



T.C.
Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
Sosyoloji Anabilim Dalı / Genel Sosyoloji ve Metodoloji Bilim Dalı

**DEĞİŞİM VE MODERNLEŞME SÜRECİNDE
POPÜLER KADIN İMAJI: AJDA PEKKAN ÖRNEĞİ**

Orhan BİNGÖL

Yüksek Lisans Tezi

Tez Danışmanı

Doç. Dr. Cemal YALÇIN

SİVAS
Ocak 2010

**DEĞİŞİM VE MODERNLEŞME SÜRECİNDE
POPÜLER KADIN İMAJI: AJDA PEKKAN ÖRNEĞİ**

Orhan BİNGÖL

TC.

Cumhuriyet Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Lisansüstü Eğitim, Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin

Sosyoloji Anabilim Dalı / Genel Sosyoloji ve Metodoloji Bilim Dalı İçin Öngördüğü

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Olarak Hazırlanmıştır

Tez Danışmanı

Doç. Dr. Cemal YALÇIN

SİVAS

Ocak 2010

KABUL ve ONAY

Orhan BİNGÖL'ün hazırlamış olduğu “Değişim ve Modernleşme Sürecinde Popüler Kadın İmajı: Ajda Pekkan Örneğı” adlı bu çalışma, 21.01.2010 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından “Sosyoloji Anabilim Dalı/ Genel Sosyoloji ve Metodoloji Bilim Dalı'nda Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Prof. Dr. Faruk KOCACIK (Başkan)

Doç. Dr. Cemal YALÇIN (Danışman)

Yrd. Doç. Dr. Sezer AYAN (Üye)

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım

.../.../ 2010

Prof. Dr. Mehmet ARSLAN
Enstitü Müdürü

ÖZET

BİNGÖL, Orhan, “Değişim ve Modernleşme Sürecinde Popüler Kadın İmajı: Ajda Pekkan Örneği”, Yüksek Lisans Tezi, Sivas, 2010.

Şimdiye dek pek çok farklı disiplinde işlenmiş olan kadın, kadın modernleşmesi, popülerlik ve popüler kültür alanları şüphesiz ki öncelikle sosyolojiyi, psikolojiyi, iletişimi, sanat ve kültür çevrelerini; ama en çok da onu *yaşayan, üreten, kullanan ve tüketen büyük kalabalıkları* ilgilendirmektedir. İşte bu araştırmada; o kalabalıklar içerisinde diğerlerine nazaran daha aktif sayılan kadın kitlesinin, başka alan, araç ve ideolojilerin yardımlarının yanı sıra popüler kültür ürünlerinin ve starlarının yordamıyla, belki köklü belki yüzeysel; ancak yadsınmaz derecede var olduğu söylenebilecek değişim ve modernleşme süreçlerine yer verilmiştir.

Araştırmada popüler kültür denilen olayın ve onun en etkin araçlarından olan popüler karakterlerin, kadın izleyici ve dinleyicilerin özel, sosyal ve iş yaşamlarında görülebilecek değişimlerine olanak sağlayacak ve böylece onların hayatlarında modernleşme sıçrayışlarına yol açabilecek üstü örtük ve açık etkileri irdelenmiştir. Söz konusu bu etkiler, daha sonra Türkiye zeminine indirilerek araştırıldığından, konu bir anlamda Batı modernleşmesi ve onun genel ideolojisiyle beraber ilerlemiştir. Çalışmada kadına dair işlenen sosyal örüntülerin oluşumunun veya varlık göstermesinin çok kısa zaman dilimlerinde gerçekleşmeyeceği kanısıyla, araştırma bulgularını ve sonuçlarını ispatlamaya yardımcı olarak Ajda Pekkan seçilmiştir. Çünkü Pekkan; 45 yılı aşkın bir süredir Türk pop müziğinde, medyasında, Türk kadınının radyosunda, plak ve kasetçalarında ve en önemlisi de televizyonunda yer alan bir star hatta *Süperstar’dır*. Üstelik işin ‘kadın değişim ve modernleşmesi’ noktasında Pekkan’ın taşıdığı ve teşhir ettiği kadın imajı; popüler Batı kültürünün temsil ve teşvik ettiği çizgiler, yaşantılar ve görünümleri yansıttığından ve Pekkan’ın bizzat kendisi bu durumu simgelemekte olduğundan, Ajda Pekkan, bu çalışmanın temel tezini kanıtlamadaki konumu itibariyle önemli bir yer teşkil etmektedir.

Anahtar Sözcükler: Popüler Kültür, Modernleşme, Kadın, Popüler Kadın İmajı

ABSTRACT

BİNGÖL, Orhan, “Popular Woman Image in Change and Modernization Process: Ajda Pekkan Sample”, Postgraduate Thesis, Sivas, 2010.

Woman, modernization of woman, popularity and popular culture areas which has been handled in different disciplines so far undoubtedly concerns sociology, psychology, communication, art and culture environment at first but at most it concerns the great crowds who live, produce, use and consume it. In this study, women mass which is seen more active than others in these crowds are handled deeply or superficially but incontrovertibly on the aspects of change and modernization process not only with the help of other fields, tools and ideology but also with the method of popular culture products and stars.

In this study, obscure and apparent effects that may enable changes in private, social and work lives and may lead modernization of woman audiences and listeners in popular culture and popular characters that is one of the most effective tools of popular culture are thoroughly studied. As these discussed effects are studied by reducing to Turkey’s conditions afterwards, the main subject progresses together with western modernization and its general ideology in a sense. In the study, as it is viewed that the formation or presence of the social variables concerning the woman are not realized in short period of time, Ajda Pekkan was contributively chosen to prove the findings and results of the research. Because Pekkan has been a star even a Superstar for over 45 years in Turkish pop music, media and radio, records and cassette players and above all in television of Turkish woman. Moreover, since popular woman image that Pekkan has and displays in the point of ‘change and modernization of woman’ reflects lines, lives and scenes that popular western culture represents and encourages and Pekkan herself symbolizes this situation, Ajda Pekkan constitutes a highly important place in proving the main discourse of this thesis study.

Key Words: Popular Culture, Modernization, Woman, Popular Woman Image

ABSTRACT

BİNGÖL, Orhan, “Popular Woman Image in Change and Modernization Process: Ajda Pekkan Sample”, Postgraduate Thesis, Sivas, 2010.

Woman, modernization of woman, popularity and popular culture areas which has been handled in different disciplines so far undoubtedly concerns sociology, psychology, communication, art and culture environment at first but at most it concerns the great crowds who live, produce, use and consume it. In this study, women mass which is seen more active than others in these crowds are handled deeply or superficially but incontrovertibly on the aspects of change and modernization process not only with the help of other fields, tools and ideology but also with the method of popular culture products and stars.

In this study, obscure and apparent effects that may enable changes in private, social and work lives and may lead modernization of woman audiences and listeners in popular culture and popular characters that is one of the most effective tools of popular culture are thoroughly studied. As these discussed effects are studied by reducing to Turkey’s conditions afterwards, the main subject progresses together with western modernization and its general ideology in a sense. In the study, as it is viewed that the formation or presence of the social variables concerning the woman are not realized in short period of time, Ajda Pekkan was contributively chosen to prove the findings and results of the research. Because Pekkan has been a star even a Superstar for over 45 years in Turkish pop music, media and radio, records and cassette players and above all in television of Turkish woman. Moreover, since popular woman image that Pekkan has and displays in the point of ‘change and modernization of woman’ reflects lines, lives and scenes that popular western culture represents and encourages and Pekkan herself symbolizes this situation, Ajda Pekkan constitutes a highly important place in proving the main discourse of this thesis study.

Key Words: Popular Culture, Modernization, Woman, Popular Woman Image

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	I
ÖZET.....	II
ABSTRACT.....	III
İÇİNDEKİLER.....	IV
GİRİŞ.....	1
ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ.....	6
1.Araştırmanın Konusu	6
2.Araştırmanın Kapsamı.....	6
3.Araştırmanın Amacı.....	7
4.Araştırmanın Yöntemi.....	7

I. BÖLÜM

POPÜLER KÜLTÜRE DAİR

1.1. Genel Olarak Toplum ve Kültür.....	8
1.2.Popüler Kültür ve Kültür Endüstrisi; Ne, Nasıl?.....	14
1.3.Popüler Müzik Özelinde Diğer Popüler Kültür Alanları.....	25
1.3.1. Müzik	26
1.3.2. Sinema.....	33
1.3.3. Moda	38
1.4.Kitle Konusu.....	43
1.4.1. Kitle İletişimi ve Kitle İletişim Araçları	43

1.4.2. Televizyon	49
1.4.3. Kitle Tüketimi ve Kitle Toplumu	55
1.5. Hem Kişisel Hem Kitlese Bir Mesele: Popülerlik	61
1.6. Sanatı Unutmadan.....	65

II. BÖLÜM

DEĞİŞİM – MODERNLEŞME VE KADIN

2.1. Birer İdeoloji Olarak Değişim ve Modernleşme.....	69
2.1.1 Değişim.....	69
2.1.2. Modernliğin Yol Haritasında	
Aydınlanma ve Kapitalizm Durakları.....	72
2.1.3. Bugünün Modernleşmesi.....	83
2.2. Kadının Modernleş(eme)mesi Sorgulanırken	
Toplumsal Yaşamdaki Gerçek İz Düşümler.....	88
2.3.Türkiye’de Popüler Kültür Yolculuğu ve Kadın.....	102
2.3.1. Türkiye’de Kadın Olmak.....	102
2.3.2. Türk Popüler Kültürü ve Kadın.....	111

III. BÖLÜM

AJDA PEKKAN: BÜYÜK BİR İDDİANIN ÖYKÜSÜ

3.1. Ajda Pekkan Biyografisi.....	120
3.1.2. Diskografi.....	131
3.1.2.1.Yurtdışı Yayınları.....	131
3.1.2.2.Yurtiçi Yayınları (45’lik ve Single Formatında).....	131
3.1.2.3. Albümleri (CD ve LP Formatında).....	133
3.1.3. Filmografi.....	134
3.2. Şarkılar ve Görüntüdeki Kadın Olarak ‘Ajda Pekkan İmajı’.....	136
3.2.1. Ajda Pekkan ve Şarkıları.....	136
3.2.2. Bitmeyen İradenin Bedendeki Simgesi.....	143
3.3. Değişen Kuşaklara – Kadınlara Paralel Daima Modern Bir Ajda!.....	150

IV. BÖLÜM

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME.....	156
KAYNAKÇA.....	161
EK 1: BAZI DENEME METİNLERİ VE	
GAZETE HABERLERİNDE AJDA PEKKAN.....	171
EK 2: AJDA PEKKAN FOTOĞRAFLARINDAN BİR DERLEME	181

**DEĞİŞİM VE MODERNLEŞME SÜRECİNDE
POPÜLER KADIN İMAJI: AJDA PEKKAN ÖRNEĞİ**

Orhan BİNGÖL

TC.

