Meral Özbek, “Popüler Kültür ve Orhan Gencebay Arabeski”, İletişim Yayınları, İstanbul, 1991.

arzularını, beklentilerini ve hayal kırıklıklarını anladığını göstermiştir. Bu şarkılarla onlara duygularını ifade etme aracı olarak arabesk müziği sunmuştur.

Arabesk müziğin hitap ettiği kültürel mozaik, 60'lı yıllarda Anadolu'nun orta ve kuzey kesimlerinden, 70'li yıllarda güneyden ve doğudan, 80'li yıllarda ise güneydoğu bölgesinden gelen insanlardan oluşmaktadır. 60'lı yılların arabesk yıldızı Orhan Gencebay, 70'li yılların arabesk yıldızları Ferdi Tayfur ve Müslüm Gürses, 80'li yılların arabesk yıldızları ise Emrah ve İbrahim Tatlıses'tir. Her gelen göç dalgası kendi yaşam tarzını, konuşma ve giyinme biçimini de beraberinde getirmiştir. Dolayısıyla arabesk yıldızlarının şivesi, aksanı, ses yapısı, hitap biçimleri gibi özellikleri de onların sahiplenilmesinde son derece etkili olmuştur. Göçlerle gelen insanların getirdikleri bu yeni yaşam tarzı, 90'ların kültürel oluşum parametrelerinden biridir. Yaşam tarzı, kültürün kendini ortaya koyduğu bir haritadır. Bir toplumun ekonomisi, sosyal yaşantısı, sanatı, tarihi, gelenek ve görenekleri o toplumun yaşam tarzında kendini gösterir. Dolayısıyla Özbek'in ifade ettiği popüler kültürün biçimleniş süreci, göçmenlerin yaşam tarzının nereden nereye yönlendiği ile yakından ilişkilidir.

80'li yıllarda arabesk müzik, Türkiye'de en yaygın dinlenen popüler müzik haline gelmiştir. Bu popülerite aynı zamanda ciddi bir nüfusu işaret etmektedir. Dönemin siyasi aktörleri, bu nüfusu ve nüfusun özelliklerini iyi okumuş, onların yaşam tarzını iyi gözlemlemiştir. Dönemin önemli siyasi aktörü Anavatan Partisi, gecekonduya yaşayan insanların kültürünü, hoşlandıkları ve hoşlanmadıkları şeyleri, alışkanlıklarını incelemek üzere "Arabesk Grubu" adıyla bir araştırma ekibi kurmuştur (Özbek, 1998, s. 177). Bu araştırmadan elde edilen verilerle Anavatan Partisi kendi seçmen grubunu oluşturmuş ve neticede seçimlerden başarı ile çıkmıştır. Seçimlerde arabesk müzikten büyük oranda faydalanılmıştır.

80'li yılların sonunda arabesk kültürü iyice genişlemiş, arabesk terimi artık sadece bir müziği ifade etmekten çıkmıştır. Artık yozlaşmış, ezik, ötekileşmiş olan ne varsa onun için kullanılan bir kapsam kazanmıştır (Özbek, 1998, s. 183). Arabesk dinleyenler ve bu kültürü yaşayanları nitelemek için *maganda*, *zonta* gibi terimler kullanılmaya başlanmış, bu terimler günlük konuşma dilinde yaygınlaşmıştır. 90'lı yılların önemli çıkış yakalayan gruplarından biri olan Grup Vitamin'in söylediği şarkılarda, bu kültürün nasıl görüldüğü gözlemlenmektedir. *Maganda* ve *Zonta* grubun en sevilen ve dinlenen şarkılarından.

Cumhuriyet'in ilanıyla başlayan alaturka-alafranga tartışması, 90'lı yıllara gelindiğinde yerini başka bir gerilime bırakmıştır. Arabeskin 60'lı yıllarla başlayan evrimi, 90'lı yıllara gelindiğinde popüler bir hal almasıyla geniş bir tabana yayılarak tamamlanmıştır. 90'lı yıllarda pop şarkılarıyla bütünleşen arabesk kültürel titreşimini de yitirmiştir. Nitekim 90'lı yıllar Kürt sorunu, etnik kimlik sorunu, İslami köktendincilik tehdidi gibi sorunlara sahne olmuştur (Özbek, 1998, s. 185).

Devletin kuruluş yıllarından itibaren benimsenen yasak ve sansür uygulamaları, bu müziğin halk tarafından sahiplenilmesiyle sonuçlanmış ve aslında onu daha da güçlendirmiştir. 90'lı yıllarda terk edilen bu sansür ve yasak uygulamaları, serbest piyasa ekonomisinin benimsenmesi, yeni kitle iletişim teknolojilerinin kullanılması, radyo ve televizyon kanallarının artması ve yeni çalgıların müzik hayatına girmesiyle Kozanoğlu'nun ifade ettiği pop çağı kültürü yaşanmaya başlamıştır.

4.3. POPÜLER MÜZİĞİN KARMA YAPISI

Popüler müziğin karma yapısı her şeyden önce, Türk kültürünün dayandığı ve beslendiği temelin hem doğulu hem de batılı sentezden kaynaklanmaktadır. Biri gelenekselci biri modernlik yanlısı bu kaynaklar, toplum potasında eriyerek hem yaşam tarzında hem kültürde dolayısıyla hem de müziğin yapısında belirleyici olmuştur. Bu noktadan hareketle popüler müziğin karma yapısını “Türk kültürüne ait Doğulu ve Batılı kaynakların, popüler müziğin üretim-ürün-tüketim üçgenine göre işleyen sistemi içinde, değişik müziksel formlarda bir arada kullanılması (Dürük, 2011, s. 42)” olarak tanımlayabiliriz.

Türkiye’de Ziya Gökalp’in milli musiki çalışmasıyla başlayan musiki inkılabı, kendi öz değerlerimizin batı formu ile sentezlenmesine dayanmaktadır. Cumhuriyetle birlikte Osmanlı’dan devralınan bu müzik mirası üzerinde devlet eliyle inkılaplar yapılmaya başlanmış, daha batılı aynı zamanda milli ve kültürel unsurlarla harmanlanmış bir müzikal yapı yaratılması hususunda adımlar atılmıştır. Bu adımların atılması noktasında benimsenen düşüncelerin temel kaynağı Ziya Gökalp’in milli musiki hakkındaki görüşleri olmuştur.

Yeni kurulan devletin kökleriyle bağını koparma ve toplumsal dönüşüme hız kazandırma adımlarından en önemlilerinden biri milli musikin oluşturulma çabaları etrafında şekillenmiştir. Nitekim burada müzik, Batılı bir toplum oluşturma yönündeki

çalılara görünürlük kazandırılması açısından en uygun vitrin olma görevini üstlenmekteydi (Üstel, 1994, s. 42).

Ziya Gökalp *Türkçülüğün Esasları* isimli kitabında müzik ile ilgili görüşlerini şöyle ifade etmiştir: “Avrupa musikisi girmeden evvel, memleketimizde iki musiki vardı: Bunlardan biri Farabi tarafından Bizans’tan alınan Şark musikisi, diğeri ise Türk musikisinin devamı olan Halk melodilerinden ibaretti (Gökalp, 1968, s. 129)”. Burada Gökalp’in Şark musikisi olarak ifade ettiği müzik, Osmanlı müziğidir ve ona göre Osmanlı müziği Türk müziği değildir. Bu yüzden de eğer müzikte modernleşme ve millileşme adına adımlar atılacaksa bu öncelikli olarak Osmanlı musikisi göz ardı edilmeli ya da dışlanmalıdır. Türk müziğinin kaynağının aranması gereken yer halk müziğidir (Kuçlu, 2020, s. 64). Bu dönemde yapılması planlanan sentez, halk türkülerinin derlenmesi ve Batı tekniği ile armonize edilmesi, hem halk kültürü hem Batı sanatından hareketle milli musikinin yaratılması olmuştur (Güven & Ergur, 2014, s. 8).

Ziya Gökalp yaratılması gereken bu sentez musikiyi şöyle temellendirmektedir:

“Doğu musikisinin hem hasta hem de gayri milli olduğunu gördük. Halk musikisi milli kültürümüzün, Batı musikisi de yeni medeniyetimizin musikileri olduğu için her ikisi de bize yabancı değildir. O halde, milli musikimiz, memleketimizdeki halk musikisiyle Batı musikisinin kaynaşmasından doğacaktır. Halk musikimiz bize birçok melodiler vermiştir. Bunları toplar ve Batı musikisi usulüne göre ‘armonize’ edersek, hem milli hem de Avrupalı bir musikiye malik oluruz (Gökalp, 1968, s. 146-147)”.

Gökalp’in bu düşünceleri Atatürk tarafından da benimsenir ve batılılaşma politikaları kapsamında devlet eliyle inkılaplar yapılmaya başlanmıştır. Bu çerçevede Osmanlı’dan kalma müzik kurumları ile bir takım düzenlemeler yapılır. Örneğin 1923 yılında İstanbul’da bulunan Musiki Encümeni kaldırılır ve 1924 yılında Musiki Muallim Mektebi kurularak, Batı müziği eğitimi almaları amacıyla yurt dışına öğrenci gönderilmeye başlanır (Çanlı, 2018).

Bu dönemde radyo müziğin devlet politikalarıyla kitleselleştirilmesi yolunda önemli bir işlev yüklenmiştir. Örneğin, “İstanbul Radyosu’nun 1932’de 18.00-22.00 arasında yaptığı yayınların bir buçuk saatini kapsayan “Gramofon” ya da “Orkestra” programlarının yanı sıra, 1936’de Tokatlıyan, Karpiç ya da Ankara Palas’tan yapılan naklen yayınlar (Üstel, 1994, s. 46)” Batı müziğinin doğrudan evlere girişini hızlandırmıştır.

Bununla birlikte batılılaşma politikaları halk üzerinde tepkisel bir davranışa sebep olmuş, rahatsızlık duyan halk Osmanlı musikisini daha çok benimsemiş ve o dönemde bu müzik daha popüler hale gelmiştir. Bu başarısızlık neticesinde yeni tedbirler alınmaya başlanmış, yasaklar getirilmiştir. Cumhuriyet Dönemi’nde gerçekleştirilen Musiki İnkılabı kapsamında iki yasak kararı alınmıştır. Bunlardan birincisi Osmanlı müziği eğitiminin kaldırılması ve yasaklanmasıdır. Bunun yerine eğitim kurumlarında Batı müzik sistemine uygun eğitim verilmesi kararlaştırılmıştır. İkinci olarak ise radyoda alaturka müziğin çalınması yasaklanmıştır.

Ancak radyo yasağı da uzun ömürlü olamamıştır. Bu müziğin yasaklanmasının ardından halk yoğun olarak Arap radyolarını dinlemeye yönelince, yayın yasağı iki yıl sonra yani 1936 yılında kaldırılır (Çanlı, 2018). Bu esnada bir yandan da Batı müziğine ait tarzların kültüre yerleştirilmesi ve halkın bu müziklere alıştırılması kapsamında çalışmalar yürütülür. Bu değişik müziksel formlar bir yandan devlet politikaları eliyle bir yandan da dünyada uygulanan küresel politikalar neticesinde başka kültürlerle girilen etkileşim neticesinde Türk müziğini şekillendirmiştir. Ancak bir bakıma arabesk müzik de bu sayede yükselişe geçmiş, hiç istenmese de halk tarafından benimsenmiştir.

4.3.1. Türkiye’de Batı Müziği

Batı müziği ülkemize Cumhuriyet’ten çok önce girmiştir ancak Cumhuriyetle birlikte özellikle yaygınlaştırılmaya çalışılmıştır. Operet ve kanto gibi müziklerin popülerlik kazanması Tanzimat dönemine kadar dayanmaktadır (Çavdaroğlu, 2010). Operetin gelişimindeki en önemli isim olarak ön plana çıkan Dikran Çuhacıyan (1836-1898), İtalya’ya giderek 4 yıl armoni ve piyano öğrenimi gördükten sonra İstanbul’da opera-komik türünden gösterilere başlamıştır (Çavdaroğlu, 2010). Yine aynı yıllarda ülkeye giren kanto, kültürel dokuya özgü motiflerden de etkilenerek yeni bir biçimle kendine yer edinmiştir. Kanto özellikle teatral aktiviteler, operet ve danstan iktibas edilen kodlarla ne batılı ne doğulu olmayan yeni bir müzik türü olarak ortaya çıkar (Çavdaroğlu, 2010).