Cumhuriyet Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Lisansüstü Eğitim, Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin

Sosyoloji Anabilim Dalı / Genel Sosyoloji ve Metodoloji Bilim Dalı İçin Öngördüğü

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Olarak Hazırlanmıştır

Tez Danışmanı

Doç. Dr. Cemal YALÇIN

SİVAS

Ocak 2010

KABUL ve ONAY

Orhan BİNGÖL'ün hazırlamış olduğu “Değişim ve Modernleşme Sürecinde Popüler Kadın İmajı: Ajda Pekkan Örneğı” adlı bu çalışma, 21.01.2010 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından “Sosyoloji Anabilim Dalı/ Genel Sosyoloji ve Metodoloji Bilim Dalı’nda Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Prof. Dr. Faruk KOCACIK (Başkan)

Doç. Dr. Cemal YALÇIN (Danışman)

Yrd. Doç. Dr. Sezer AYAN (Üye)

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım

.../.../ 2010

Prof. Dr. Mehmet ARSLAN
Enstitü Müdürü

ÖZET

BİNGÖL, Orhan, “Değişim ve Modernleşme Sürecinde Popüler Kadın İmajı: Ajda Pekkan Örneği”, Yüksek Lisans Tezi, Sivas, 2010.

Şimdiye dek pek çok farklı disiplinde işlenmiş olan kadın, kadın modernleşmesi, popülerlik ve popüler kültür alanları şüphesiz ki öncelikle sosyolojiyi, psikolojiyi, iletişimi, sanat ve kültür çevrelerini; ama en çok da onu *yaşayan, üreten, kullanan ve tüketen büyük kalabalıkları* ilgilendirmektedir. İşte bu araştırmada; o kalabalıklar içerisinde diğerlerine nazaran daha aktif sayılan kadın kitlesinin, başka alan, araç ve ideolojilerin yardımlarının yanı sıra popüler kültür ürünlerinin ve starlarının yordamıyla, belki köklü belki yüzeysel; ancak yadsınmaz derecede var olduğu söylenebilecek değişim ve modernleşme süreçlerine yer verilmiştir.

Araştırmada popüler kültür denilen olayın ve onun en etkin araçlarından olan popüler karakterlerin, kadın izleyici ve dinleyicilerin özel, sosyal ve iş yaşamlarında görülebilecek değişimlerine olanak sağlayacak ve böylece onların hayatlarında modernleşme sıçrayışlarına yol açabilecek üstü örtük ve açık etkileri irdelenmiştir. Söz konusu bu etkiler, daha sonra Türkiye zeminine indirilerek araştırıldığından, konu bir anlamda Batı modernleşmesi ve onun genel ideolojisiyle beraber ilerlemiştir. Çalışmada kadına dair işlenen sosyal örüntülerin oluşumunun veya varlık göstermesinin çok kısa zaman dilimlerinde gerçekleşmeyeceği kanısıyla, araştırma bulgularını ve sonuçlarını ispatlamaya yardımcı olarak Ajda Pekkan seçilmiştir. Çünkü Pekkan; 45 yılı aşkın bir süredir Türk pop müziğinde, medyasında, Türk kadınının radyosunda, plak ve kasetçalarında ve en önemlisi de televizyonunda yer alan bir star hatta *Süperstar’dır*. Üstelik işin ‘kadın değişim ve modernleşmesi’ noktasında Pekkan’ın taşıdığı ve teşhir ettiği kadın imajı; popüler Batı kültürünün temsil ve teşvik ettiği çizgiler, yaşantılar ve görünümleri yansıttığından ve Pekkan’ın bizzat kendisi bu durumu simgelemekte olduğundan, Ajda Pekkan, bu çalışmanın temel tezini kanıtlamadaki konumu itibariyle önemli bir yer teşkil etmektedir.

Anahtar Sözcükler: Popüler Kültür, Modernleşme, Kadın, Popüler Kadın İmajı

ABSTRACT

BİNGÖL, Orhan, “Popular Woman Image in Change and Modernization Process: Ajda Pekkan Sample”, Postgraduate Thesis, Sivas, 2010.

Woman, modernization of woman, popularity and popular culture areas which has been handled in different disciplines so far undoubtedly concerns sociology, psychology, communication, art and culture environment at first but at most it concerns the great crowds who live, produce, use and consume it. In this study, women mass which is seen more active than others in these crowds are handled deeply or superficially but incontrovertibly on the aspects of change and modernization process not only with the help of other fields, tools and ideology but also with the method of popular culture products and stars.

In this study, obscure and apparent effects that may enable changes in private, social and work lives and may lead modernization of woman audiences and listeners in popular culture and popular characters that is one of the most effective tools of popular culture are thoroughly studied. As these discussed effects are studied by reducing to Turkey’s conditions afterwards, the main subject progresses together with western modernization and its general ideology in a sense. In the study, as it is viewed that the formation or presence of the social variables concerning the woman are not realized in short period of time, Ajda Pekkan was contributively chosen to prove the findings and results of the research. Because Pekkan has been a star even a Superstar for over 45 years in Turkish pop music, media and radio, records and cassette players and above all in television of Turkish woman. Moreover, since popular woman image that Pekkan has and displays in the point of ‘change and modernization of woman’ reflects lines, lives and scenes that popular western culture represents and encourages and Pekkan herself symbolizes this situation, Ajda Pekkan constitutes a highly important place in proving the main discourse of this thesis study.

Key Words: Popular Culture, Modernization, Woman, Popular Woman Image

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	I
ÖZET.....	II
ABSTRACT.....	III
İÇİNDEKİLER.....	IV
GİRİŞ.....	1
ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ.....	6
1.Araştırmanın Konusu	6
2.Araştırmanın Kapsamı.....	6
3.Araştırmanın Amacı.....	7
4.Araştırmanın Yöntemi.....	7

I. BÖLÜM

POPÜLER KÜLTÜRE DAİR

1.1. Genel Olarak Toplum ve Kültür.....	8
1.2.Popüler Kültür ve Kültür Endüstrisi; Ne, Nasıl?.....	14
1.3.Popüler Müzik Özelinde Diğer Popüler Kültür Alanları.....	25
1.3.1. Müzik	26
1.3.2. Sinema.....	33
1.3.3. Moda	38
1.4.Kitle Konusu.....	43
1.4.1. Kitle İletişimi ve Kitle İletişim Araçları	43

1.4.2. Televizyon	49
1.4.3. Kitle Tüketimi ve Kitle Toplumu	55
1.5. Hem Kişisel Hem Kitlese Bir Mesele: Popülerlik	61
1.6. Sanatı Unutmadan.....	65

II. BÖLÜM

DEĞİŞİM – MODERNLEŞME VE KADIN

2.1. Birer İdeoloji Olarak Değişim ve Modernleşme.....	69
2.1.1 Değişim.....	69
2.1.2. Modernliğin Yol Haritasında	
Aydınlanma ve Kapitalizm Durakları.....	72
2.1.3. Bugünün Modernleşmesi.....	83
2.2. Kadının Modernleş(eme)mesi Sorgulanırken	
Toplumsal Yaşamdaki Gerçek İz Düşümler.....	88
2.3.Türkiye’de Popüler Kültür Yolculuğu ve Kadın.....	102
2.3.1. Türkiye’de Kadın Olmak.....	102
2.3.2. Türk Popüler Kültürü ve Kadın.....	111

III. BÖLÜM

AJDA PEKKAN: BÜYÜK BİR İDDİANIN ÖYKÜSÜ

3.1. Ajda Pekkan Biyografisi.....	120
3.1.2. Diskografi.....	131
3.1.2.1.Yurtdışı Yayınları.....	131
3.1.2.2.Yurtiçi Yayınları (45’lik ve Single Formatında).....	131
3.1.2.3. Albümleri (CD ve LP Formatında).....	133
3.1.3. Filmografi.....	134
3.2. Şarkılar ve Görüntüdeki Kadın Olarak ‘Ajda Pekkan İmajı’.....	136
3.2.1. Ajda Pekkan ve Şarkıları.....	136
3.2.2. Bitmeyen İradenin Bedendeki Simgesi.....	143
3.3. Değişen Kuşaklara – Kadınlara Paralel Daima Modern Bir Ajda!.....	150

IV. BÖLÜM

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME.....	156
KAYNAKÇA.....	161
EK 1: BAZI DENEME METİNLERİ VE	
GAZETE HABERLERİNDE AJDA PEKKAN.....	171
EK 2: AJDA PEKKAN FOTOĞRAFLARINDAN BİR DERLEME	181

Sevgili Anneme...

GİRİŞ

Herhangi bir kişisel, sosyal, kültürel veya evrensel durumu, olayı, ya da olguyu değerlendirmek, ona; anlamı, kapsamı, sonuçları yani ne'liği üzerinden soyut bir paha biçmek demektir. Bu da hem kolay hem de karışık bir işi yapmaya soyunmak anlamına gelir. Kolaydır; çünkü mevcut halde elde bulunan birikmiş, belli başlı düşünce ve kuramlar, bu ilerleme çabalarına sistematik bir yön kazandırır. Ve karışıktır; çünkü söz konusu (sosyal içeriklere sahip çeşitli) öğeler, yapıları gereği tam anlamıyla olmasa bile çok kez geçirgen, uçucu ve değişkendir.