Operet, kanto gibi batılı müzik türlerinin yaygınlaşıp popülerleşmesindeki en önemli etken, gramofon ve plaklar olmuştur. Nitekim plağa okunan ilk müzik türleri kantolar, fanteziler, gazeller ve şarkılar olmuştur ki, bu da o dönem insanının yaygın olarak dinlendiği müzik türlerini işaret etmektedir (Çavdaroğlu, 2010). Devlet yönetiminin önde gelenlerinin dansa ve dans müziklerine olan merakı, bu dönemde dinlenen müziklerin çeşitlerinde etkili olmuştur. Başta tango müziği bu grup arasında oldukça yaygınlaşır. Seyyan Hanım, Orhan Avşar, Macar asıllı kemancı Darvaş, Necip Celâl Antel, Fehmi Ege ve Necdet Koyutürk gibi isimler tango müziğinin benimsenmesinde etkili olmuşlardır (Çavdaroğlu, 2010). Tango müziğinin halk tarafından sevilmesini fırsat bilen plak şirketleri de, birçok tango müziğini piyasaya sunmuşlardır.

Bu dönemde yaygınca dinlenen bir diğer müzik operetlerdir. Osmanlı döneminde popüler olan operetler Cumhuriyet döneminde de çeşitli sanatçılarla varlığını sürdürmüştür. Muhlis Sebahattin, Cemal Reşit Rey, Musahipzâde Celal, Kaptanzâde Ali Rıza Bey, Cemal Sahir ve Ömer Aydın gibi birçok besteci bu dönemde operetler üretmişlerdir (Çavdaroğlu, 2010). Geleneksel musikinin önemli isimlerinden Saadettin Kaynak ve Safiye Ayla da dönemin operet modasına ayak uyduran isimlerdendir.

Cumhuriyetle birlikte opera gibi batılı tarzların yerleştirilmesi ve aynı zamanda kurumsallaştırılması hususunda adımlar atılır. 1931 yılında Opera Cemiyeti’nin kurulması bu adımlardan biridir (Çanlı, 2018). Beraberinde opera örnekleri Türkçe olarak sahnelenmeye başlanır.

Yine caz müzik bu yıllarda ülkeye giren müzik türlerinden biridir. Ermeni asıllı Leon Avidor, Avrupa’da duyduğu bu müziği çok beğenir ve Türkiye’de icra etmeye başlar ( anlı, 2018).

1950’li yıllarla birlikte ekonomik anlamda yaşanan gelişmeler beraberinde toplumsal değişimleri de getirmiştir. Özellikle bu dönemdeki teknolojik gelişmelerle müzik piyasası hareketlenmiş, plaklar daha fazla kişiye ulaşır olmuştur. Böylece devletin müzik yayınları ve müzik kurumları üzerindeki baskı, kontrol ve denetim mekanizması kırılmıştır. Bu kırılma yeni türlerin hızla ülkeye girmesine ve yayılmasına imkân sağlamıştır.

1950’li yıllarla birlikte Türkiye’ye caz dışında çeşitli Batı müziği türleri girmeye ve yerleşmeye başlamıştır. Mambo ve  a a bu türlerinden önde gelenleridir. Gece kulüpleri bu yeni türlerin en çok rağbet g rd ğu alanlardır. 1955’te Deniz Harp Okulu  ğrencileri tarafından kurulan rock’n roll grubu, Türkiye’nin müzik serüveninde önemli bir başlangıç noktası olmuştur. Türkiye’de belki de ilk defa yeni bir tür Batı’yla aynı zamanda icra edilir ( anlı, 2018).

Bu dönemde Türk musikisine getirilen yasaklar, Batılı müziğin yerleştirilmeye çalışılması gibi batılılaşma politikalarına tepki olarak halk, bir yandan kendi musikisini daha çok benimserken bir yandan da Arap musikisine yönelme eğilimi göstermiştir. Bu dönemde özellikle Arap filmleri, bu filmlerde kullanılan müziklerin etkisi ve devlet eliyle, neredeyse farkında olunmaksızın, arabesk müziğin gelişimi için uygun ortam hazırlanmıştır.

4.3.2. Pop Müzik

Pop müzik özü itibarıyla tüketim kültürüne ait bir müziktir. Batı’dan alınan bir kültürün ürünü olarak kültürümüze girmiştir. Bu çerçevede ne bütünüyle yerlidir, ne bütünüyle yabancıdır. Güngör’ n ifadesiyle, “pop müziği öğeleri, içinde üretildikleri ortamdan yabancı bir ortama getirilerek başka yapılaraya yamandıkları için yapısal değişime uğramış ve özgünlüklerini yitirmişlerdir (Güngör, 1993, s. 135)”.

Pop müzik, popüler müziğin bir alt grubudur (Kuçlu, 2020, s. 71). Sözleri basit, akılda kalıcı, tekrarlarla bu kalıcılığı sağlayan ve derinliği olmayan bir müziktir. Pop müzikte amaç hızlı tüketim olduğu için kalite ve anlam gibi sanatsal kaygılar arka plandadır. Orhan Kahyaoğlu’na göre pop müzik “ikinci sınıf” bir müzik değil; tam

tersine, günümüz tüketim ideolojisini en açık şekilde sergileyen ve buna özgü bir estetiği tartışmaya sokan bir müziktir (Kahyaoğlu, 2014, s. 58).

Pop müzik birçok müzik türünü kapsamaktadır. Ülkemizde yaygınlaşması tam olarak 90'lı yıllarla gerçekleşmiş olsa da, ilkel de olsa ilk örnekleri 60'lı yıllardan itibaren verilmeye başlanmıştır. 1960'lı yıllarda Türkiye'deki müzik mozaïği üç temel ayaktan oluşmaktadır: Türk Sanat Müziği, Türk Halk Müziği ve Hafif Müzik (Karakayalı, 1995, s. 138). Ancak henüz oturmuş ve yabancı müzik türlerinden bağımsız bir müzik piyasasından söz edilemez (Kuçlu, 2020, s. 72). Bununla birlikte 50'li yıllarda yaygınlaşmaya başlayan kapitalist ideoloji, hedef kitlesi olan tüketici bireyini henüz tam anlamıyla oluşturamamıştır. Ancak Batı merkezli müziklerle yaşanan diyalog neticesinde, mevcut müzik algısının dışında gelişen bir müzik ortamından söz edebiliriz. Bir başka ifadeyle, müzikal tüketim toplumunun altyapısı 1950'li yıllarda özellikle radyo ile şekillenmeye başlamıştır (Kahyaoğlu, 2014, s. 59). Bu dönemde Batı müziğiyle halkın ilişkisini Kahyaoğlu şöyle özetlemektedir:

“Caz ve Amerikan müziklerinin yanında, Fransa, İspanya, İtalya ya da Almanya gibi birçok Batılı ülke müzikleri icra edilmeye başlamıştır. Bu dönemde Türkiye'ye ve Türkçe'ye özgü bir uyarlamaya henüz başlanmamıştır. 1960'daki darbe yoluyla birtakım aksamalar olsa da; bu ideoloji yavaş yavaş pekişmiş ve kapitalist algı yaygınlaşmaya devam etmemiştir. Özellikle, en büyük kent olan İstanbul'da Batı'daki pop müzik çizgisinden esintiler taşıyan ve dinleyici kitlesi hızla çoğalan sanatçı ve topluluklar ortaya çıkmaktadır. Bu gruplarda, birbirinden farklı pop müzik tarzlarına eğilimler gözlenmektedir. Avrupa merkezli; Fransız, İspanyol, İtalyan müziklerinin yanında Amerika'daki müzikal serüvenin, müzikseverleri etkilediği gözlemlenir. Rock'n Roll, bu noktada en yaygın pop çizgisi durumundadır. Caz, soul ya da folk müzik çizgileri Rock'n Roll'a oranla biraz daha az bir kesimin odağı olacaktır (Kahyaoğlu, 2014, s. 59-60)”.

Türkiye’de 60’lı yılların başındaki bu değişimlerden etkilenecek kendi müziğini ortaya koyan ve Türk popunun ilkel ilk örneklerini veren temsilcisi Erol Büyükburç olmuştur. Büyükburç başlangıçta yabancı sözlü eserler verir, ancak onun müziğinin geniş bir kitleye ulaşmasının ana sebebi, gençlik tarafından beğenilmesidir. Aynı zamanda bu dönemdeki müzik piyasası yabancı müzik şirketlerinin tekelinde olup henüz yerli şarkılara yeterli teşvikte bulunmamaktadır (Eren, 2018, s. 140). Yabancı şarkılara öncelik verilmesi, sanatçıların da bu yönde şarkılar üretmesinde etkili olmuştur. Bu dönemde birçok şarkıcı ünlenmiştir. Dönemin önde gelen isimleri, Ayten Alpman, Ayla Algan, Ertan Anapa, İlham Gencer, Yurdaer Doğulu, Erkin Koray, Doruk Onatkut ve Şerif Yüzbaşıoğlu’dur (Kahyaoğlu, 2014, s. 61).

Önce Avrupa’da popüler olan pop müzik şarkıları Türkiye’de de popüler hale gelmiş, sonra bu şarkıların aslına uygun biçimde çalınması süreci yaşanmıştır. Bundan sonra da adını “aranjman” olarak bildiğimiz yabancı şarkılara Türkçe sözler yazılarak düzenlenmesi evresine geçilmiştir.

“Osmanlı’dan günümüze devlet politikasının yönlendirmesi ile Batılı ve Doğulu kültürel elemanların birbiri üzerine eklemlenmesinin müzikteki ilk yansımaları yerli olmayan müzik formlarının önce alıntılama yoluyla benimsenmesi, sonra Türkçe söz yazma ve benzeştirme yoluyla yeni besteler yapılarak yerleştirilmesi biçiminde olmuştur. Türk popüler müziğine giren ilk Batılı türler olan kanto, operet, tango gibi türler, “arabesk” müziği oluşumunda etkili olan Hint, Mısır ve Arap şarkıları ve 60’lı yıllarda Avrupa’da moda olan popüler şarkılar “aranjman” adı verilerek bu yolla yerleştirilmiştir (Dürük, 2011, s. 35)”.

Aranjman her ne kadar özgün bir çalışma olarak görülmesi de bu noktadan sonra artık yeşermeye başlayan bir Türk pop müziği olgusundan söz edebilmekteyiz. Aranjman müzikle birlikte toplum Batı müziğine iyice alışmaya başlamıştır. Ancak o dönemler hafife alınan tarz, TRT tarafından Türkçe Sözlü Hafif Müzik olarak adlandırılmıştır (Kuçlu, 2020, s. 73).

Türkiye’de Fecri Ebcioğlu ve Sezen Cumhuri Önal yabancı sözlü müziklere Türkçe söz yazarak, aranjman denilen türün öncüsü olmuşlardır (Çavdaroğlu, 2010). Ebcioğlu, 1960’lı yılların ortalarından 1970’lerin sonuna kadar uzanan pop müzik serüveninde, gelişmekte olan pop müziği algısının adeta öncülüğünü yapmıştır (Kahyaoğlu, 2014, s. 62). Bob Azzam’ın yorumuyla kitlelere ulaşan *C’est écrit dans le ciel* adlı parçanın Ebcioğlu tarafından Türkçeye çevrilmiş hali *Bak Bir Varmış Bir Yokmuş* isimli şarkı, Türkçe pop müzik tarihinde bir dönüm noktasına işaret etmektedir (Eren, 2018, s. 141). 1961’de piyasaya sürülen bu parça Türkçe pop müziğin resmi olarak ilk parçası kabul edilmektedir (Eren, 2018, s. 141). Ajda Pekkan, Erol Büyükburç, Berkant, Tanju Okan, Ertan Anapa, Selçuk Ural bu çizgide eserler veren diğer isimlerdir (Kahyaoğlu, 2014, s. 62). Ajda Pekkan adeta aranjman müziğin sembol ismi olmuş, Ebcioğlu ile birlikte birçok çalışmaya imza atmışlardır.

Özellikle aranjmanlar ve TRT’nin Türk müziğine olan yaklaşımının değişmesiyle yerel müzik güçlenmeye başlamış, yeni isimler ortaya çıkmıştır. Bu yeni isimlerin ortaya çıkışını hızlandıran ise Hürriyet gazetesinin düzenlediği Altın Mikrofon Şarkı Yarışması olmuştur. Bu yarışmalarla ortaya çıkan isimler ve siyasal ortamın getirdiği düşünsel atmosferin etkisiyle Anadolu pop ya da Anadolu rock diye adlandırılan başkaldırının müziği ortaya çıkmıştır.

“Dünyada protest müzik nasıl 20. yüzyıl sanatlarındaki protest eğilimlerden, karşı tavır almalarından bağımsız gelişmemişse Anadolu Pop da 1960’ların devrimci hareketlerinden bağımsız gelişim göstermemiştir. Bu bağlamda düşünüldüğünde, Anadolu Pop’un doğum yılının 1968 olması bir tesadüf değildir. Türkiye’de 68 kuşağına dâhil edilebilecek genç müzisyenler, 68’in dünyada yarattığı değişim dalgasına seyirci kalmamış; the Beatles, Bob Dylan, Joan Baez gibi müzisyenleri ve yeni folk, psychedelic rock müzik gibi yükselen akımları takip ederek bir bakıma Türkiye kontekstine göre - Anadolu türkülerinden de beslenerek – uyarlamışlardır (Eren, 2018, s. 147)”.

Türkiye’deki siyasi ortamın müzik piyasasına yansması, mevcut pop müziklerin eleştirilmesinde ve onlara karşı bir tavır olarak yeni bir söylem, yeni bir tarz, yeni bir müzik oluşturulmasında etkili olmuştur.

“Türk Popüler Müziği 68 Dönemi açısından ele alındığında, ‘politik’ ve ‘apolitik’ olarak ikiye ayrılmalıdır. Apolitik, yani politikayla ilgisi olmayan örnekler, 68 Kuşağı tarafından genellikle yoz müzik olarak adlandırılıyordu. Çünkü toplumsal sorunlarla ilgilenmekten çok, son derece yüzeysel ve içi boş konuları ele aldığı düşünülürdü. Özellikle Türk Popu, apolitik bir tür olarak algılanmaktaydı (Doğan & Mustan Dönmez, 2016, s. 51)”.

Bu dönemde önemli olan ülkemizin folklorundan yararlanarak yeni bir sentez, yeni bir kaynaşım ortaya çıkarabilmektir. Bu noktada ilk söz edilmesi gereken kişi Tülay German’dır. German kendisini bir caz şarkıcısı olarak kabul ettirmiştir. Türk Halk Müziği şarkılarını modernize ederek caz ritimleriyle yeniden yorumladığı *Burçak Tarlası* (1964) isimli parçası büyük ilgi görmüştür (Kahyaoğlu, 2014, s. 63). Ancak bu süreçte henüz 68 kuşağı olmadığı için yapılan müzik politik değildir. Metin Solmaz’a göre Tülay German’ın *Kızılıklar Oldu mu?* (1964) türküsünün Batı üslubuyla düzenlenmiş halinin çok tutunması, Anadolu Pop’un oluşumuna bulunduğu katkı açısından yeni bir başlangıç olarak okunmalıdır (Solmaz, 1996, s. 29).

Aşık Veysel, Cem Karaca, Barış Manço, Cahit Berkay, Erkin Koray, Edip Akbayram ve Fikret Kızılok gibi isimlerin yanı sıra Moğollar, Apaşlar, Kaygısızlar ve Üç Hürel grupları bu ruhun önemli isimlerindendir. Batı pop müzik enstrümanları kullanılarak ve halk ezgileri düzenlenerek yapılan bu müzik o döneme adeta damgasını vurmuştur. Özellikle Moğollar bu türün öncüsü olmuş, bir yandan folklorik parçalar düzenlerken bir yandan da yeni ve sentetik özellikler taşıyan yeni besteler üretmişlerdir (Kahyaoğlu, 2014, s. 69).



Şekil 4.2: Anadolu Rock'ın en önemli seslerinden Cem Karaca ve Kardeşlar Grubu

Kaynak: <https://genius.com/Cem-karaca-dadaloglu-lyrics>

70'lere gelindiğinde eski şairlerin yüzyıllar öncesine dayanan eserleri yeniden keşfedilmiş ve dönemin ruhuna özgü müzikle çeşitli sanatçılar tarafından söylenmiştir. Örneğin Cem Karaca tarafından 1970 yılında söylenen *Dadaloglu* türküsü buna en iyi örneklerden biridir (Doğan & Mustan Dönmez, 2016, s. 55).

Kalktı göç eyledi avşar illeri
Ağır ağır giden eller bizimdir
Arap atlar yakın eder ırağı
Yüce dağdan aşan yollar bizimdir

Kahyaoğlu'na göre Anadolu Pop, on yıllık pop müzik serüveni içinde ulaşılan en önemli duraktır (Kahyaoğlu, 2014, s. 70). Çünkü eğitilmiş ve kentli müzisyenler tarafından üretilmiştir. Üstelik aranjman müziklerde olduğu gibi kolayca kaçılmamış, Batı kopyacılığına gidilmemiş, yerli kaynaklarla yerel bir müzik oluşturulmaya

çalışılmıştır. Çalgılarda zurna ya da elektro bağlamanın kullanılması, söyleyişte yerel ağzın kullanılması, halk ozanlarının sözlerinin kullanılması, içerik olarak aşk, sevdâ, gurbet ve toplumsal sorunların işlenmesi bu müziğin alt yapısını oluşturmaktadır (Doğan & Mustan Dönmez, 2016, s. 55). Özellikle söyleyişte yerel ağzın kullanımının görülmesi ve toplumsal sorunların işlendiği güzel bir örnek olarak 1971 yılında Selda Bağcan ve Moğollar tarafından seslendirilen *Anayasso* şarkısını gösterebiliriz (Belli, 2021):

Gul, gurban olduğum Hökümet Baba!
Baa bir alfabe veremez miydin?
Gara dağlar gar altında galanda
Ben gülmezem
Dil bilmezem
Şavata'dan Hakkari'ye yol bilmezem
Gurban olam, çaresi ne, hooy babooov?
Bebek yanır, bebek hasda, bebek ataş içinde
Ben fakiro,
Ben hakiro
Dohdor ilaç, çarşı bazar tam - takiro
Gurban olam bu ne işdir hooy babooov!

1980 darbesine kadar gücünü ve varlığını koruyan Anadolu pop müziği, 80 darbesinden sonra değişen toplumsal, ekonomik ve kültürel dinamiklerin tetiklediği yeni bir müzik türüne yerini bırakacaktır: Arabesk. Arabesk müzik aslında kültürümüz için yeni değildir. 1960'lı yıllarla birlikte hayatımıza girmiştir ancak 80'lerle birlikte popüler olmaya başlayacaktır. Ortaya çıktığı dönemde bir mücadele alanı olarak görülmektedir (Kuçlu, 2020, s. 70). Dolayısıyla arabesk müziğin sanayileşmenin ve köyden kente göçün artmasıyla değişen toplumsal yapının bir aynası olarak ortaya çıktığını ifade edebiliriz.

“Kentte yönünü kaybetmiş, ne köylü ne kentli olabilen hoşnutsuz geniş kitleler, bu acılı deneyimlerini ifade edebilecek kültür kanallarına gereksinim duymaktaydılar. Kırsal müzik, kentin dinamik ortamında ve bu tutunma çabaları içinde yeterli gelmiyor, mevcut kent müzikleri de, göçmenlerin anlam dünyasına uzak kalıyordu. Böylece daha sonraları Arabesk

olarak adlandırılacak olan, karma bir müzik slbu biçimlenmeye başlamıştır. Kırsal müzikten esintiler taşımakla birlikte, aynı zamanda makam müziği ve Avrupa müziğinden unsurları da içeren, yapısal ve ezgisel anlamda karışık, kente tutunmaya çalışanların mruz kaldıkları keskin çelişkileri barındıran bu yeni müzik, gecekondü bölgelerini (enformel yapılaşma alanları) merkezlere bağlayan minibüsler (enformel ulaşım araçları) aracılığıyla yaygınlaşmıştır (Güven & Ergur, 2014, s. 13)”.

Köyden kente genler kendi değerlerini de beraberinde getirmişlerdir. Ne tamamen köylü ne tamamen kentli olabilmiş, böylece bu iki ayrı kültür karşı karşıya gelmiştir. Bu karşı karşıya olma hali, bir arada kalmışlıktır. Kente özgü yaşam biçimini benimsemek isteseler de ekonomik durumları kentli insanın tüketim alışkanlıklarıyla boy lsemeyecek durumdadır. Bu yüzden köyden kente göç ederek gecekondularda yaşamaya başlayan bu kitle, ucuz ve taklit ürünleri tüketmeye yönelmiştir.

Gecekonduda yaşayan bu kitlenin giyim, kuşam, yeme-içme alışkanlıkları gibi eğlence anlayışları ve müzik tercihleri de kentli insandan farklıdır. Üstelik kente gelerek düştüğü boşlukta kendini ezik, dışlanmış ve yoksul hissetmektedir. Tüm bunların birleşimi ve yeni bir kimlik arayışı arabesk müzik için uygun alt yapıyı oluşturmaktadır. 1980 yılında Müslüm Gürses’in söylediği ‘Bu da Geçer’ isimli şarkının sözleri, tam da bu boşluğu işaret etmektedir:

Bu da geçer, bu da geçer,
Alışmalısın, alışmalısın, alışmalısın,
Hemen karar verme, sabret, bu da geçer,
Dayanmalısın, dayanmalısın, dayanmalısın,
Böyle kalmaz, zamanla düzelir elbet.

Orhan Gencebay arabesk müziğin adeta öncüsü olmuştur. Gencebay’dan sonra Ferdi Tayfur, İbrahim Tatlıses ve Müslüm Gürses arabesk müziğin önemli isimleri olarak ön

plana çıkmışlardır. 80'li yıllarla birlikte iyice yaygınlaşmış, popüler kültürün de etkisiyle farklı tarzlarla birleşerek yolculuğunu sürdürmüştür.

Devletin müzik üzerindeki yasakları 80'li yıllarda yine belirleyici olmuştur. Bu yıllarda arabesk müzik ve pop müzik TRT tarafından hafif müzik olarak adlandırılmaktadır. Bu yüzden de bu müzik türlerinin yaygınlaşmasına engel olmaya çalışmıştır. Ancak dönemin önemli siyasi aktörlerinden biri olan Turgut Özal, partisinin seçimleri kazanması amacıyla arabesk dinleyen ve arabesk kültürünü yaşayan kitlelere yakın davranmıştır. Seçimlerde propaganda amaçlı arabesk şarkıları kullanılmıştır. Kendisi de arabesk müziği sevdiğini ve dinlediğini dile getirmiştir. Tüm bunlar TRT'nin arabesk müziğe karşı olan bakış açısını ve tutumunu değiştirmiştir. TRT'nin radyoda arabesk müzik çalınması yasağını kaldırmasıyla bu müzik özgürlüğüne kavuşmuştur (Kuçlu, 2020, s. 74-75).

Bu dönemde daha önce bahsedildiği üzere pop müzik ile arabesk müziğin birbirine karıştığı, yeni toplumsal ve kültürel ortamdan etkilenerek biçimlenen pop-arabesk müzik de ortaya çıkmıştır. 90'lı yılların pop şarkıcılarının seslendirdiği bu müzik türü, adeta döneme damgasını vurmuştur.