Bu çalışmada, bir yandan neredeyse elle tutulur gözle görülürcesine somut, ete kemiğe bürünmüş gelişme ve gerçekleri (örnekse modernliğin teknolojik çıktıları veya kapitalist pazarın çağdaş prototip ürünleri) ile bir yandan da popüler kültürün ve popüler sanatın her şeye rağmen duygusalılık iddiasında olan – bu iddiayı ısrarla koruyan mamulleri (her türlü ses, görüntü ve tıpkı bunlar gibi birer ürün olarak kabul edilen starlar) bir arada bulunmakta ve kaynaştırılmaktadır. Aslında bu sayılanların, toplumsal yaşamda ve kitleler/bireyler üzerinde hali hazırdaki konumları, zaten bu biçimdedir. Mesele, onları olabildiğince objektif ve çok yönlü düşünürken, diğer taraftan da hepsinin birer insan ürünü – pratiği olduğunu unutmadan masaya yatırabilmektedir. İşte bunu yaparken *çizilen yol haritası; sosyal bilimlerde ve de sosyolojide hatırı sayılır kelimalar etmiş – eden isimlerle beraber, farklı sanat kollarında ama en çok da müzikte 'eli mikrofon tutan' birilerinin saçtığı ışıqla belirginlik kazanmıştır. Yani bu araştırma, hem notalara, renkli ekranlara kaçmaya meyilli hem de ezici realiteler/ikilemler altında aşınan verilerin yüzleştiği bir araştırma olmuştur.* Ve araştırmanın gittikçe daralacak olan konu ve göndermelerine modernlikle başlanabilir.

2000 küsurlu yıllar itibariyle dünya, asla eskisi gibi değildir artık. Kaldı ki eskisi gibi (yani daha rafine, belki yavaş ve şimdikine nazaran daha habersiz) olması beklenemez de. Her ne kadar bazı romantik çılgınlar ya da rahatsız edici bulunan dahiler - deliler böylesi taleplerde bulunabilseler de, bugün, adına modern denilen zamanda o taleplerin şansı çok azdır. Çünkü modernliğin, modernitenin en büyük savaşı eskiyle, eskimiş olanlardır.

Modernlik, eski yani ‘değeri ve işlevi yetersiz’ olarak etiketlenen çeşitli geçmiş aşamaları, dönem ve koşulları, birer sıçrama tahtasından çok üzerine basılıp altta bırakılmaya mahkum edilmiş ‘şeyler’ olarak kabul etmeye koşullanmış – koşullandırılmış bir tarzdır. Modernlik bu tutumuyla, sonu pek de belli olmayan ve durmaksızın geleceğe doğru yol alan bir hızdır. Kontrolü yavaş yavaş ellerden hatta hayal edilenlerden bile uzaklaşmaya başlayan bu hızın, bazı olumsuz sonuçları da elbette olmuştur, olmaktadır. Bu anlamda *modernliğin, kendisi ve ortaya çıkardıkları üzerinde yarattığı en büyük yıpratma, yeni diye sarıldığı tüm şeyleri süratle eskitmesi, tüketmesi problemidir.*

Kendini aşması için gerekli olan tüm kaynakları çok çabuk yoran, onların içini boşaltan modernliğin, bu durumda başvurduğu – başvurmaya mecbur olduğu (çünkü geri dönüş için artık çok geçir) yöntemler ise; haksızlığa, kandırmaya, kullanmaya ve en sonunda sömürmeye kadar varmış bulunmaktadır. Ve iş buralara gelip dayandığında, modernliğin kendine seçtiği eşin yani kapitalizmin adının anılması da kaçınılmaz olmaktadır.

Modernlik, tüm iyi niyetli ideallerle ve sömürmeye değil; çalışmaya, üretmeye, haklı rekabete ve zaferlere dayalı ideolojilerle gerçekleştirilmeye çalışılsa dahi, meselenin özü değişmez gibidir. Modernlik derecelendirmelerinde ve süreçlerinde her zaman, bir tür ‘ilk atak’ yarışı, bir tür ‘görelî bencillik’ bulunur. *Yani birileri modernse eğer, bu, (doğrudan değilse de çok yakından alakalı olarak) modern olmayan başka birilerine bağlı bir biçimde adlandırıp konumlandırılmıştır. İşin doğası budur. İşte bu konumlandırmalarda ve modern – ileri - çağdaş yaftalamalarındaki alınan kriterlerin başında, kapitalizmin ilkeleri gelir.*

Bilinmektedir ki kapitalizm, modernleştikçe daha da artan gürbüz bir iştaha sahiptir. Ve kapitalizm bu doyumsuz açlıkla karşısına çıkan – çıkmayan (sınırlar aşırı) hemen her şeyi yutmaktadır. Hatta kayda değer ölçüde azalmış olan para ve malların - maddenin veya doğa ve hayvanların yanı sıra, insanı ve insani değerleri bile... Mevzuunun bu noktasında da modernliğin kendi kendisiyle uzlaşmayan gelişmeleri, kapitalizme yenik düşmüşlüğü ve de kapitalizmin ikiye bölünmüşlüğü devreye girer.

Modernizm için kapitalizm, kapitalizm için mal ve emek, bütün bunlar için de madde ve para lüzumluysa; modern kapitalizmin devamı için akla gelen her bir gereksinimin sağlanması bir zorunluluktur. Söz konusu zorunlu teminlerde ise artık zorlama, kaba kuvvet ve vahşi yöntemler ‘bu modern çağa’ uygun düşmemektedir. *Şimdiki modernliğe yakışan; ya demokrasidir (ki demokrasi yoksa istenilen ama ‘istenmeyen’ yere memnuniyetle götürüldüğü görülmüştür!) ya da tıpkı demokrasi fikri gibi, insanları ortak bir his, bir tutunum ve içten içe bağlanmışlık etrafında birleştirmek, onları ‘ikna etmek’ tir...* Bu iknanın kazanılıp kazanılmaması sorunsalı ise gereksizdir. Çünkü insanlar, neredeyse zaten ‘bunun içine doğmaktadır’. Yani bir bakıma alternatif yok gibidir.

Kapitalist ilişkilere dayalı modernleşme için, yukarıda adı geçen ikna yöntemlerinin başlıcalarından hatta en kuvvetlilerinden birisi, yine modernliğin getirmiş olduğu kitleleşmenin – kitle kültürünün bir yansıması olan popüler kültür – kültür endüstrisi ve ürünleridir.

Popüler kültür, diğer ikna yöntemleri içerisinde en kuvvetli olanıdır; çünkü modern yaşamın tüm yeni görüntülerini yansıtır, yani *inandırıcıdır*. Diğer taraftan son derece yaygın ve ısrarcıdır; öyle ki *hayat onsuz olmaz, olamaz*. Ve en önemlisi popüler kültür ürünleri *eğlencelidir, kolaydır, unutturmaya yardımcı ve hayal kurmaya sonuna kadar bağlayıcıdır*. Düşünüldüğü zaman, bunlara kim karşı koyabilir ki? Ve popüler kültür, bu biçimiyle, sanki en çok da kadınların dünyalarında böyle işlemektedir... Neden mi? *Çünkü kadınların dünyası (günümüz modern toplumlarında bile) erkeklerinkine kıyasla onlarca kez minimumlaştırılmış, küçültülmüş, daraltılmıştır. Kadınların yaşantıları, popüler kalıplardan çıkma, bitmek bilmez türlü ‘kadın işleri’yle doldurulmuştur.* Örneğin mümkün olduğunca yeni ve süslü eşyaların kullanıldığı ‘ev içlerinde ya da çevrelerinde’ geçirilen ve içi çok da doldurulamayan boş zamanlar gibi, örneğin ‘televizyondan medet ummalar’ veya göz kamaştıran ‘güzel, modern star ışıkları’ gibi... Bu yüzden de popüler tüketim, eğlence ve eğilimleri pazarlayan büyük satıcıların (belki patronların), karşılarında, bunların arayıcısı ve alıcısı pozisyonunu işgal eden geniş kadın kitlelerini bulmaları rastlansıl değildir.

Bununla beraber bu işleyiş, elbette bu kadar direkt ve net değil; karşılıklı ve kısa - uzun vadede ortaya çıkabilen bin bir ilişkiye, etkileşime dayalı bir işleyiştir. Fakat daha

şimdiden söylenebilir ki; onca hesap kitabı ve manipölasyonu içeren bu popüler yapının en sonunda resmettiği; *gerçek anlamda yaşanması ‘hâlâ beklenen’ bireysel modernleşmeler, azalmamış ama ‘kırılanlaşmış ümitler’, eksilmişe benzemeyen ‘eşitsizlikler’ ve ‘bolca tüketimdir’.*

Öte yandan, popüler kültür, kitle iletişimi ve kitle kültürü ile bunlardan yansıyan kadın modernleşmesine yönelik bunca karamsar gelişmelere karşıt olarak, olayların içerisinde her zaman küçüklü büyüklü zıtlıkların bulunabileceği de söylenebilir. Yani (popüler de olsa) *sanat ve duygular, işi yumuşatıp belki de beklenmedik, içsel bir devinim potansiyeli doğurabilirler.* Veyahut da, sisteme uygun bir yol izlese dahi, verdiği mesajların altını gerçekten doldurmaya çalışan, yeni bir şeyler ortaya koymaya çabalayan uç örneklere de tesadüf edilebilir. Bunlar, küçük kıvılcımlar olarak büyük alevlenmeler yaratmasalar da bir ısınma ve tavlama aşamasına, bir birikime yardımcı olabilirler.

Çalışma bünyesinde etrafında gezinilen konular, anlaşıldığı üzere aslında katı ve sabit değil; tersine kaygan ve değişebilen dengelere sahiptir. Zaten bu kayganlığı ve değişmeye müsait dengeleri bir şekilde yerlerine oturtabilmek, onları birbirleriyle köprüleyebilmek bu incelemenin üstlenmiş olduğu işin adıdır. Yani buraya kadar bahsedilenlerin gerek bireysel/toplumsal, gerekse de küresel temalardaki örüntüleri, bu tezin bizzat kendisini oluşturmaktadır. Bu oluşum dahilinde;

Çalışmanın birinci bölümünde, en karakteristik öğeleri ile ‘popüler kültür’ün yapısı ele alınmıştır. Popülerden, kültürün ve kültür – sanat ürünlerinin popüler yapı ve ölçekte üretilip tüketilmesinden ve popüler kültür araçlarından bahsedilmiştir.

Ardından yani ikinci bölümde ise önce, geçmiş ve geçirmiş olduğu genel aşamalarıyla modernlik olgusu incelenmiştir. Kaynak ve temelleri ile yaratıcı ve takipçilerinin geliştirerek bu günlere getirdikleri modernleşme sürecinin, popüler kültür içerisindeki anlamlarına, görüntülerine ve dolayısıyla da popüler starlardaki modernleşme anlayışlarına inilmiştir. Ve bunlar daha da özelleştirilerek, toplum içerisindeki kadınlar üzerindeki tesirlerine bakılmıştır. Bu etkileşimlerde kadın, kadınlık, kadın kimliği, kadın olmak ne demektir gibi konular irdelenmiş, bu noktalardan hareket ederek Türkiye’ye bir geçiş yapılmış yani üçüncü bölüme ulaşılmıştır.