90'lı yılların kültürel ortamını “pop çağı kültürü” olarak tanımlayan Can Kozanoğlu, bu patlamayı şöyle anlatmaktadır:

“90'lı yıllar popüler müzikte çeşitlenmenin ve üretim patlamasının yaşandığı dönem olur. Müzik piyasasına giren yeni sanatçılar ve albümlerinin tanıtımı, pazarlama stratejisinin bir parçası olarak müziğin kendisinden daha önemli hale gelir. Müzik ve medyanın tüm kolları, birbirlerine malzeme sağlayan bir mekanizmanın çarkları gibi çalışmaya başlar. Özel televizyonların, yirmi dört saat müzik yayını yapan özel radyoların, yalnızca klip yayımlayan televizyon kanallarının bulunduğu piyasa "durmadan şarkı içip şarkıcı yiyen, açlığını da hiçbir zaman bastıramayan bir canavara" a dönüşür (Kozanoğlu, 1995, s. 144)”.

90'lı yıllarda yaşanan bu teknik değişim, müziğin daha hızlı yayılması ve daha hızlı tüketilmesindeki en önemli etken olmuştur diyebiliriz. Yirmi dört saat müzik yayını

yapılması demek, artık her evdeki bireylere her an ulaşan bir müzik olması gerektiği anlamına gelmektedir. Bu müziğin de hem dönemin hem de tüketicinin ruhuna uygun biçimde olması gerekmektedir. Böylece müzikteki standartlaşmayla beraber müziği yapısı ve dili bütünüyle değişmiştir. Bir yandan sade ve basit bir dil kullanılmaya başlanmış, bir yandan da bu dilin hızlı tüketime uygun olacak şekilde akılda kalıcı olması göz önünde bulundurulmuştur. Bu basit dilin içeriği ise çoğunlukla cinsellik ve argo temaları üzerine kurulmuştur.

Türk Pop Müziği denilince akla gelen ilk isim Sezen Aksu'dur. Sezen Aksu modern pop dilini şarkılarında en bariz şekilde kullanan ve şarkıları döneme damgasını vuran bir sanatçıdır (Kuçlu, 2020, s. 76). Şarkılarında hızlı bir ritim kullanmış ve tekrarlarla akılda kalıcılığı sağlamıştır. Şarkı sözlerinde argo ve cinselliğin kullanımı ise oldukça barizdir. 1996 yılında yayınladığı *Düş Bahçeleri* albümünden 'Seni Yerler' isimli şarkısı güzel bir örnek olarak verilebilir:

Sen bizim mahalleye geldin geleli canım
Bizde ne akıl kaldı ne de fikir, bittik
O endam, eda nedir öyle, hey yavrum!
Kaç yıllık arkadaşlar birbirimizi sattık
Ben sokak kedisi gibi sürtünüp yerde
Komşunun kızı kampta, sporda, steppe
Terzi Mukadder satıp savdı malı mülkü
Gizlisi saklısı kalmadı
Topumuz niyette
Sen bizim mahalleye geldin geleli canım
Bizde ne akıl kaldı ne de fikir, bittik
O endam, eda nedir öyle, hey yavrum!
Kaç yıllık arkadaşlar birbirimizi sattık
Ye, ye, ye!
Çıtır çıtır
Ye, ye, ye!

Pop müzik şarkılarında argo ve cinselliğin yanı sıra intikam, aldatma, aşk ilişkileri, terk etme, umursamama gibi temalar da zaman içerisinde işlenmeye başlanır.

4.4. 90'LAR POPÜLER MÜZİK SANATÇILARI

Orhan Tekelioğlu'na göre Türkiye'de müzikte üç temel kırılma vardır (Solmaz, 1996, s. 104). Bunlardan birincisi Cumhuriyet'in ilk yıllarında yeni bir kültür oluşturma çalışmaları çerçevesinde gerçekleşmiştir. Ziya Gökalp'in fikirleri ekseninde şekillenen

yeni ve yerli bir musiki oluşturma amacıyla birçok adım atılmıştır. İkinci kırılma 1950'li yıllarla birlikte yaşanmıştır. Bu kırılmada en temelde siyasi hayatın etkisi görülmektedir. Tek partili hayattan çok partili bir yönetime geçilmesi, köyden kente göçlerin artması ve şehir kültürünün gelişmeye başlaması Türkiye'nin müzik hayatına yön veren yeni bir kırılmanın da yaşanmasını harekete geçirmiştir. Yurt dışıyla olan ilişkilerin artması ve Türk müziğinin radyodan yayınlanmaya başlaması, bu dönemin müzik hayatında belirleyici olmuştur. Üçüncü kırılma, etkileri günümüze kadar ulaşan arabesk müziğin hayatımıza girmesi olmuştur. Bununla birlikte batılı müziğin ve batılı enstrümanların da müzik hayatımıza girmesi, bu kırılma da etkin rol oynamıştır. Bu üç temel kırılma Türkiye'nin 90'lara kadar olan müzik hayatını özetlemektedir. Ancak 90'lar ve sonrası farklı bir bakış açısını gerektirmektedir. 90'larda arabeskin poplaşması ve pop müziğin yayılması sürecini, Türkiye müzik tarihinde yaşanan dördüncü kırılma olarak ifade edebiliriz. Ancak bu kırılma özü ve yaşananlar itibarıyla diğerlerinden daha farklıdır. Burada söz konusu olan daha ticari ve medyatik bir kırılmadır. Nitekim bu dönemde bir anda ortaya çıkan ve kaybolan sanatçılar, şarkı sözleri ve sanatçıların hayatlarının adeta bir son dakika haberi niteliğinde yayınlanması bu kırılmanın neden medyatik ve ticari olduğunu ortaya koymaktadır.



Şekil 4.3: 90' lı yıllarda çıkış yapmış ünlü şarkıcılardan Tarkan, Mirkelam, İzel, Çelik, Ercan ve Aşkın Nur Yengi

Kaynak: <https://www.redbull.com/tr-tr/murat-meric-eyvah-90-lar-rbma-radio-the-note>

90'lı yıllar pop müzik alanında bir patlama yaşandığı gibi sanatçıları açısından da oldukça verimli olmuştur. Birçok sanatçı ünlü olmuş ve çok hızlı bir şekilde şöhrete kavuşmuştur. Sezen Aksu, Tarkan, Yonca Evcimik, Hakan Peker, Sertab Erener, Levent Yüksel, Burak Kut, Nazan Öncel, Ozan Orhon, Harun Kolçak ve İzel-Çelik-Ercan üçlüsü medyatik pop çağının örnekleri arasında yer edinmiş önemli isimlerden bazılarıdır.



Şekil 4.4: Ünlü şarkıcı Sezen Aksu ve eski vokalistleri soldan sağa Sertab Erener, Levent Yüksel, Sezen Aksu ve Aşkın Nur Yengi

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/831336412462560134/>

Pop müzik denince akla ilk gelen ismin Sezen Aksu olduğunu ifade etmiştik. Sezen Aksu 90'lara gelindiğinde zaten ciddi bir üne sahiptir. Ancak bu dönemde kullandığı dil ve ritim, onun şarkılarına farklı bir ivme kazandırmıştır. Aşkın ve arzunun dışavurumu, Aksu'nun birçok şarkısının ana temasını oluşturur. 1986 yılında piyasaya sunduğu '*Değer Mi?*' isimli şarkısı buna örnek teşkil etmektedir:

Bir rüya görür gibi
Seninle bulutlara uçtuğumda
Bir ateş yakar beni
Sevginle tuttuğumu sanırdım
Yağmur olur damla damla
Öperdim, öperdim dudaklarından.

Sezen Aksu'nun *Git* albümü, Türkiye'deki müzik ortamının geleceğini belirlemiş, köklü bir değişime imza atmıştır. Solmaz'a göre Sezen Aksu'nun bu albümüyle, o güne kadar sadece arabesk dinleyen kentin varoş kesimi ilk defa arabesk dışında bir müziği kabul etmiş ve dinlemeye başlamıştır (Solmaz, 1996, s. 38). Ayrıca o güne kadar dans müziği olarak oyun havaları dışında Türkçe sözlü herhangi bir müzik tercih edilmemektedir. Ancak Aksu'nun bu albümü bu durumu da değiştirmiştir. Dans müziği olarak yabancı müziklerle birlikte diskolarda çalınmaya başlanmıştır. Bir yandan Batı popu dinleyen orta üstü gelir düzeyinden genç dinleyici bu şarkıyı benimserken diğer yandan arabesk dinleyen kentin gecekondu kesimi bu yeni müziği keşfetmeye başlamıştır. Böylece aslında Türk popu kendi kitlesini oluşturmaya başlamıştır.

Sezen Aksu'nun arabesk-yerli dans müziği-pop müzik arasında kurduğu köprüyü kuvvetlendiren ve pop müziğin farklı kesimlerce kabul edilerek benimsenmesini sağlayan esas isim Kayahan olmuştur. Kayahan *Yemin Ettim* isimli albümüyle olay olmuş, popun usta ismi olarak anılmaya başlanmıştır. Bu albümle kentli dinleyici bu müziği dinlemeye başlamıştır. Böylece bu zamana kadar yüksek kültür tarafından reddedilen arabesk, arabeskleşen ancak aynı zamanda içinde batılı nüanslar da barındıran bu yeni müzik sayesinde dinlenmeye başlanmıştır. Orhan Tekelioğlu'na göre arabeskin yozlaşması neticesinde ortaya çıkan bu müziğin kurucusu Kayahan'dır (Solmaz, 1996, s. 107). Kayahan hem bir şarkıcı hem de besteci kimliği olan çok değerli müzisyenlerimizden biridir. Popüler kültür unsuru olarak değil, ancak dönemin önde gelen şarkıcılarından olması sebebiyle bu çalışma içerisinde yer almıştır. Tüm besteleri, hem müzik yapısı hem sözleri bakımından müzik tarihimizde önemli bir yere sahiptir.

Bu dönemin bir diğer değinilmesi gereken ismi Yonca Evcimik'tir. Evcimik hem müziği hem şarkı sözleri hem de dansıyla dönemin ruhunu adeta üstüne kazımıştır. Onun şarkılarında pop çağının ve popüler kültürün tüm özellikleri mevcuttur (Kızıldağ, 1997, s. 33). Evcimik'in 1991 yılında yayınlanan *Abone* şarkısı bu türün en tipik örneklerinden biridir. O dönem herkes tarafından dinlenen bu şarkı, medyanın da desteğiyle çok büyük ilgi görmüştür:

Kızların hepsi peşinde
Gözü yok ki hiç birinde
Hem ona ben aboneyim
Bütün biletler cebimde

Aboneyim abone
Biletleri cebimde
Ballı lokma tatlısı
Aman hadi hayırlısı.

Solmaz’a göre Yonca Evcimik’in bu şarkısı ile birlikte pop starlar artık bir müzisyen olarak değil “olay” olarak görülmeye başlandı (Solmaz, 1996, s. 40). Yaptıkları, söyledikleri, giydikleri, taktıkları ve gittikleri yer bile artık moda oluyordu. Bu durum onları halkın gözünde farklı bir noktaya taşıyordu. Yonca Evcimik özelinde ise, hedef kitle olarak ilk defa çocukların belirlenmesi, onu başarıya taşıyan ve olay haline getiren bir etken olmuştur. Böylece Evcimik’in kolyesi, tokaları, dansı çocuklar tarafından beğenilmiş ve hızlıca benimsenmiştir.

Tarkan bu dönemde olay olan ve günümüzde hala bu popülerliğini sürdüren önemli bir pop star olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu yıllarda yıldızı parlayan Tarkan’ın yaptığı albümler büyük ilgi görmüş, şarkıları uzun süre gündemde kalmıştır. Aynı zamanda medyanın etkisi, Tarkan’ın popüleritesini arttırmasındaki en büyük etken olmuştur. Medya bir dönem Tarkan’ın peşini hiç bırakmamış, yaptığı her şey öğrenilmesi gereken bir haber niteliğinde merak ve ilgiyle sunulmuştur. Tarkan hem görüntüsü hem de şarkı söyleme biçimiyle oluşturduğu imaj sayesinde gençler arasında özellikle büyük ilgi görmüştür. İmaj ve semboller aracılığıyla toplumda kendine yer edinerek tüketimin bir parçası olmak, tüketim toplumunun ana hedeflerinden biridir. Tarkan da oluşturduğu bu imaj sayesinde pop müziğin marka ismi olmuştur (Kuçlu, 2020, s. 78). Sanatçı 1992 yılında ilk albümü *Yine Sensiz*’i piyasaya sürmüş ve bu albümdeki ‘Kıl Oldum’ isimli şarkısıyla çıkış yapmıştır.