Üçüncü bölümde, daha önceden temellendirilen ve ne denilmek istendiği uzun uzadıya anlatılanların somutlandığı, canlandırılıp gösterildiği Ajda Pekkan vardır. Ajda Pekkan ve Pekkan'ın yaşam öyküsünün, mesleki kariyerinin ve Batılı – Batıcı modern kadın sıfatını temsil eden – koruyan popüler imajının, bu çalışma için hangi manalara geldiği sorgulanmıştır. Destekleyici olacağı düşüncesiyle çalışmanın sonuna Ajda Pekkan fotoğrafları ile Pekkan'ı konu alan bazı gazete haberleri ve deneme metinleri eklenmiştir.

Sonuç olarak; en temelde 'popüler kültür, modernlik ve kadın' üzerine konuşulan tüm genel hatlar ve de ince detaylar, (bu giriş metninin sayfa numarasını onlarca kez katlamak suretiyle) bu çalışmanın tamamına yayılmıştır. Ve en son kısım olarak genel bir değerlendirmeye giderek, varılan sonuçlar aktarılmıştır.

ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

1. Araştırmanın Konusu

Bu araştırmada birbirleriyle yakından ilişkide olan üç temel konu ve onların önemli alt başlıkları yer almaktadır. ‘Modernleşme - Kadın Değişim ve Modernleşmesi’, ‘Popüler Kültür ve Uzantıları’ ile ‘Ajda Pekkan’, bahsi geçen ve araştırmada iskelet görevini gören üç ana konu iken; bunların bünyesinde ele alınan diğer içerikler ise şöyle maddelenebilir:

- Popüler kültürün vazgeçilmez öğelerinden müzik, televizyon, medya, moda ve sinema,
- Toplumsal ve kitlesel iletişim ve bunların sosyal ve kişisel yaşam alanlarındaki yansımaları,
- Ülkelerin alt yapısal durumlarının sanat ve kültür gibi üst yapı öğelerinin şekillenip gelişmesindeki rolleri,
- Odak ve kaynakları ile modernlik olgusu ve bir ideolojik süreç olarak modernleşme,
- Popüler Batı kültürünün temsil ve teşvik ettiği çizgiler, yaşantılar ve görünümleri bir hayat stili olarak kabul etmiş olan Ajda Pekkan’ın; sanat kariyeri, hayat öyküsü ve imajında nasıl bir değişim ve modernleşme süreci yaşadığı - yaşamakta olduğu, bu sürecin başka kadınlara nasıl yansiyabileceği,
- Ve tüm bunların etkileşimiyle vücuda gelen kurgu - gerçek arası popüler kültür figürleri, kahramanları yahut starlarıyla kadınlar arasındaki düşsel, duygusal ve eylemsel biçimlere bürünen (modernleşme bazındaki) popüler iletişim ve sosyalleşme ilişkileri.

2. Araştırmanın Kapsamı

Bu araştırma, Türkiye genelindeki modernleşme - kadın modernleşmesi süreci, popüler kültür ve popüler kültür uzantıları arasındaki ilişkilerle sınırlıdır. Bu etkileşimli süreçte Ajda Pekkan örneği ele alınmıştır.

3. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmada Türkiye’de görülen popüler anlamdaki kadın modernleşme süreçlerinden Doğu ya da din temelli olanlarına değil; Batı esin ve kaynaklılarına yer verilmiştir. Bu nedenle araştırmanın amacı; Batı ile Türkiye’nin ‘popüler kültür – sanattaki’ genel olarak modernleşme ve özel olarak da kadın modernleşmesi anlayışlarını karşılaştırarak incelemektir. Bunun yanı sıra erişilme maksadı duyulan bir diğer amaç; popüler alan ve manalardaki modernleşme süreçlerini benimseyebilecek olan kadınlara, Ajda Pekkan ve temsil ettiği imajın neler ifade edebileceği, Ajda Pekkan’ın söz konusu Batılı – Batıcı popüler kadın modernleşmesini ne ölçü ve biçimlerde yansıtır teşvik ettiği ve sonuç olarak kadın kitlelerinin bu gelişmelerden nasıl etkilendiğini ortaya koymaktır.

4. Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırma daha çok kuramsal nitelik taşımaktadır. Çalışmada bilimsel yöntem çerçevesi ve aşamaları gözetilerek belgesel gözlem tekniği kullanıldığından bu araştırma betimsel bir araştırmadır. Araştırmada; çeşitli yazılı kaynaklardan, yapım - yönetim ve yayımlanış tarihleri belli belge ve belgesel niteliğindeki gazete ve dergi haberlerinden, TV programları ve söyleşileri gibi görsel - işitsel kaynaklardan yararlanılarak genel bir çerçeve çizilecek; bunun peşinden de popüler kültür ve ürünlerinin, özelde ise Ajda Pekkan’ın ve imajının, Türk kadın dinleyici ve izleyicileri üzerindeki modernleşme etkileri tespit edilecektir.

I. BÖLÜM

POPÜLER KÜLTÜRE DAİR

1.1. GENEL OLARAK TOPLUM VE KÜLTÜR

“Kültür eylem demektir. Müzelerin duvarlarında asılı yaldız çerçeveli resimler değildir. Kültür, özel evlerde kilit altında tutulan alüminyum çerçeveli resimler, kütüphaneye sıra sıra dizilmiş kitaplar hiç değildir. Aristokrat bir Alman romantiğinin yazdığı notalar da değildir. Hatta Hyde Park’taki yeniden şekillendirilmiş hurda metallere yapılmış heykeller de değildir. En azından, öncelikle bunlar değildir kültür. Kültür bir ürün değil; bir süreçtir.... Onunla birlikte insanlar, belirli zamanlarda yaşamlarının anlamını kavramaya ve yaşamlarını bir düzene sokmaya çalışırlar... Kültür başka bir şeydir. Kültür eylem, katılım, yeni bir düzen yaratmak için sürekli efor ve çağdaş dünyanın yeniden yorumlanması demektir. Sonuç olarak; absürd ekspresyonist resimler, rock operalar, mutfak kapları veya toplu gösteriler yaratacak olsa bile tüm eylemlere ve seslere katılmak demektir... Çok kalabalık bir kitle tarafından uğraş edinilmiş olan resim yapma eylemi, ortaya çıkabilecek herhangi bir muhteşem tablodan çok daha önemlidir. Önemli olan eylemin çapı, topluma mal olmuşluğudur”McGregor

Bugün, içinde yaşadığımız dönem ile bu dönemin koşullarında, bilinen ve emin olunan en şüphe götürmez gerçeklik; dünyanın ve evrenin artık tamamıyla insana hizmet ettiği, hatta *hizmet etmesi gerektiği!* yönündeki genel inançtır. Toplamlar bugünlere gelinceye dek hemen hemen her şeye kendi anlam ve amaçlarına göre paha biçmişlerdir. Yaşadığı, duyup – gördüğü, bilip – bilmediği her bir nesneyi, olay yahut olguyu kendi kullanım alanlarına sokmuşlardır. Ve yine toplamlar, doğayı ve dünyayı anlayıp açıklayabilmek, sınıflandırabilmek uğruna ürettiği tüm değerleri, zamanla, bizzat kendilerine de uyarlamışlardır, yani bütün kadınlara ve erkeklere...

Toplumsal değişim süreci kendini; tarihin ilk insanlara dek uzanan dönemlerinden, 2000’li yılların bilgi ve teknoloji çağını kapsayan uzun yayılımında, sekteye uğramaksızın sürdürme gelmiştir. Bu değişim sürecinde insanoğlu, zamanın dönemsel olarak baskın gelmiş bazı dinsel, hukuksal, siyasal ve sosyal ölçütlerin belirleyiciliğinde; öğrenmiş, üretmiş, harcamış, yenilenmiş, yenmiş, öldürmüştür... Biyolojik, psikolojik, sosyolojik

ilgi ve ilişkilerini daima çeşitlendirmiş, kompleksleştirmiştir. Yani Marx “*İnsan gelişmesinin alanı zamandır*”(Akt; Oktay, 2002: 33) derken haksız değildir.

Buraya gelinceye kadar, anlatılanlara eğer bir isim vermek gerekir de, söylenenlerin karşısına ‘ : ’ koyup bir terim yazmak icap ederse, tahmin edileceği üzere oraya en uygun düşecek ifade ‘*kültür*’ olacaktır. Çünkü en genel manasıyla kültür: Toplum denen bütünlüğün, yaşamış ve yaşamakta olduğu tüm gelişmelerinin; hem arkada bırakılan, bugüne de dokunan, hem de varılmak üzere izlenilen yolculuğunun, evriminin dengini ifade eder. Bu açıdan kültür; hem “‘Bir veridir, kültür bir realitedir...’”(Nirun, 1994: 63) hem de o, toplumca “‘Unsurlarına ulaşmak istenen bilinçli bir amaçtır’”(Nirun, 1994: 227).

Kültürle ilgili bekli de yüzlerce tanımlama ve anlama - anlatma biçimi varken, (tabii olarak) ona yönelik bir o kadar da farklı yaklaşımlar bulunmaktadır. Fakat burada o bilindik reçete benzeri kalıplara yer vermek, konunun hassasiyetini perdeleyebileceği gibi, işi ezbere dökerek bir tutuma da götürebilir. Bu da, toplumları canlı – dinamik yapan, toplumların ‘hissiyat’ vurgularını açığa çıkaran nitelikleri elden kaçırma riskini doğurabilir. Bu sebeple, esasında her biri bir diğerinden doğmakta olan kültür tanımlamalarını tek tek aktarmaktansa, kültürün özsel mahiyetini dikkate alıp onun en temel yapı taşlarını dile getirmek daha yerinde olacaktır. İşte böyle düşünüldüğü vakit başlangıç olarak denilebilir ki “‘Eğer kültür dille doğmuş ise, zenginleşmesi de yazıyla olmuştur. Çünkü yazı çok daha karmaşık ve çok daha fazla sayıda norm, reçete ve değer in yaşatılmasına ve iletilmesine olanak verir’”(Duvarger, 2002: 97).

Kültürde, insanı ve dolayısıyla da sosyali merkeze koymuş söz konusu *yazılı* metin ve çalışmalarında “‘Başlangıçta toprağı işleme eylemini anlatmak için kullanılan terim (kültür), XVII. yüzyıldan bu yana düşünüş yeteneklerinin gerçekleştirilmesini anlatmak üzere kullanılmaya başlanmıştır. XVIII. yüzyılda, insanlığın geçirdiği gelişme evrelerini saptamaya çalışan ve bu gelişmenin ilerleme yönünde olduğuna inanan Alman tarihçileri, toplulukların kaydettiği bu ilerlemeyi anlatmak üzere kültür terimini kullanmışlardır. Terim böylelikle ahlaksal bir anlam kazanmıştır’”(Duvarger, 2002: 73).

Kendi bünyesinde bu ahlaksal anlama zaten sahip olan; ne var ki sistemli düşünce ve değerlendirmelerle artık açığa çıkarılmış bulunan bu ahlaksal anlayışın ardından

kültüre (haklı olarak) en çok da bu doğrultuda yaklaşılmaya başlanmıştır. Bu yaklaşımları Duvarger: “XIX. yüzyılın sonunda İngiliz antropologları ‘kültür’ terimini, etnografya tarafından incelenen, toplumlara özgü olan düşünce ve eylem biçimleri, inançlar, değer sistemleri, simgeler ve tekniklerin tümünü anlatmak üzere kullanmışlardır... Daha sonradan ‘kültür’ kavramı sosyolojide de kullanılmaya başlanmıştır; etkileşimlere yön veren senaryo ve rollerin işleyişinin daha iyi anlaşılmasına yardım eden bir kavram olarak kullanılır burada”(Duvarger, 2002: 74) diyerek örneklemektedir.

Duvarger, sözü sosyolojiye getirmenin beraberinde yine ‘sosyolojideki kültür’le ilgili enteresan kabul edilebilecek bir başka durumu da şöyle açıklar: “Kültür terimini ne Comte, ne Marx, ne Weber ne de Durkheim kullanmışlardır ve Fransız sosyologları bu terimi hâlâ da pek az kullanırlar. Nitekim, Henri Mendras’nın 1967’de yayınlanan Sosyolojinin Öğeleri adlı eserinde terim, yalnızca ‘az bilinen sözcüklere ayrılan özel sözlükte’ yer almaktadır. Terimin burada iki anlamı vardır; bunlardan biri *gündelik dilde kullanılan ‘düşünsel yaşantı ideali’dir*, diğeri ise *‘İngilizceden aktarılan ve ‘uygarlıkla’ eş anlamlı’ olan anlamdır*”(Duvarger, 2002: 73). Burada ima edilen uygarlıksa “Her toplumun kendi iç dinamikleri tarafından üretilen örf, adet, estetik, sanat, edebiyat, hukuk, din, ahlak gibi değerler manzumesini içeren dinamik bir sürece işaret eder. Kültür bu hali ile üretildiği toplumu diğerlerinden ayıran ve farklı kılan bir boyuta sahiptir”(Hira, Şan, Frankfurt Okulu ve Kültür Endüstrisi Eleştirisi: Web).

Her ne kadar “Fert – sosyal grup – kültür üçlü değişkeninin karşılıklı etkisi, birçok sonucuyla ilkin şahıs üzerinde kendini hissettirmekte”(Nirun, 1991: 57) ya da kültür “Sosyal hayat alanında insanların neleri yapıp neleri yapmayacaklarını işaret ederken, normatif karakterleriyle kıymet ve değer hükümlerini başka bir deyimle sosyal hayatın değerler alanını kapsamış olup sosyal hayat alanındaki yaşayış tarzlarını tanzim ve tayin eder”(Nirun, 1991: 53) ise de “Kültürel muhteva, fertlerin organik ve psikolojik değişmelerine doğrudan doğruya bağlı olmaksızın, onların ömürlerini aşacak derede uzun devreler içinde, kuşaklar boyunca değişerek akar gider”(Nirun, 1991: 55). Yani kültür denen şey, küçük gruplar ve sosyal sistemlerden toplumsala ve oradan da uygarlık mertebesiyle, evrensele kadar boy atar.

Kullanımı yahut isimlendirilmesi benzer ya da farklı, sık veya seyrek olsun; yalnızca sosyolojideki yer ve ifadelerin sınırlarında barınamayacak bir bünyeye haiz olan

‘kültür’den anlaşılanların, önünde sonunda *maddilikten çok daha fazla bir şeyleri* anlattığı görülmektedir. Çünkü kültür yaşamın en insani yanlarını, hazır bulunmuş değil; yaratılmış parçalarını kopya eder bizlere ve bizden sonrakilere. Bu anlamda da o, tabiat vergisi – bulgusu değil; kendi sorumluluğumuzla yapıp – ettiklerimiz, *biriktirdiklerimizden* oluşmaktadır. Yani Marx’ın da ifade ettiği gibi “...*kültür, doğanın yarattıklarına karşılık, insanın yarattığı her şeydir*”(Akt; Uygunkan, 2007: 9).

Marx’ın bu denli sade ama içi o derece dolu kültür tanımlamasına paralel, kişisel bir tanım olarak da şunu ifade edebiliriz: *Kültür; kendimizi, aynalardan sonra seyredebileceğimiz tek ve en gerçek görüntüler örüntüsüdür*. Çünkü objektif, gerçekçi ve meraklı bakışlarla yürütülecek her araştırmada, kişisel boyutta veyahut da toplumsal derecede yürütülecek her kültür çalışmasında ‘*gerçek kendimizi*’ bulabiliriz. Yani tarihimizi, kimliklerimizi, ayırt edici künyelerimizi...

Buraya kadar anlatılanlardan ve aktarılanlardan hareketle, kültürün ne demek olduğu artık aşağı yukarı belli. Onu kimlerin nasıl yarattığı da öyle. Peki, kültürel süreçler, gelişmeler, sosyal yaşamda neden bu kadar önemli yer tutarlar? Kültür çalışmaları, kültür incelemeleri neler verir bizlere ve toplumbilime? Hatta daha ileri götürürsek, bir toplumun kültürel yapısı, bu yapının şekillenirken geçirdiği evreler niçin önemsenmektedir? O toplumun siyasal zihniyetini anlayabilmek, sanatını keşfetmek, iktisadını, çekincelerini, arzularını, kıskançlık ya da övünmelerini, mutluluk odaklarını öğrenebilmek için mi? Bu küçük ama dev soruların hepsine verilecek yanıt kuşkusuz tek ve aynı kelimedenden oluşmaktadır: Evet. Çünkü kültür bahsi geçen o toplumsal durumların hepsine sinmiştir, hepsinde belirleyicidir ve tanımlayıcıdır. Zaten bu nedenlerle kültür çalışmaları sosyolojinin hep göz bebeği olmuştur. Bu yüzden eskimez kültür incelemeleri. *Kaldı ki; kendine konu olarak toplumu seçmiş bir bilim, onun, hemen her bir noktasında parmak izleri bırakmış olan ve buna devam eden bir olayı es geçmez - geçemezdi*.

Ancak kültürle ilgili önemli bir husus daha vardır ki o da, kültür çalışmalarının neredeyse hiçbir zaman bir uzlaşma içinde yürümediğidir. Eşyanın tabiatından olsa gerek, kültürün devingen ve ilerleyen yapısı, ona farklı bakış açılarını da kaçınılmaz kılar. Dolayısıyla “Kültürel çalışmalar, sürekli değişen tarihsel ve siyasal koşullara uyum sağladığı için her zaman göz önünde bulundurulmuş bir alan olmuş ve çoğu zaman tartışma, anlaşmazlık ve müdahale ile şekillendirilmiştir”(Storey, 2000: 9).

Kültürel çalışmaların odaklandığı konular ayaklarını aynı zemine (yani topluma) basıyor olsa da, söz konusu unsurlara dair adımların farkı noktalardan atılması her zaman olasıdır. Böylelikle gidilen yollar yer yer ayrılır. İşte söz konusu bu tez çalışmasının da, bir şahıs ve eşliğinde, kısmen bir dönem ve bir kültür incelemesi olduğu söylenebilir. Fakat esasına bakılırsa, sosyolojide somut bir karşılığı olmayan bir kültürdür adı geçen bu kültür yani *popüler kültür*... Popülerden, popüler kültürden kastedilenler ve bunların satır araları, ilerleyen bölümlerde kendilerine ait başlıklarla ve ayrıntılarıyla zaten ele alınacaktır. Buradaki maksat, o bölümlere, köşeleri törpülenmiş geçişler yapmak ve bir girizgah niteliğindeki bu geçişlerin nasıl temellendirileceğini izah etmektir.

Bugünün içinde var olan, bugüne ait olan demektir. Ama o, dünden beri süre gelen ve bugüne akan bir şey de olabilir. O şey; (bir kişi, olay, olgu veya bir eylem, bir teknik) eğer sosyal yaşamda paylaşıyor ve herkese ulaşıyorsa, artık toplumsal boyuttadır. İster geleneksel denilsin ismine ister klasik, ister eskiden kalma veya eskimeyen sıfatı takılsın fark etmez, sosyal hayatta ortak ve popüler olan böylece sosyolojik de olmaktadır. Ve değinildiği üzere kültür, toplumsal yapıda madem bu denli önemli, o halde onun belki göreceli; fakat gerçekliği tartışılmaz, en yaygın görüntüsü olan popüler kültüre de eğilmek gereklidir. Bilhassa da içinde yaşanan zaman ve üzerinde çalışılan birey/toplum, ‘modern’ ismini taşıyan bir potada kaynaşıyorsa bu, bir bakıma kaçınılmaz olmaktadır. Çünkü artık “*Kültür, üretimin ve şeylerin oluşturduğu katı dünyaya dekoratif bir ilave, maddi dünya pastasının üzerindeki bir krema olmaktan çıkmıştır. O; estetik, imaj pazarlaması, allayıp pullama ve üslup yoluyla, modern tüketimin büyük kısmının bağımlı olduğu bedenin temsil edilme tarzını ve kurmaca anlatısallaştırılmasını temsil eder*” (Rowe, 1996: 29). Yani “Sanayi öncesi geleneksel toplum yapılarında kültür birçok alt-kültür öğelerini de içeren bir çeşitliliğe sahipken, modern sanayi toplumlarında standart ve seri üretim gibi sanayinin doğasına uygun bir duruma getirilmiş vaziyettedir. *Artık kültür olgusu, çağımız üretim gereklerine uygun bir sanayi kültürüdür*” (Hira, Şan, Frankfurt Okulu ve Kültür Endüstrisi Eleştirisi: Web).