Takmış takıştırmış
Sürmüş sürüştürmüş
Bir dağınıklık, bir rüküşlük
Kıl oldum abi
Giyinmiş rengarenk
Perperişan hali
Üstelik çorabı da kaçmış
Kıl oldum abi.

Tarkan aynı zamanda şarkılarında argo kullanımıyla da ön plana çıkmıştır. Bu kullanımlar toplumda ciddi bir tepki ile karşılanmadığı gibi şarkıların popülerliği dikkate alındığında oldukça ilgi çekici de oldukları da görülmektedir. 1994 yılında piyasaya sunduğu ‘Kız Hepsi Senin Mi?’ isimli şarkısı iyi bir örnektir.

Anasının kuzusu
Ciğerimin köşesi
Kız bu neyin cakası
Kız hepsi senin mi?

Hakan Peker 90’lı yılların önemli pop şarkıcılarından biridir. Yaptığı şarkılar hem popüler kültüre özgü özellikleri bütünüyle barındırmakta hem de adeta dönemin toplumsal yapısına ayna tutmaktadır. Peker’in şarkılarında kültürel dönüşümün yansımaları görülmektedir. Örneğin sanatçının 1993 yılında yayınladığı *Köylü Güzeli* isimli şarkısı bir genç kız üzerinden köyden kente göçün hikâyesini anlatır. Bu gencin artık değişmesi gereklidir, çünkü yaşadığı yerde her şey aynıdır:

Bir gün köyden çıktı artık
Şehirli olacak aklına takmış
Giymiş basma mor fıstı
Yanaklarında güller açmış
Ellerine kına yakmış ellerine
Gözlerine sürme çekmiş gözlerine
Dillerine mersi düşmüş dillerine
Sosyeteye girmiş köylü güzeli.

Hakan Peker’e göre hızlıca köşeyi dönmenin yolu sosyeteye girmektir. Köylü kızı bunu köyde yapamayacağı için kente göç etmiştir. Yine Peker’in 90’lı yıllara damgasını vuran, o dönemin dilsel değişimini ortaya koyan şarkılarından biri de 1991 yılında yayınlanan *Hey Corç*’tur. Şarkıda bolca argo kelime kullanılmıştır. Ayrıca artık burada seslenilen bir yabancı olan Corç’tur. Öğrenciler kendilerini filmlerde izledikleri Corç ve Maykılla özdeşleştirebilmektedirler:

Hey zil çaldı mı?
Kızlar çıktı mı
Bizim öğretmen dalgayı çaktı mı?
Seninki hülya, benimki rüya
Ders çıkışında okulun kapısında dikil ha
Her Corç, versene borç
Olmaz Maykıl, bende de yok.

Popüler kültürün en önemli değerlerinden biri popülerlik, bir diğeri de imajdır. Tarkan ve Hakan Peker gibi sanatçılar 90'lı yılların göz önündeki popülerleridir. Diğer yandan bu popülerlerin imajı da yine popüler kültür tarafından yaratılmıştır. Tarkan giysileri, konuşması ve hareketleri ile kendine bir imaj yaratmış ve o gün yarattığı imaj ile günümüzde hala pop star olarak anılmaktadır. Tarkan ve Hakan Peker gibi sanatçıların saç stilleri, giyimleri, hareketleri gençlere örnek olmuş, gençler onları taklit etmişlerdir. Bir başka ifadeyle bu sanatçılar dönemin modasını belirlemişlerdir. Ancak Tarkan imajını koruyabilmesi sayesinde hala bir pop star olarak anılmakta ve popülerliğini korumaktadır. Bir yandan güzel şarkı söylerken bir yandan kendine özgü biçimde dans etmektedir. Tarkan'ın yaptığı tüm şarkılar hak tarafından beğenilmekte, dinlenme listelerinde hit olmakta, ana haber bültenlerine konu olmakta, magazin gündemine oturmakta ve en önemlisi halk onu, onun ne yaptığını merak etmektedir.

Türkiye'de bir sanatçı imajından söz edileceği zaman günümüzde hala akla ilk gelen isim Tarkan'dır. 90'lı yıllarda ünlü olmak, insanların dikkatini çekerek gündemde kalabilmek için bir imaj oluşturmak kaçınılmaz olmuştur. Ancak ne yazık ki bu imaj çalışmaları Tarkan dışında bir sanatçı da pek tutmamıştır. Tarkan dışında ciddi bir imaj çalışması ile piyasaya hazırlanan ve o dönem ciddi bir çıkış yakalayan tek isim Mirkelam olmuştur. Solmaz'a göre Mirkelam, Batı yöntemleriyle imajı hazırlanarak pazara sunulan Türkiye'deki ilk sanatçıdır (Solmaz, 1996, s. 44-45). Mirkelam saç stilinden favorilerine giysilerinden aksesuarlarına kadar uzun uzun düşünülmüş ve planlanarak bir imaj-maker tarafından hazırlanmıştır. Mirkelam'ın *Her Gece* şarkısı, hem sözleri hem de siyah beyaz rengiyle oldukça dikkat çekiciydi. Nereye koştuğu belli olmayan bu adamın klip mekanı kenar mahallelerdi. Bu klipte hem dönemin toplumsal atmosferi yakalanmış hem de Mirkelam'ın imajıyla yeni kültürel iklime ayak uydurularak halkta ciddi bir merak uyandırılmıştır. Böylece sadece tek bir klip ile aylarca Mirkelam'ın nereye koştuğu tartışılmıştır. Ancak Mirkelam ona biçilen bu imajı

uzun süre taşıyamamıştır. Eğer o dönem sadece şarkıları ve klipleri ile göz önünde olmayı başarabilseydi imajını koruyabilir ve belki Tarkan gibi uzun soluklu bir star olma yolunda ilerleyebilirdi. Fakat Mirkelam'ın kameraların karşısına geçmesi, ona oluşturulan imaj ile kendi kişiliğinin birbirine uymadığını, onun son derece sakın uysal bir adam olduğunu ortaya çıkarmıştır. Klibindeki gibi hareketli, aktif ve gizemli değildir. Bu gizemin çözülmesi Mirkelam'ın pop star kariyerini sonlandırmıştır diyebiliriz.

90'lı yılların göze çarpan önemli olaylarından biri de, bu dönemde çok fazla grubun ortaya çıkmasıdır. Çoğu sadece bir albümlük ve hatta bir şarkılık ömrü olan bu gruplar, yurt dışındaki benzerleri örnek alınarak oluşturulmuş birer proje olarak karşımıza çıkmıştır. Yonca Evcimik himayesinde kurulan *Birkaç İyi Adam* grubu, Türkiye'de dans edip şarkı söyleyen ilk pop müzik grubudur. Murat İnce, Aytunç Bentürk, Hakan İlban, Ogün Özkutlu ve Faruk Kurukaya'dan oluşan grup, dansları, şarkıları ve imajlarıyla o dönem çok dikkat çekmişlerdir. Ancak grubun ömrü uzun sürmemiş ve kısa sürede dağılmıştır. Bu gruptan sadece Faruk K ismiyle tanınan Faruk Kurukaya şarkı söylemeye ve dans etmeye devam etmiş, yeni albüm çıkarmıştır.

Yonca Evcimik himayesinde kurulan bir diğer grup ise *Çıtır Kızlar*'dır. Melda Gür, Serap Türk ve Deniz Kurtoğlu'ndan oluşan grup, Türkiye'de *Cici Kızlar* grubundan sonra sadece kadın üyelerden oluşan ikinci gruptur. Yonca Evcimik'in 6 aylık yoğun bir çalışma aşamasından sonra piyasaya sunduğu grup, *Birkaç İyi Adam* gibi önce dikkatleri üzerine çekmeyi başarmıştır. Ancak bu grupta uzun süreli olmamış, grup kısa süre sonra dağılmıştır.

Danscılar 6 ayda grup oldular

Mezin DEDEYİ

Yonca Evcimik'in dans grubundaki gençler şarkıcı oldu. "Birkaç İyi Adam" ve "Çıtır Kızlar" adlı gruplar görünüşleri ve şarkılarıyla sempati topladılar



HEM DANCİ HEM POPÇU
"Pop müziğine çıtır, pıtır, şırır bir grup geldi" diyen Yonca Evcimik, grubun kostümlerinden, fotoğraf çekimlerine kadar herşeyle bizzat ilgileniyor. Grup, Yonca Evcimik'in dansçıları olarak çalışmaya devam edecek.

Bunlar iyi çocuklar

Faruk Kurukaya, Aytunç Ben-türk, Murat İnce ve Hakan İl-ban'dan oluşan "Birkaç İyi Adam" adlı grup uzun yıllar Yonca Evcimik'e vokal yapıp, dans ettiler. 2 şarkıdan olu-şan single hazırlayan grubun müzik direktörlüğünü Aykut Güler üstlendi. Yonca tarafın-dan genç kızların gözdesi olmaya aday gösterilen "Bir-kaç İyi Adam", 6 aylık çalış-manın ürünü. Gençler müzi-ğe renk getirmeyi hedeflemiş.

Onlar da çıtır kızlar

Aynı ekip "Çıtır Kızlar" grubu için de çalıştı. Deniz Kurtoğ-lu, Melda Gür ve Serap Türk adlı üç genç kızdan olu-şan grubun klibi dünyada unutul-maya yüz tutulan 8 mm'lik filmle çekildi. Hareketli, civil civil ve renkli bir imajla gelen "Çıtır Kızlar" sahne şovları ve çılgın danslarıyla dikkat çek-meyi hedeflediler. Her iki grubun bütün işlerinden so-rumlu olan Yonca Evcimik, "Onlara güveniyorum" dedi.



FIRTINA GİBİ OLACAKLAR

"Birkaç İyi Adam" oldukça iddialı konu-suyor. Yakışı-klı gençler, "Uzun süredir bu maratona hazırlanıyoruz. Yonca en bü-yük desteği-miz. Hepimiz bir numara olmak için çalışacağız" diyorlar.

Şekil 4.5: Yonca Evcimik ve Çıtır Kızlar ve Birkaç İyi Adam Grupları

Kaynak: <https://www.cnnturk.com/yasam/citir-kizlar-grubu-uyelerinin-son-hali?page=2>

Yonca Evcimik tarafından oluşturulan ve kostümlerinden, danslarına, şarkılarına kadar planlanan bu gruplar, Yonca Evcimik'in kendi pop star prototipine uygun biçimde piyasaya sunulmuşlardır. Bir başka ifadeyle güzel, tatlı, çıtır ve seksi kızlar ile yakışıklı ve seksi erkekler, ilgi çekici dansları ve giyimleri ile özellikle gençlerin dikkatini çekmek üzere projelendirilmiştir. Şarkılarında da bu imaja uygun olarak aşk ve cinsellik işlenmiştir. Bu şarkılardan biri ise "Çıtır Kızlar" grubunun seslendirdiği 1995 yılında yayınlanan gruba adını da veren "Çıtır Kızlar" şarkısıdır:

Ben bilmez miyim sanıyorsun
Dudaklarımı konuşurmayı
Mini mini giyinip çekiştirmeyi
Ben içmez miyim sanıyorsun
Dağıtmaz mıyım sokaklarda
Cilveler arka koltukta
Sevişmez miyim kumsallarda

90'lı yıllarda ortaya çıkan ve Türk pop müziğini absürt komediye uyarlayarak parodi müzik yapan bir grup olan Grup Vitamin, yaptığı şarkılarla 90'lı yılların toplumsal ve kültürel ikliminin nabzını tutmuştur. 1990'dan 1999'a kadar yaklaşık 10 yıllık bir

süreçte gündemde olan grup, bir yandan ülkeye batıdan giren film ve müzikleri kendi kültürümüz çerçevesinde alaya almış, bir yandan da ülkede gelişmekte olan yeni kültüre adapte olmaya çalışan insanları hicvetmiştir. Aynı zamanda köyden kente göç etmiş insanların kentteki durumlarını da hem komik hem de eleştirel biçimde ele almıştır. 90'lı yıllarda kentin çeperlerinde yaşayan göç etmiş insanlar için kullanılan maganda, zonta, kıro gibi terimler, Grup Vitamin'in şarkılarına konu olmuştur. Kliplerinde de yine eleştirel bir bakış açısı dikkat çekmektedir. Bu yönleriyle Grup Vitamin diğer gruplardan ayrılmaktadır.