Böylece; akıllardaki ve hayatın içindeki kültür teriminin, eğiliminin, yaşantı biçiminin ve göstergelerinin ‘şimdiki hali’, *popüler kültürle* son derece örtüşür vaziyete dönüşmüş bulunmaktadır. Bu dönüşüm dahilinde diğer taraftan, popüler kültürün özellikle de toplumsal işleyiş, ilişki ve davranışları *anlamanın - açıklamanın* ipuçlarını verecek çok geçerli bir kaynak olarak etrafımızı çevrelemiş bulunması da önemlidir.

Buradaki ‘*açıklama*’ ve özellikle de ‘*anlamaya*’ ise ayrı bir vurgu yapmak gerekir. Çünkü egemen popüler kültürden ve yapısından; genel eğilimleri, zevkleri, alışkanlıkları vs. en nihayetinde *toplumsal davranışların anlamlarını* çıkarmak mümkün olabilir.

Toplumsal davranışlar Weber’in söylemiyle ‘amaçlı eylemler’ olarak ifade edildiğinden o amaçlı eylemlerin yakalanmasıyla toplumun anlaşılmasına da yaklaşılmış olunacaktır. Bununla birlikte toplumsal bazdaki amaçlı eylemleri anlamlandırmak ve birbirleriyle bağlantılandırmak, beraberinde yorumlamayı da gerekli kılacaktır. Bu durumda da yorumlayıcı yaklaşıma başvurmak lazım gelir.

“Yorumlayıcı yaklaşıma göre insan davranışları, insanlar arasında paylaşılan anlam sistemi ile değer kazanır. İnsanlar arasında belli işaretlerin, sözlerin, mimiklerin, insanların paylaştıkları kültürel sistem içindeki anlamları önemlidir. Yorumlayıcı yaklaşım evrensel olanın ve kanunların keşfedilmesi değil; belli bir bağlamın ve dünyanın anlaşılması ile ilgilidir”(Kocacık, 2003: 60). Söz konusu ‘dünyayı anlama işinde’ genel – geçer bilgiler, sistematik ilerleyişler ve tüm bunların nesnel bir sentezini gözetmek elbette gereklidir. Zaten bunu, incelenmekte olan konunun (popüler kültürün) kendisinin ve onunla ilişkide olanların (genel olarak tüm toplum – çalışma eksenini takiben kadınların) varlığından soyutlamak güçtür. Çünkü popüler kültür her yerdedir ve kendisine dair izlenimler bir bakıma yine onun içinde biçim kazanmaktadır. Fakat yapılacak olan, söz konusu öğeleri cepheleştirmek ya da duygularla hareket etmek değildir. Yerelliğe boğulmak veya bir popüler eğilimi, ismi, olay ve değeri aşağılamak ya da yüceltmek hiç değildir. Yapılacak olan sonuçlara varma endişesi kadar, ‘niçin’leri de ortaya koyabilmektir. Yani felsefenin ilkesine benzer olarak cevaplar kadar sorular da önemsenmelidir. Sarf edilecek emek, ancak böylelikle karşılık bulabilir. O karşılığın aranacağı en akıllıca yol ise yine anlamaktan, bilmekten, onu tanımaktan geçecektir. O halde şimdi sözü popüler kültürün irdelenmesine devretmek gerekir.

1.2. POPÜLER KÜLTÜR VE KÜLTÜR ENDÜSTRİSİ; NE, NASIL?

“Popüler kültürün sıklıkla Amerikan toplumunun kültürüyle birlikte anılmasının sebebi, Amerikan toplumunun diğer toplumlardan farklılaşan yanlarında aranmalıdır. Amerika modernliğin özgün versiyonudur. Amerika, köken sorununa boş veriyor; kökene ya da efsanelere özgü bir otantik olmaya uğraşmıyor; ne geçmişi ne de kurucu bir gerçekliği var. Zamanla ilgili bir birikimi olmadığı için, sürekli bir güncellik içinde yaşıyor” Jean Baudrillard

Popüler kültür ve kültür endüstrisi, bu araştırmada temellendirilecek olan savların, öne sürülecek tezin, üstünde geliştirileceği son derecede önemli birer iskelettir. Çünkü çalışma boyunca bahsi geçecek iddialar büyük oranda popüler kültür - kültür endüstrisi çerçeveleri korunarak ele alınacaktır. Bu sebepten ötürü popüler kültürün ve beraberinde kültür endüstrisinin özelliklerini, hangi anlamları karşıladıklarını, bireylere - topluma neler vaat ettiklerini ya da neleri kaybettirdiklerini daha baştan açıklamak, varsayımlarla ilerlemekten öteye geçememek gibi bir durumun önünü kesecektir. Bu bakımdan, araştırma boyunca yol almaya olanak sağlayacak popüler kültür - kültür endüstrisi zeminlerinin olabildiğince tanınması; onların üzerinde yükselen değerlerin ve yapıların sağlamlığını, ne yöne baktıklarını, hangi işlevlere sahip olup olamayacaklarını bilmeye yardımcı olacaktır.

Ayriyeten, hem çalışmanın genelinde hem de özellikle bu başlık altında unutulmaz bir referans olarak Frankfurt Okulu’ndan sık sık yardım alınacağını da belirtmek gerekir. Çünkü Frankfurt Okulu, birer modernite ürünü olan popüler kültürü ve kültür endüstrisini, yine aynı modernitenin güncel gelişme ve koşullarında değerlendirmede, haklarında fikir ve tespitler sunma işinde kült bir düşün yapılanmasıdır. Bu nitelikleriyle okulun görüşlerini az çok takip etmek, meseleye yaklaşırken ortaya belli bir duruş koymak anlamına da gelecektir. Bu doğrultuda konuya ilkin popüler kültürü ele alarak başlanabilir.

Sözen’e göre “En geniş anlamıyla *popüler kültür*; herhangi bir toplumun, herhangi bir zamanda egemen olan kültürü ne ise odur. Revaçta olan kişiler hakkında yapılan konuşmalar, haklarında yazılan yazılar; dini, sosyal, siyasi gelişmeler hakkında medyada yapılan tartışmalar ya da gündelik hayatta bireylerin, ilgili konulara ilişkin, kişilerarası ilişkiler düzeyinde, ilgili konuları kendilerince yorumlamaları popüler

kültürün alanına girer”(Sözen, 2005: 4). Yani popüler kültür toplumda yaşanan ‘gün’ün *kültürü’dür*. İşaret edilen o ‘gün’, geride bırakılmış olabileceği gibi sadece ya da tamamıyla ‘bugün’ün kültürü de olabilir. O nedenle de popüler kültürde önemli olan toplumda görüldüğü zaman diliminden ziyade; toplumsal boyuttaki yaşanmışlık derecesidir. Kalabalıklarca, akla gelebilecek hemen her yaşam alanına girmiş olan ortak yaşanmışlığı...

Popüler kültür bir toplumun güncel kültürüdür. İşte bu ifadeyi dikkatle okumak ve sindirmek gerekir. Çünkü bu ifade; başka araştırmacıların, yazarların, gazetecilerin veya sanatçıların yaptığına benzer olarak bu çalışmanın da yakalamaya uğraştığı tüm verilerin, çok derin ve okunması son derece zor bir özetidir adeta. Derin ve zordur çünkü *günceli yakalama işi güçtür*. Öyle ki güncelin, gündelik işlerin, ilişkilerin ve iletişimin içerisinde *herkesi ilgilendiren neredeyse her şey* vardır. Ve o her şey, en genel toplumsal mertebelerde tepkimeye girerek, toplumun popüler kültür atmosferini yaratır. İşte “Bu nedenle popüler kültürün önemi de buradan gelir. İktidar ve ekonomi bütün maddilikleri ve ağırlıklarıyla (yasalar, hapishaneler, polis, ordu, partiler, okul gibi kurumlar vb. ile vergiler, ücret ve maaşlar, gelir dağılımındaki eşitsizlik – adaletsizlik, iş güvenliği yokluğu vb.) gündelik hayatta işler. Tüm ideolojik biçimlenmeler (siyasal, kültürel, düşünsel, cinsel, dinsel vb.) gündelik hayatta gerçekleşir. Gündelik hayat yönetenleri ve yönetilenleri yan yana getirir. Bu sınıf katmanlar, gündelik hayatın kültürel ve simgesel pratikleri içinde, şu ya da bu ölçüde zaman zaman ortak bir paydaya sahip olarak iletişim ve etkileşime girerler”(Çağan, 2003: 34). Ve bu etkileşimle tüm bu gelişmeler, toplum nezdinde her gün, yeniden ve yeniden paylaşılarak o toplumun popüler kültürünü oluşturmuş olur.

Popüler kültürün tarihçesine bakıldığında ise, onun, şimdiki anlamına en yakın biçimiyle ortaya çıkışının Aydınlanma Çağı’na ve Sanayi Devrimi’ne kadar uzandığı görülür. Bu uzun kabul edilebilecek aşamaların kısa özetinde Kırtunç’a göre: “Popüler kültürün oluşması için üç tane unsur gerekliydi; çok sayıda insan, az sayılamayacak kadar para ve iletişim olanakları. Çok sayıda insan gerekliydi; çünkü kentleşmeyle kırsal kökenlerinden kopup kentlere koşan insan toplulukları yeni yaşam düzenleri ve değişen kimliklerini oluşturma gereği hissettiler ve pop kültür onları birbirlerine yapıştırıcı unsur oldu, sanki uhu görevi gördü. Para gerekliydi; çünkü Endüstri Devrimi’yle ortaya çıkan orta sınıfın eline para geçti ve eskisinden fazla boş zamanı oldu. Para dolaşımının

artmasıyla da tüketim arttı; dolayısıyla tüketim kültürü de ortak kültür olarak arttı. İletişim tabi ki gereklidir. Ortak popüler kültürün tanıtılabilmesi, tüketimin körüklenmesi, önce matbaanın ve sonra da giderek tüm kitle iletişim araçlarının devreye girmesiyle, ortak kültür yani popüler kültür tüketime sunulmuş oldu’’(Kırtunç, Popüler Kültür Araştırmaları: Web).