Nazan Öncel 90'lı yıllarda asi şarkılarıyla adını ön sıralarda duyuran bir başka isimdir. Nazan Öncel'in şarkıları Sezen Aksu gibi aşk, cinsellik gibi konuların işlendiği ve argonun kullanıldığı şarkılardır. Sezen Aksu'ya göre daha asi bir dil kullanan Öncel'in tavrı ve tutumu da asidir. Sezen Aksu daha zarif bir kadın imajına sahipken Nazan Öncel tam da *Sokak Kızı* şarkısında bahsettiği gibi asi ve hırçın bir kadın imajına sahiptir. Bu şarkı 1996 yılında yayınlanmıştır:

Ben sokak kızayım
Bana iyi davranmayın
Tütün buldum yerlerden
Gittim yattım birinlen
Dayak yedim abimden
Korkum yoktur itlerden.

Cinsel arzu artık bu şarkılarda saklanmadan açık bir şekilde dile getirilmektedir. Hatta şarkılar bu arzunun dile getirilmesi için çağrı gibidir. 90'lardan önce dile getirilen sevdâ, kavuşma, özlem, gurbet, yalnızlık, yoksulluk gibi temalar yerini aşk, moda, cinsellik, arzu, çıplaklık gibi konulara bırakmıştır. Öte yandan dil değişimi çok belirgindir. 90'lı yıllardan önce *Anayasso* örneğinde olduğu gibi yerel dil şarkılarda korunup kullanılırken bu yıllarla birlikte argo ve yabancı kelimeler şarkılarda kullanılmaya başlanmıştır. Bazı şarkılar da kasıtlı olarak bozuk Türkçe kullanıldığı gibi bazı şarkılar da tamamıyla anlamsız söz ve heceler bir araya getirilerek söylenmiştir. MFÖ'nün 1990 yılında yayınlanan *Sude* isimli şarkısı buna bir örnektir:

Day dahi ya hum
Nurunda nurunda nurunda nurunda
Hiya Hiya
Ha bu ya da feste sebaha
Ha bu ya da feste sebaha
Dasdisdos
Sude sude su
Sude sude su.

Aylin Livaneli'nin 1991 yılında *Lorke & Don't Go* isimli kaseti, bu dönemin bir başka özetidir. Yeni kültürel karşılaşmalar neticesinde kazanılan bu özgürlük ortamında, Aylin Livaneli tamamı İngilizce bir kaset çıkarmış ve bu kasetle iyi bir satış yakalamıştır. Aylin bu kasette bir yandan *Lorke* türküsünü İngilizce yorumlarken bir yandan ilginç müziksel altyapısıyla sevgiliye *Don't Go* ve *Hold Me* diye seslenmektedir. Aylin'in bu kasetiyle çok satanlar arasında yer alması, dildeki bu dönüşümün kitleler tarafından çok çabuk kabul gördüğünü göstermektedir.

Serdar Ortaç özellikle 1994 yılında söylediği *Karabiberim* şarkısıyla bu yılların önemli sanatçılarından biri olarak yükselir. Ortaç'ın sadece şarkısının sözleri değil, klipi de bu yeni kültürel ortamın detaylarını barındırmaktadır. Şarkılarda sözlerle ortaya serilen cinsellik, Serdar Ortaç'ın klibinde göbek deliğinden yenen zeytin ve içelim çağrısı ile vücut bulur:

Hani o tatlı gönül çiçeğim
Hani kanatlı beyaz meleğim
Bu gece zevki sefa edelim
Şerefine vur kadehi
Meze yapıp, harca beni

Karabiberim vur kadehlere
Hadi içelim, içelim her gece.

Bir yandan şarkı sözlerinin bu kadar rahat dile getirilmesi bir yandan kliplerin bu sözlerle eşlik edecek pornografiye sahip olması, 90'lı yıllardan önce müzik piyasasındaki devlet baskısının 90'lı yıllarda artık hükmünün kalmadığını göstermektedir. Bir başka ifadeyle 80'li yıllarda yaşanan ekonomik dönüşüm, devletin dilini ve tavrını da değiştirmiştir. Birden fazla televizyon kanalının yayına başlaması, radyonun yaygınlaşması, 24 saat kesintisiz müzik yayını yapan kanalların olması Türkiye'de yayın tekelinin ortadan kalkmasını sağlamıştır. Böylece TRT denetimi de sona ermiştir. Ayrıca değişik teknolojilerin ülkeye giriş yapması da müzik piyasasına

yeni bir hareket alanı kazandırmıştır. Farklı markalara ait müzik aletleri daha kolay bulunur olmuş, bu da müzik üretiminde yeni seslerin denenmesine katkı sağlamıştır. Rumelihisarı ve Gülhane Parkı'nda düzenlenen konserler, üretilen müziklerin halka hızlıca ulaşmasındaki bir diğer yoldur. Böylece kitleler hem sanatçılarla daha fazla bir araya gelmiş hem de popüler kültürün ürettiği bu yeni müziği birlikte deneyimleme imknı bulmuştur. Toplum söz konusu ekonomik dönüşüme adapte olurken kültür de kendini müzik piyasasında en zgr haliyle ortaya koymuştur. 90'lı yılların müzik ortamının gelişimi, tüm bu etkenlere doğrudan bağlıdır.



BÖLÜM 5. SONUÇ

Müzik toplumsal ve kültürel yaşantının olmazsa olmaz parçalarından biridir. Her toplumun kendine özgü bir müziği vardır ve bu müzik o toplumda yaşanan her türlü değişimden etkilenecek yüzyıllar içinde şekillenir. Bu açıdan müzikler, toplumların aynası gibidir diyebiliriz. Müziğin yıllar içindeki değişimi, o toplumun geçirdiği dönüşüm hakkında da ciddi ipuçları barındırmaktadır.

Türkiye’de özellikle 90’lı yıllarla gündeme gelmiş olan pop müziğin ülkemizdeki serüveni de, ülkenin geçirdiği toplumsal dönüşümle yakından ilişkilidir. Cumhuriyet döneminden bugüne kadar kısıtlamalar, yasaklar ve sınırlamaların yanı sıra, küresel ilişkiler ve teknolojik gelişmelerin etkisiyle günümüzdeki biçim ve içeriğine kavuşmuştur.

90’lı yılların müziğinin oluşmasında etkili en önemli faktörlerden biri, daha Osmanlı Devleti döneminde başlayan modernleşme sürecidir. Bu tartışma 1826 yılında Yeniçeri Ocağı’nın kapatılmasıyla beraber askeri müzik bölümü olan Mehterhane’nin kaldırılmasına kadar uzanmaktadır. Çünkü bu hamle açıkça Osmanlı yönetiminin Batı müziği lehine bir tavır aldığını göstermektedir. Devletin modernleşme kapsamında attığı adımlarla Doğu-Batı karşıtlığı daha fazla hissedilir olmuştur.

Cumhuriyetle birlikte bu karşıtlık varlığını alaturka-alafranga çatışması olarak devam ettirmiştir. Cumhuriyetle birlikte artık Batılı değerlere biraz daha yaklaşılmış, ancak toplumun kendi kimliğinden kendi özünden de taviz verilmemek istenmektedir. Bu çerçevede alaturka olan, yani Türk toplumun kendi özünden kaynağını almayan şeylerin tamamen dışarıda bırakılması hedeflenmiştir. Burada dışarıda bırakılması gereken olarak tarif edilen, “saray müziği”dir. Türk toplumunun müziği yine onun kendi öz kaynaklarından, kendi toplumunun bilgi ve birikiminden hareketle ortaya çıkarılmalıdır. Bu fikirlerin sahibi ve Cumhuriyet’in müziğe ilişkin bakış açısının yapılanmasını sağlayan kişi, Ziya Gökalp’tir. Gökalp’in bu fikirlerinden hareketle başlatılan Musiki İnkılabı, Türkiye’de müziğin temel alt yapısını kazanması noktasında iki önemli adımın atılması ile sonuçlanmıştır. Bunlardan birincisi müzik eğitimi ile ilgilidir. Alınan karar

çerçevesinde Osmanlı müziği eğitimi yasaklanarak kaldırılmış, yerine Batı müzik sistemine uygun eğitim verilmesi kararlaştırılmıştır. İkincisi ise radyoya getirilen müzik yasağıdır. Alınan karar çerçevesinde radyolarda alaturka müziğin çalınması yasaklanmıştır. Nitekim inkılabın yasaklarla sağlanmaya çalışılması halk tarafından hoş karşılanmamış ve beklenenin aksine yasaklanan müziğin daha çok benimsenmesine sebep olmuştur.

Bu noktada 90'lı yılların müziğinin oluşmasında önemli ikinci faktör, yasaklar olarak karşımıza çıkmaktadır. Çünkü çeşitli nitelikteki yasaklar 90'lı yıllara kadar aralıklı olarak uygulanmaya devam edilmiş, müzik piyasası devlet güdümünde hareket etmek zorunda kalmıştır. Örneğin 1980 darbesiyle politik müzik yapan sanatçılar ve şarkıları, askeri yönetim tarafından yasaklanır. TRT Kurumunun arabesk müziğin yaygınlaşmasına engel olmak amacıyla radyoda arabesk müzik çalınmasını yasaklaması, önemli bir diğer örnektir. Cumhuriyet döneminde getirilen radyo yasağı neticesinde halk yoğun bir şekilde Arap radyolarını dinlemeye yönelmiş, böylece 60'lı yıllarla birlikte ülkeye tamamen girecek olan arabesk müzik ile tanışmaya başlamıştır. Her ne kadar TRT Kurumu arabesk müziğe mesafeli dursa da, köyden kente göç eden çoğunluğun duygu ve düşüncelerini dile getirme, ötekinin sesi olma, yoksulun ve ezilenin kendini ifade etme aracı olma misyonu yüklenen arabesk, bu insanlar tarafından büyük bir coşkuyla benimsenmiş ve desteklenmiştir. Turgut Özal'ın arabesk müziği, seçimlerde bir propaganda aracı olarak kullanmasının temel sebebi de budur. Arabesk müzik ile özdeşleşen bu arabesk kültürü gözlemleyen Turgut Özal, seçimlerden başarılı bir şekilde çıkmanın yolunun bu müziği/kültürü benimsediğini göstermekle olacağını anlamıştır.

Burada karşımıza 90'lı yılların müziğinin oluşmasında etkili olan diğer iki faktör çıkmaktadır; kimlik arayışı ve arabesk. 60'lı yıllardan itibaren arabesk müzik zaten hayatımıza girmiş durumdadır. Ancak bu yıllarda başlayan ve artarak devam eden köyden kente göçler, 80'li yılların sonunda bu insanları ciddi bir kimlik arayışına yöneltmiştir. Bu yıllarda yaşanan siyasi ve ekonomik gelişmeler, yeni bir toplumsal dönüşümü dayatmıştır. Ekonomik serbestleşme ve Batı kültürünün ürünleri ile doğrudan yüz yüze gelinmesi, henüz kırsaldan gelip kentli nüfus ile hesaplaşmasını tamamlayamamış göçmenler için ikinci bir kırılma noktası olarak belirmiştir. Bir yandan arabesk bu göçmen nüfusa bir aidiyet kazandırırken öte yandan arabeskin

tamamen zıddı gibi görünen popüler kültür ve ürünleri, ona yeni kapılar açmakta, yeni bir hayat sunmaktadır. Üstelik söz konusu ikilem artık sadece göçmen nüfusa değil, tüm ülke nüfusuna ait bir ikilemdir.

90'lı yıllarda tüketim toplumunun yükselişine paralel olarak standartlaşan, endüstrileşen ve hızlı tüketim ağına katılan müzikte de, bu kültürün etkileri belirleyici olmuştur. Şarkılarda hızlı bir ritim ve yeni tekniklerle birlikte yeni elektronik çalgılar kullanılmaya başlanmıştır. Bu biçimsel değişiklik içeriği de değiştirmeye zorlamıştır. Şarkı sözleri daha basit ve anlaşılır biçimde kurgulanmış, hafif bir dil kullanılmıştır. Tekrarlara ve akılda kalıcılığa önem verilmiştir. Anlam olarak içi boşalan şarkılar kimi zaman bütünüyle anlamsız sözlerle de yazılır hale gelmiştir. Bununla birlikte cinsellik, aldatma, intikam gibi temalar işlenmeye başlamış ve zamanla şarkıların basit diline argo da dahil olmuştur. Böylece baştan ayağa 90'lı yıllara gelene kadar yontularak 90'lı yıllarda artık tüketim toplumu adını almış toplumun müziği de ortaya çıkmıştır.

Orhan Gencebay, Ferdi Tayfur, Müslüm Gürses, Kibariye, Emrah, Ceylan ve İbrahim Tatlıses 60'lı yıllardan başlayıp 90'lı yıllara kadar baskın şekilde dinlenen arabesk formunun en önemli şarkıcılarıdır. Şarkılarında acı, keder, yoksulluk, ezilmişlik, dışlanmışlık, isyan, kader ve kadercilik gibi konular işlenmiştir. Ancak 90'lı yıllarla birlikte yükselen pop şarkıları eşliğinde, bu şarkıcıların sahip olduğu imaj bile değiştirmeye başlamıştır. Bu sanatçılar da artık şarkılarıyla gençleri hedef almaya başlamış, şarkılarında aşk, ilişki gibi konuları ele almaya başlamışlardır. Nitekim popüler kültürün öngördüğü değişim aynı oranda bu sanatçıları da yakalamıştır. Fakat bu yıllarda müzikte yeni teknolojik ürünlerin, ritim ve çalgıların kullanılmaya başlanması ve müziğin tamamıyla deneysel bir sürece girmesiyle, çeşitli sanatçılar, gruplar ve şarkılar hayatımıza girmeye başlamıştır.

Bu dönemin kültürel özelliklerini üzerinde taşıyan ve şarkılarında kültürel iklimin solunduğu en önemli isim olarak Yonca Evcimik karşımıza çıkmıştır. Giyimi, dansı, aksesuarları, konuşması, şarkı sözleri ve müzikleri ile Yonca Evcimik, 90'lı yılların müzik dünyasının bir özeti gibidir. Kurduğu iki müzik grubuyla da bu dönemin ruhunu şekillendirmiştir.

Hakan Peker, Mirkelam gibi isimler şarkılarıyla o yıllarda önemli bir çıkış yakalamışlardır. Uzun zaman popüleritelerini sürdüren bu sanatçılar, Yonca Evcimik gibi zaman içerisinde popüleritelerini ilk günkü gibi sürdürememişlerdir.

Tarkan 90'lı yılların bir diğ er önemli fig ur d ur. Yonca Evcimik 90'lı yıllarda Aysel Gürel ve Garo Mafyan gibi isimlerin desteğiyle parlamış ancak popülaritesini koruyamamıştır. Fakat Tarkan, popüler kültürün talep ettiği tüm değişkenleri o yıllardan bu günlere ustalıkla üstünde taşımayı becermiştir. şarkıları zamanın ritmine göre güncellenmektedir. Hareketlidir. Gizemlidir. Bu yüzden de merak edilmektedir. Hala her yaptığı, her söylediği olay olmaktadır. Giyimi ve stiliyle modayı takip etmektedir. Kendisine oluşturduğu imajı korumakta ancak aynı zamanda zamanın talebine göre de bu imajı güncellemektedir. Değişim, popülerlik, imaj, tüketim ve moda Tarkan'ın sanatçı kimliği üzerinde okunabilmektedir. Bu  er evede Tarkan aynı zamanda önemli bir popüler kültür ürünü olmaktadır.

90'lı yıllar pop müziğin en güçlü dönemini yaşadığı yıllar olarak bilinmektedir. Özellikle 80'li yıllarda yaşanan ekonomik serbestiyet ve böylece küreselleşme ile olan doğrudan temas neticesinde, ciddi bir kültürel dönüşüm sürecine girilmiştir. Batı ile temas, Batı kültürü ürünlerinin ülkemizde hızlıca benimsenmesini kolaylaştırmış ve bir tüketim kültürü oluşmasına katkı sağlamıştır. İşte bu tüketim kültürü, 90'lı yılların ana eksenini belirlemiştir. Bu kültür ekseninde, kültür değişimi ile beraber yaşanan kimlik arayışı 90'lı yılların kültür çerçevesini oluşturmuştur. Böylece günümüzde hala dinlediğimiz ve etkisi artan pop müzik furyası da başlamıştır. Bu bölümde popüler müziğin karma yapısı, Türkiye'de Batı müziği ve pop müzik gibi konular ele alınmış, son olarak da 90'lı yıllarda bu müziği icra eden sanatçılara değinilmiştir. Sanatçıların şarkılarından kısa örneklerle bu dönem şarkıcılığının niteliği incelenmeye çalışılmıştır.

Bu tezde en temelde kültürdeki değişimin müzikteki yansımalarının nasıl olduğunu anlamaya yönelik detaylar incelenmiştir. Tezin ikinci bölümünde öncelikli olarak kültür kavramı ve kültürün özellikleri ele alınmış, insanın yaşam tarzını belirleyen, insanın insanla ilişkisini düzenleyen, insanın toplumla ilişkisinin sınırlarını çizen kültürün özellikleri, onun tüm kurucu unsurları ifade edilmiştir. İkinci bölümün ikinci kısmında kültür kavramından hareketle popüler kültür kavramı irdelenmiş, popüler kültürün tanımı, tarihi, gelişimi, değerleri ve bu kültüre etki eden faktörler ortaya konmuştur.

Çalışmanın popüler kültürün toplum hayatındaki yeri başlıklı üçüncü bölümünde, popüler kültürün sosyal hayattaki rolü ele alınmış, bireylerin, gençlerin, aile yaşantısının, yaşam tarzlarının ve toplumun popüler kültürden nasıl etkilendiği, kitle iletişim araçlarının popüler kültüre etkisi ele alınmıştır.

Çalışmanın dördüncü bölümünde ise, ikinci ve üçüncü bölümlerde edinilen bilgiler ışığında pop müziğin en güçlü dönemini olan 90'lı yıllar incelenmiştir. 80'li yıllarda yaşanan ekonomik serbestiyet ve küreselleşme ile birlikte yaşanan kültürel dönüşüm, Batı kültürü ürünlerinin ülkemizde hızlıca benimsenmesini kolaylaştırmış ve bir tüketim kültürü oluşmasına neden olmuştur. İşte bu tüketim kültürü, 90'lı yılların ana eksenini belirlemiştir. Bu çalışmanın amacı, 80'li yıllarda yaşanan ekonomik ve kültürel değişimin, 90'lı yıllardaki izlerinin müziğe nasıl yansıdığını tespit etmektir. Bu sebeple 80'li yıllardaki toplumsal ortama değinilmiş, ancak daha çok yine müzik piyasasının izleri takip edilmiştir. Bu çerçevede çalışmanın kapsamı, kültürel değişim ekseninde 90'lı yıllardaki şarkılar, şarkı sözleri ve önde gelen ve çalışmada yer verilen şarkıcılar ve şarkılarından kısa örnekleriyle bu dönem şarkıcılığının niteliği incelenmeye çalışılmıştır.

Bu çalışma yakın bir tarihi dönem olan 90'lı yıllardaki popüler müziği ve o dönemin bazı şarkıcılarını ele almaktadır. Günümüzde hala bu yıllarda yaşananların neticeleri ile yüzleştirmekte, genellikle bu dönemde yapılan şarkıların benzerleri dinlenmektedir. Bu açıdan değerlendirildiğinde içinde bulunduğumuz dönemi anlamak ve anlamlandırmak bakımından bu çalışma önemli bir noktaya değinmektedir. Tüm bunların ışığında bu çalışma ile araştırmacılara kaynak yaratmak amaçlanmıştır.

KAYNAKÇA

- [1] Abadan Unat, N. (1984). Kitle İletişim ve Kültür. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 39(1), 65-72. Kasım 28, 2021 tarihinde <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/36672> adresinden alındı
- [2] Adorno, T. (2003). Kültür Endüstrisini Yeniden Düşünürken. *Cogito*(36), 76-83.
- [3] Adorno, T. W. (2009). *Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- [4] Akgül, A. E. (2006). *Popüler Kültür-Televizyon İlişkisi Üzerine Bir Değerlendirme*. Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- [5] Aksu, C. (2008). Türk Müzik Devrimine Güncel Bakış: Sonuçtan-Sürece, Süreçten-Günümüze Yeni Çıkarımlar. *Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi*(13), 17-26.
- [6] Algül, A. (2019). Popüler Kültür ve Popüler Edebiyat. *European Journal of Educational and Social Sciences*, 142-153.
- [7] Alver, K. (-). *Kültür Sosyolojisi ve Kültürel Çalışmalar*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi.
- [8] Ayaşlı, Z. (2006). *Televizyonun Popüler Kültürü Oluşturma ve Yayma Etkisi*. İstanbul: Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyon Sinema Televizyon Ana Bilim Dalı (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi).
- [9] Aydar, D. (2014). Popüler Kültür ve Müzik Üzerine. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(33), 800-807. Ağustos 20, 2021 tarihinde http://earsiv.odu.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/11489/572/aydar_deniz%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y adresinden alındı
- [10] Aydın, S., & Erdal, Y. S. (2013). *Antropoloji* (7. b.). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi. Eylül 2, 2021 tarihinde <https://disk.yandex.com.tr/i/hZMRG10npXNGb> adresinden alındı

- [11] Aydoğan, F. (2004). Popüler Kültür ve Popüler Müzik. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 207-213.
- [12] Aziz, A. (1975). *Televizyonun Yetişkin Eğitimindeki Yeri ve Önemi*. Ankara: TODAİE Yayınları.
- [13] Baudrillard, J. (1991). *Sessiz Yığınların Gölgesinde* (1. b.). (O. Adanır, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- [14] Baudrillard, J. (1997). Interview with Jean Baudrillard: from popular culture to mass culture. (R. Celestin, Röportaj Yapan, & E. Gen, Çevirmen) Eylül 14, 2021 tarihinde <https://www.e-skop.com/skopbulten/baudrillardla-soylesi-populer-kultur-kitle-kulturu-muzelesme/4871> adresinden alındı
- [15] Bauman, Z. (2010). *Sosyolojik Düşünmek* (7. b.). (A. Yılmaz, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- [16] Bauman, Z. (2011). Akışkan Modern Bir Dünyadan Mektup Yazmak. Z. Bauman içinde, *Akışkan Modern Dünyadan 44 Mektup* (s. 7-10). İstanbul: Habitus Kitap.
- [17] Belge, M. (1982, Kasım-Aralık). Popüler Kültür Politikalarına Giriş. *Yazko Çeviri*(89).
- [18] Belli, Ş. (2021, Aralık 13). *Antoloji*. Antoloji: <https://www.antoloji.com/anayasso-siiri/> adresinden alındı
- [19] Coşgun, M. (2012). Popüler Kültür ve Tüketim Toplumu. *Batman University Journal of Life Sciences*, 1(1), 837-850.
- [20] Cottak, C. P. (2002). *Antropoloji İnsan Çeşitliliğine Bir Bakış*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- [21] Çanlı, M. (2018, Mart 1). *1960-1980 Yılları Arasında Türkiye’de Müziğin Gelişimi ve Değişimi*. Mgm Strateji: <https://www.mgmstrateji.com/2018/03/01/turkiyede-muzigin-gelisimi-ve-degisimi/> adresinden alındı
- [22] Çavdaroglu, S. Z. (2010, Şubat 14). *Türkiye’de Popüler Kültürün Oluşum, Gelişim ve Değişim Süreçleri İçinde Müzik/Pop Müziğin Serüveni*. Ferahnak: <https://ferahnak.wordpress.com/2010/02/14/turkiye%E2%80%99de-populer-kultur%E2%80%99un-olusum-gelisim-ve-degisim-surecleri-icinde-muzik-%E2%80%9Cpop-muzigin-seruveni/> adresinden alındı