Popüler kültürün tarihsel serüveni, evet eskilere dayanmaktadır. Buna karşılık popüler kültür alanına has toplumsal araştırmalarsa henüz genç sıfatıyla anılacak bir yaşadadır. Öyle ki ‘‘Popüler kültür, sosyolojik bir olgu olarak 1950’li yıllarla birlikte önce Amerikan akademik çevrelerinde, başlangıçta bir iletişim konusu olarak, daha sonraları ise sosyolojik bir disiplin olarak ele alınmaya başlanmıştır’’(Çağan, 2003: 10).

Konunun bu noktasına kadar aktarılanlar ve onların üzerine kaleme alınan yorumlar, esasen, bir ön ve temel bilgi niteliği taşımaktadır denilebilir. Dolayısıyla onların, tartışma götürecektürden çok sivri ifadeler olduğu söylenemez. Kaldı ki popüler kültürle ilgili tartışmalar, popüler kültürün ne olduğu ve nasıl doğduğu üzerine değil; *özünde ne olmadığı fakat nasıl gösterildiğine, ne biçimlerde yansıtıldığına, hangi amaçlarla artarak yaygınlaştı(rıldı)ğına* ilişkindir.

Söz konusu anlaşmazlıkların ortaya çıkması, çalışmacıların birbirlerinden değişik noktaları odak almalarından kaynaklanmakta gibidir. Buna ilk sebep, popüler kültür olgusunun bizzat kendisinden ileri gelmektedir. Çünkü aslına bakılırsa, ‘*popüler*’ diye bir sosyal katman yoktur. Mesela elit bir sosyal katmandır; folk da bir sosyal katmandır; kavramsal açıdan bu muhtevaya yakın olabilecek kentli, kırsal, varoş gibi kelimeler - ifadeler de somut olarak bir sosyolojik katmanı, bilimsel olarak tanımlanmış bir olgu ya da oluşumu belirler. Popüler kelimesinin ise bu anlamda bir tanıma denk düşen somut bir olguyu işaret etmiyor olması popülerlerin, her kesimde ve her dönemde olabileceğini gösterir (Batmaz, 2006).

Bunun gibi ve bununla yakından ilgili görüş ayrılıklarından bir diğeri de, neyin popüler kültür kapsamına girecek bir tutum, davranış olduğu, neyin olmadığı sorusu etrafındadır. İşte bu soruya ve onun yarattığı karmaşaya cevaben en güzel yanıtı Batmaz vermektedir. Batmaz’ın bu durum üzerine söyledikleri şöyledir: ‘‘Nasıl, folk kültürü ve seçkin kültür ayrı ayrı ve farklı katmanların beğenileriyle oluşmuş yaşam tarzlarıysa ve

değişik araçlarla yaratılıyorsa, popüler kültür de kent içindeki, yine birbirlerini tanımayan katmanların gündelik kültürüdür. Bu nedenle, seçkin kültür öğelerini de kullanır, folk öğelerini de. O aracı da, bu aracı da. Örneğin *televizyon bir iletişim aracıdır; kendi başına teknolojik bir olgudur. Televizyonun içeriği popüler de olabilir, seçkin de, folk da... Ama televizyon izlemek popüler kültürdür*’ (Batmaz, 2006: 20).

Diğer taraftan, popüler kültür çalışmalarını yürütenler onu, anlamsal açıdan iki zıt kutba çekerek irdeleyen bir davranış tarzı geliştirmişlerdir. Bu yaklaşımsal kutuplaşmada popüler kültür kimilerince olumlu ve faydalı bir durum, yaşantı ve ortam olarak alınmıştır. Bazılarına göre ise o, (abartılı olmayacaktır) içerisinden çıkılması asla mümkün olmayan, hatta kendisini duyamayacağımız derecede bizi hissizleştirmiş ve düşüncesizleştirmiş sömürücü bir canavarın nefesi gibi tarif edilir. Aymaz, popüler kültüre karşı mevcut yaklaşımlardaki bu ikilemi şu şekilde dile getirir: “Meşhur olan yargıların bir kısmına göre popüler kültür, yığınların düşük beğenisi olarak egemen sınıfların tertip ettiği ideolojik bir komplodur; diğer bir kısmına göreyse, beğenideki tüm irtifazsızlığa rağmen toplumun çok sesliliğini içeren, dolayısıyla özgürlükçü talepler de barındırabilen demokratik bir kültürdür” (Aymaz, 2004: 10).

Popüler kültürle ilgili temelden yol ayrımına sahip bu farklı anlayışlar, popüler kültürün, üretenler ve tüketenler cephelerinden düşünülerek ele alınmasından doğmaktadır. Bu doğrultuda popüler kültüre tüketiciler yani *halk* gözünden bakanlara göre popüler kültür; insanların bilinçli, iradeli bir seçimi ya da öyle olmasa bile kendileri için yine de yararlı bir yaşantı tarzı gibi algılanmaktadır. Bunun tersinde, *popüler kültür yönetici sınıfın ideolojik kültürüdür* fikrini koruyanlarsa onu, en kibar tabirle uyutan – uyuşturan bir durum olarak alırlar. Bu farklı anlayış, tutarlı ve objektif bir sonuca varmak için karşılaştırılmaya değer görünmektedir. Fakat karşılaştırmaya geçmeden evvel son derece mühim bir gerçeğin hatırlanması gerekir ki o da; popüler kültürün sosyal hayattan soyutlanması gibi bir durumun geçersizliğidir. Çünkü popüler kültür, toplumsal yaşam devam ettikçe sürüp gidecek bir yapıdır. Lakin problem, onun içeriğindedir. Sorun olan, popüler kültürün insanların duyuş, düşünüş ve ruhları üzerindeki tesirlerinin ve bunların toplumsal/bireysel eylemlerdeki belirleyiciliklerinin neler olduğudur. Bu belirleyici etkiler ise tek taraflı değildir, tek taraflı olamaz da. Öyle ki hayatta her zaman, her şeyin karşısında ve içinde bir zıtlık bulunur. Bu nedenle popüler kültür de, bünyesinde (iyi - kötü veya yapıcı - yıkıcı) çeşitli yönler barından bir oluşumdur.

Bundan hareketle ‘Evet, popüler kültür iyi ve geliştirici bir şeydir’ diyenlere göz atılacak olunursa onların genel düşüncelerine, Kongar’ın şu ifadeleri güzel bir emsaldir:

“Popüler kültür sayesinde geniş halk kitleleri, seviyesi ve niteliği ne olursa olsun, kültür öğelerini, yani sanat ve edebiyatı çok daha fazla, eski zamanlarda hayal dahi edilemeyecek miktarda, kitlesel düzeyde tüketmeye başlıyor. Örneğin; Mozart’ın beste yaptığı dönemlerde bir Mozart yapıtını dinlemek için, soyluların kentli saraylarında kurdukları orkestralardan başka bir araç yoktu. Şimdi öyle mi ya? Koy bir plak, bir kaset veya bir DVD, ya da çevir bir radyo düğmesini, istediğin kadar dinle Mozart’ı ya da Beethoven’ı...’’(Kongar, Pop Kültür ve Pop Star Yarışması: Web)

Bu söyledikleri itibariyle Kongar’ın tam karşısında olanlarsa ki başta Frankfurt Okulu, Adorno ve Horkheimer gelmektedir; kendi iddialarını daha sert ve keskin ifadelerle ortaya koyarlar.

En temelde Marxist düşüncenin esin ve ideolojilerini güden – geliştiren, kapitalizmi ve kapitalizmin yarattığı sosyo – ekonomik düzeni sonuna kadar eleştiren Frankfurt Okulu’nun konuya bu çizgideki yaklaşımında, Rowe da destekçi bir tavırdadır. Rowe’ a göre “Teorik ya da politik çeşidi ne olursa olsun, popüler kültüre herhangi bir Marxist yaklaşımın, kapitalizmin koşulları altında kültürün giderek metalaştırıldığını ve bir belirlenme düzeyinde, kapitalizm altında toplumsal üretim ilişkilerinin tahkim edileceğini ve yeniden üretileceğini teslim etmesi gerekir. Böylece popüler kültür sınıf iktidarı ya da öbür iktidar oluşumlarıyla derinden bağlantılı olarak teorileştirilir”(Rowe, 1996: 27). Tıpkı bunun gibi Ateş’in gözünde de, gerek genel anlamdaki kültüre gerekse popüler kültüre dair bakışlarda Marxist temellendirmeler omurga olarak kabul edilebilir. Çünkü Ateş’in kaleminde “Kültür sınıfsal bir olgudur, genellikle tüketilir. Bazen iflah olmaz ‘alışkanlıklar’ doğurur ve nihayet sınıfsal olma özelliğine bağlı olarak kimi zaman da kalıtımsaldır”(Ateş, 1994: 71).

Aslına bakılırsa bunlardan çıkarılacak olan, popüler kültürle birbirlerine göbekten bağlı bulunan kültür endüstrisini ele alma sırasının artık gelmiş olduğudur. Ve yerinde bir sıralamayla ilk söz doğrudan Frankfurt Okulu’nundur.

Kültür endüstrisi kavramını sosyal bilimlere bilindiği gibi Frankfurt Okulu kazandırmıştır. Okulun, namı diğer Eleştirel Teorinin, modern – kapitalist toplumun kültürel göstergelerinden saydıkları kültür endüstrisi kavramsallaştırmasında “Onları bu noktaya yönelten temel etmen ise kapitalizmin sadece ekonomi politik ile açıklanamayacak kadar karmaşık bir yapı arz ediyor olmasıdır. Kapitalizmin geç döneminde ortaya çıkan toplumun temel özelliği olan hegemonya ve ikna süreçlerinin kültürel boyutu, onları bu konu üzerine yoğunlaşmaya sevk etmiştir”(Hira, Şan, Frankfurt Okulu ve Kültür Endüstrisi Eleştirisi: Web). Yani popüler kültür ve onun daha büyük ölçekteki yapısını anlatmakta olan *kültür endüstrisi, kapitalist sistemin tüm maddi işleyişlerinin* (en az bu ekonomik çark kadar güçlü ve katı olan) *kültürel bir uzantısı anlamına gelmektedir.*

Tanımsal olarak “Kültür endüstrisi, *kültürün endüstrileşmesine* vurgu yapar ve eğlence endüstrisinin ürünleri ile kitle halinde üretilen tüketici ürünler arasında benzerlik kurma girişimi olarak değerlendirilebilir. En genel hatlarıyla kültür endüstrisi, Horkheimer ve Adorno’nun görüşleri bağlamında, kendiliğindenliği (doğallığı) olmayan, yönlendirilen, şey(sel)leşmiş – maddeleş(tiril)miş, gerçek olmayan bir kültürdür”(Kızılçelik, 2000: 225). Yani kültür endüstrisi, her şeyden önce *kasten ve iyi olmayan niyetlerle yaratılmıştır ve yapaydır*. Dolayısıyla bu endüstriden çıkmış olan kültürel ürünler de (filmler, şarkılar, dergiler vs.) tıpkı bir giysi gibi, bir ayakkabı gibi planlanarak üretilmiş, hesaplanarak mal edilmiş fabrikasyon ürünlerdir.