- [23] Çiftçi, E. (2010). Popüler Kültür, Popüler Müzik ve Müzik Eğitimi. *Erzincan Eğitim Fakültesi Dergisi*, 12(2), 149-161.
- [24] Doğan, E., & Mustan Dönmez, B. (2016). Türkiye'de Altmış Sekiz Kuşağı Dünya Algısının Popüler Müziğe Yansıması. *İnönü Üniversitesi Kültür ve Sanat Dergisi*, 2(1), 45-75.
- [25] Duralı, Ş. T. (2000). *Çağdaş Küresel Medeniyet*. İstanbul: Dergah Yayınları.
- [26] Dürük, E. (2011). Türk Popüler Müzik Üretimi ve Ürünlerindeki Karma Yapıyı Hazırlayan Toplumsal ve Müziksel Etkenler. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 3(1), 33-42.
- [27] Efe, M., & Sonsel, Ö. B. (2019, Ağustos). Türkiye'de Dinlenen Popüler Müziklerin İncelenmesi: Spotify Örneği. *İdil*(60), 975-983.
- [28] Ercins, G. (2009). Türkiye'de Popüler Kültür Görünümleri ve Gençliğe Yansımaları. *VI. Ulusal Sosyoloji Kongresi "Toplumsal Dönüşümler ve Sosyolojik Yaklaşımlar"* (s. 489-511). Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi.
- [29] Erdoğan, İ. (2004). Popüler Kültürün Ne Olduğu Üzerine. *Bilim ve Aklın Aydınlığında Eğitim Dergisi*, 1-18. Eylül 8, 2021 tarihinde https://www.researchgate.net/publication/266391840_POPULER_KULTURUN_NE_OLDUGU_UZERINE adresinden alındı
- [30] Eren, O. (2018). Türkiye'de 1960'larda Müzik Alanı ve Protest Müziğin İlk Nüveleri: Anadolu Pop Akımı. *Sosyoloji Dergisi*(38), 131-162. Aralık 12, 2021 tarihinde <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/643068> adresinden alındı
- [31] Erol, A. (2009). *Popüler Müziği Anlamak Kültürel Kimlik Bağlamında Popüler Müzikte Anlam* (3. b.). İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- [32] Fiske, J. (1990). *İletişim Çalışmalarına Giriş*. Ankara: Ark Yayınevi.
- [33] Gans, H. (2005). *Popüler Kültür ve Yüksek Kültür*. (E. Onaran İncirlioğlu, Çev.) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- [34] Gökalp, Z. (1968). *Türkçülüğün Esasları* (7. b.). Varlık Yayınları.

- [35] Güllüoğlu, Ö. (2012). Bir Kitle İletişim Aracı Olarak Televizyonun Popüler Kültür Ürünlerini Benimsetme ve Yayma İşlevi Üzerine Bir Değerlendirme. *Global Media Journal*, 2(4), 64-86. Aralık 2, 2021 tarihinde <https://globalmediajournaltr.yeditepe.edu.tr/sites/default/files/O%CC%88zlem%20GU%CC%88LLU%CC%88OG%CC%86LU.pdf> adresinden alındı
- [36] Gümüştakin, N. (2007). "Kültür" Kavramı ve Osmanlı'dan Günümüze Kültürel Yapının İncelenmesi. 38. *ICANAS Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi Bildiriler Kitabı* (s. 317-326). Ankara: Atatürk, Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Yayınları.
- [37] Güngör, N. (1993). *Arabesk Sosyokültürel Açından Arabesk Müzik*. Ankara: Bilgi Yayınları.
- [38] Gürbilek, N. (1992). *Vitrinde Yaşamak 1980'lerin Kültürel İklimi*. İstanbul: Metis Yayınları.
- [39] Gürbilek, N. (2012). *Kötü Çocuk Türk*. İstanbul: Metis Yayınları.
- [40] Güven, U. Z., & Ergur, A. (2014). Dünyada ve Türkiye'de Müzik Sosyolojisinin Yeri ve Gelişimi. *Sosyoloji Dergisi*(29), 1-19.
- [41] Güvenç, B. (1979). *İnsan ve Kültür* (3. b.). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- [42] Horkheimer, M. (1986). *Akıl Tutulması*. (O. Koçak, Çev.) İstanbul: Metis Yayınları.
- [43] Kahyaoğlu, O. (2014). Türkiye'de Pop Müziğin Oluşumu ve Tüketim İdeolojisi (1960-70): Kültürel Bir Deneme. *Defter*(22), 57-71.
- [44] Karakayalı, N. (1995). "Doğarken Ölen Ben: Hafif Müzik Ortamında Ciddi Bir Proje Olarak Orhan Gencebay. *Toplum ve Bilim*(67), 136-154.
- [45] Kırtepe, S. (2014). Sosyo-Kültürel Değişme ve Kitle İletişim Araçları. *Gaziosmanpaşa Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 2(2), 237-256. Aralık 4, 2021 tarihinde <https://dergipark.org.tr/tr/pub/guifd/issue/29297/313660> adresinden alındı
- [46] Kıyar, N. (2018). Türk Sanat Ortamında 80'ler ve Değişim Sürecinin Düşündürdükleri. *International European Journal of Managerial Research Dergisi (EUJMR)*, 2(2), 39-55. Aralık 4, 2021 tarihinde <https://dergipark.org.tr/tr/pub/eujmr/issue/38238/437595> adresinden alındı

- [47] Kızıldağ, Ş. (1997). *Medyanın Popüler Kültüre Etkisi ve Yükselen Pop Müzik*. Sakarya: Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi).
- [48] Kocadaş, B. (2005). Kültür ve Medya. *Bilig*(34), 1-13. Eylül 10, 2021 tarihinde <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/234782> adresinden alındı
- [49] Kozanoğlu, C. (1995). *Pop Çağı Ateşi*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- [50] Kroeber, A., & Kluckhohn, C. (1952). *Culture: A Acritical Review of Concepts and Definitions*. Cambridge: Peabody Museum of American Archaeology and Ethnology.
- [51] Kuçlu, E. (2020). *Kültürel Bir Meta Olarak Müzik: 90'lar Sonrası Pop Müzik Örneği*. Bursa: Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı Sosyoloji Bilim Dalı (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi).
- [52] Küçük, A. (2019). Türkiye'de Sosyal ve Siyasal Değişim: 1980 ve Sonrası. *Econharran Harran Üniversitesi İİBF Dergisi*, 3(4), 20-45. Aralık 4, 2021 tarihinde <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/817841> adresinden alındı
- [53] Mcrobbie, A. (1999). *Postmodernizm ve Popüler Kültür*. (A. Özbek, Çev.) İstanbul: Sarmal Yayınevi.
- [54] Mills, C. (1974). *İktidar Seçkinleri*. (Ü. Oskay, Çev.) Ankara: Bilgi Yayınevi.
- [55] Mutlu, E. (1994). *İletişim Sözlüğü*. Ankara: Ark Yayınları.
- [56] Neyzi, L. (2004). *"Ben Kimim?" Türkiye'de Sözlü Tarih, Kimlik ve Öznellik*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- [57] Oğuz, E. S. (2011). Toplum Bilimlerinde Kültür Kavramı. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 28(2), 123-139. Ağustos 24, 2021 tarihinde <https://dergipark.org.tr/tr/pub/huefd/issue/41213/505402> adresinden alındı
- [58] Oskay, Ü. (2004). *Yıkanmak İstemeyen Çocuklar Olalım*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- [59] Oskay, Ü. (2011). *İletişimin A B C'si* (6. b.). İstanbul: Der Yayınları.
- [60] Öğüt, Ç. G. (2008). *Popüler Kültürün Toplumsal Etkileri ve Pop Sanat*. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Resim Anasanat Dalı (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi).

- [61] Özbek, M. (1998). "*Arabesk Kültür: Bir Modernleşme ve Popüler Kimlik Örneği*". Editörler: S. Bozdoğan, & R. Kasaba, "*Türkiye'de Modernleşme ve Ulusal Kimlik*" Kitap Bölümü, (s. 168-187). İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- [62] Özden, Ö. (2010). *Üniversite Öğrencilerinin Popüler Kültür ve Popüler Müzikle İlgili Görüşleri*. Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Güzel Sanat Eğitimi Anabilim Dalı Müzik Öğretmenliği Bilim Dalı (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi).
- [63] Özmen, S. (-). *Kültürler Arası İletişim ve Sosyal Medya*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi.
- [64] Polat, M., & Sölpük, N. (2014, Mayıs). Popüler Kültürün Lise Öğrencileri Üzerindeki Etkileri. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 163-169.
- [65] Sarı, Ü. (2006). *Kitle Kültürü ve Popüler Kültür Bağlamında, Kitle İletişim Araçlarının Kitle Kültürüne Etkileri: Örnek Olarak Popstar Türkiye Yarışması*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Televizyon Sinema Anabilim Dalı (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi).
- [66] Sever, M. (2019). 1980 Sonrası Türkiye'de Kültürel ve Toplumsal Değişme. *Uluslararası Halk Bilimi Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 2-10. Aralık 4, 2021 tarihinde <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/869806> adresinden alındı
- [67] Solmaz, M. (1996). *Türkiye'de Pop Müzik Dünyası ve Bugünü ile Bir İnfilak Masalı*. İstanbul: Pan Yayıncılık.
- [68] Soykan, Ö. N., Keskin, F., & Dellaloğlu, B. (2003). Adorno ve Yapıtı. *Cogito*(36), 37-65.
- [69] Şahin, M. (2005). Türkiye'de Gençliğin Toplumsal Kimliği ve Popüler Tüketim Kültürü. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 25(2), 157-181.
- [70] Taylan, H. H., & Arklan, Ü. (2008). Medya ve Kültür: Kültürün Medya Aracılığıyla Küreselleşmesi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 85-97.
- [71] Turhan, M. (1987). *Kültür Değişimleri*. İstanbul: Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Vakfı Yayınları .
- [72] Tylor, E. (2016). Kültür Bilimi. *Vira Verita*(4), 91-109. Eylül 6, 2021 tarihinde <https://viraverita.org/sites/default/files/edergi-yazilari/kultur-bilimi-cev-esra-dabagci.pdf> adresinden alındı

- [73] Uslu, G. (2012). *Popüler Kültürün Gençlerin Apolitikleşmesi Üzerindeki Etkisi: Pamukkale Üniversitesi Öğrencileri Üzerinde Bir Uygulama*. Denizli: Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- [74] Üstel, F. (1994). 1920'li ve 30'lu Yıllarda "Milli Musiki" ve "Musiki İnkılabı". *Defter*(22), 41-53.
- [75] Van Riper, A. (2003). What the public thinks it knows about science. *EMBO (European Molecular Biology Organization) Reports*, 4(12), 1104-1107.
- [76] Williams, R. (2001). Teknoloji ve Toplum. *Doğu Batı Düşünce Dergisi*(15), 221-233.
- [77] Williams, R. (2005). *Anahtar Sözcükler*. (S. Kılıç, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.
- [78] Yayman Ataseven, S. (2018). Kitle Kültürünün Oluşumu ve Günümüz Sanatına Etkisi. *The Journal Of Academic Social Science Studies*(67), 181-189.