“Aslında Eleştirel Teorisyenlerin kendilerinin kültür endüstrisi dedikleri şey film, *televizyon, popüler müzik, radyo, gazeteler ve magazin dergilerinden oluşan eğlence sanayidir...* Kültür endüstrisinin birey ve toplumları, hatta dünyayı tahakküm altına alması ve yönetmesinde en etkin öge, *artık iş dünyasının bir parçası – aygıtı olan (ama sanat olmayan) radyo, televizyon, video ve sinemadır*”(Kızılçelik, 2000: 231, 233). Yani kültür endüstrisi denilen şeyin belkemiğini, popüler kültürün akla gelen en önemli araçları oluşmaktadır. Ve oluşumları, kaygıları, ereklere gereği, bu popüler araçlardan fışkıran en önemli söylem ve vaat de elbette *eğlence* olmaktadır.

Ne var ki “Kültür endüstrisi, eğlenceyi güldürü ve erotik aracılığıyla üretir... Ama yine de mutluluk beklentisini hiçbir zaman karşılayamaz. Güldürünün bile gerçek mutlulukla bağlantısı koparılmıştır. Bu tür eğlence, iş yaşamının ve toplumsal düzenin acı

gerçeklerini yalnızca *geçici olarak unutturur ve kişiyi yeniden sistemle özdeşleştirip verimli olması için dinlendirir*. Aslında kültür endüstrisi iş yaşamını, tüketiciye, özel yaşamında (eğlence türünde) yeniden sunar. Tüketim baskısı, bireysel gereksemelerin yalnızca endüstri tarafından karşılanabileceği türündeki söylem aracılığıyla değil; endüstrinin karşılamadığı gereksemelerin karşılanmasının olanaksız olduğu mesajıyla da gerçekleşir...’’(Hira, Şan, Frankfurt Okulu ve Kültür Endüstrisi Eleştirisi: Web).

Bunlardan çıkan sonuç; kültür endüstrisinden ve onun ürünlerinden - araçlarından yararlanan insanların, bu kullanıma karşılık olarak gerçek, bağımsız ve natürel bir eğlenceyle, dolayısıyla mutlulukla değil; tam tersine verilenlere – sunulanlara karşı bir tür umutsuz ve alıştırılmış arzu ve bunun neticesinde de tüketip bitirme ve sonra yeniden ve yeniden bir kez daha isteme durumu ile yüz yüze bırakıldıklarıdır.

Peki kültür endüstrisini, vasıtalarını ve de bu endüstrinin aracısı olan ünlüleri toplum üzerinde bu yönde işleten mekanizma ne veya neler, kim ya da kimlerdir? Bu dev sektörün, kendisiyle temas halindekilerin sinir sistemlerini uyuşturan beyin komutları nerelerden gelmektedir? Yanıt, Frankfurt Okulu’na göre asla değişmeyecek olan ve bu görevi üstlenmekte hep başrol oynayan *egemen sınıftır*.

Okul’un öncü isimlerinden ‘‘Horkheimer ve Adorno’ya göre kültür endüstrisi, öncelikle ‘büyük kültür acenteleri tarafından üretilmektedir. Büyük kültür acenteleri, egemen sınıf ve güç odaklarının tekelindedir ve kapitalist üretim tarzını sürdürme noktasında işlevde bulunan büyük sanayi fabrikaları gibi hareket etmektedirler. En temel yönü, tüketim toplumunda her şeyi ‘tüketici’ olarak kavramadır. Ama burada büyük kültür acenteleri vasıtasıyla kendini sunumlayan kültür endüstrisi, aldatıcıdır; tüketici daima aldatılan bir konumdadır’’(Kızılcıkelik, 2000: 225).

Yani egemen sınıf, kullanmak ve sömürmekten ibaret olan amaç ve ideolojisini yürütüp yayarken, insanları tüketim çılgını ve sorumsuzca sadece bugünü kurtarmakla yetinen kalabalıklar yerine koyar. Bunu yaparken de aslında kendi düzen ve statükosunu, ekonomik kazancını (daha da sağlamlaştırarak) devam ettirmiş olur. Bu yolda, elinde; şarkılardan, eğlenceli televizyon kanallarından, reklamlardan, gazete ve dergilerden, meşhur kimliklerden, yani kapsamlı ve düşünülmüş hazırlanmış kocaman bir paketten faydalanır. Popülerleştirilmiş *olan kültürel bir ambalaj endüstrisi paketinden yararlanır*.

Egemen sınıf, ustalıkla ve neredeyse karşı konulamaz bir ısrarla oluşturulmuş o paketi kullanırken de “Popüler kültürün bir yanıyla demokratik olduğu söylenebilir; hiçbir şey arasında ya da hiçbir şeye karşı ayrımcılık yapmaz”(Çağan, 2003: 58) ideolojisini gizliden gizliye kendine siper etmektedir denilebilir. Yani olay, esasında bir danışıklı dövüş değil; sersemletilmiş, gözleri kamaştırılmış olan potansiyel halk enerjisini – gücünü durmaksızın manipüle etme olayıdır.

Buraya kadar verilmiş olan popüler kültür ve kültür endüstrisi ile ilgili tüm görüşlerin hemen hepsinin başında, ortasında ya da sonunda ‘tüketim’ vurgusunun kullanıldığı da bir ayrıntı değil; gözden kaçırılmayacak kadar barizlik taşıyan bir vurgulama olarak değerlendirilmelidir. Tüketimin, kültür endüstrisinde ve popüler kültür dünyasında bu oranda göklere uçuruluyor olması, kapitalizmin hem zorunlu tuttuğu hem de aynı zamanda güç kullandığı sosyal ve iktisadi yaşam şartlarının bir gereğidir. Evvela kültür endüstrisi aracılığıyla üretilen ve dur durak bilmesine, es vermesine olanak tanınmayan bu tüketim olayının niceliği alabildiğine yüksek iken; niteliği ise son derece düşüktür. Yani kültür endüstrisinden çıkan kültür – sanat ürünlerinde çeşitlilik belki bol ama kalite az, alım amaçları görece farklı; ancak satış gayesi aynıdır.

Öyle ki kültür endüstrisinde “Değişik dergilerin ya da filmlerin değişik fiyat ve beğeniye hitap eder tarzda sunulması aslında bütünüyle tüketicileri sınıflandırma, organize etme ya da etiketleme olayıyla ilgilidir. ‘Kimse kaçamasın’ diye herkes için bir şeyler öngörülmüştür, farklar tasfiye edilerek birbirine uydurulmuş ve çekici kılınmıştır... Bütün tüketicileri kapsayacak çapta bir takım kategorilendirmeler yapılmakta, kimse de bunun neden böyle olduğuna ilişkin bir soru soramamakta, olayı olduğu gibi kabullenmektedir. Halka düşen görev, kendi tipi için seri halde üretilen ürünleri tüketmektir. *Birer istatistik malzemesi* olarak tüketiciler, propaganda mekanlarından artık bir farkı kalmayan araştırma mekanlarının haritalarında gelir gruplarına göre ayrılmaktadır”(Hira, Şan, Frankfurt Okulu ve Kültür Endüstrisi Eleştirisi: Web).

Popüler - kültür - endüstrisine yönelik Althusser’i de anımsatan bu fikirleri savunmak ve doğruluklarını onaylamak bir bakış açısı, bir duruştur elbette. Kuşkusuz bütün bu söylemler boşuna değildir. Ama o düşüncelere katılmak, onların eksik olabileceğini görmezden gelmeyi telafi edemez. Yani ‘popüler kültüre – kültür endüstrisine karşı yapılan bu tür kritikleri hedef alan eleştiriler’ de mevcuttur ve bir o

kadar önemlidir. Popüler kültür ile kültür endüstrisine yönelik yapılan eleştirileri de eleştiren çarpıcı ifadeler yine Aymaz'dan gelmektedir:

“Popüler kültürün ‘egemen sınıfın bakış açısını desteklediği’ ve bu nedenle toplumun ‘sessiz bir yığın’ haline geldiği kanısı? Oysaki toplumların sessizliği, bir başına popüler kültürün becerebileceği bir şey değildir. *Toplumların suskunlukları, daima, kendi tarihi ve kültürel birikimlerinin belli bir toplumsallık ‘anı’nda ortaya çıkmış sonuçları olarak yaşanır.* Örneğin ‘sessiz’ dediğimiz o ‘yığın’, kendi hakkına sahip çıkmayı mümkün kılabilmiş bir siyaset kültüründen gelmiş olsaydı eğer, sesini duyurmanın bir yolunu mutlaka bulur ve kullanırdı; *şimdi derin bir sükut’sa şayet, bu, onun epeydir sükuta uğratılmış olmasındandır*”(Aymaz, 2004: 12). Devam ediyor Aymaz: “Popüler kültür eleştirisi komplo teorisi olarak kurulamaz; toplumbilimsel bir tahayyül buna müsaade etmez. Kurulmaya çalışılırsa, toplumun gerçekliğinden hareket etmeyen, varsayılmış, koşullara göre yapılmış soyut bir eleştiri olarak kalır ortada. *Memleketin başına çorap örmeye niyetlenmiş bazı insanların sinsi ve hain planı değildir popüler kültür; o böyle işlemez.* Hem mademki bu kültür kitleler üzerinde bu denli etkili, o halde üretim kaynakları kadar, tüketicilerini de hesaba katmak gerekmez mi? Talep eden, izleyen ve beğenenler topluluğu olarak bu tüketicilerin tutucu ve ilerici potansiyelleri nedir, nasıl gerçekleşir, bu düşünülmez mi hiç? İnsanlar popüler kültür ürünlerini aptallıkları ya da kandırıldıkları için beğenmezler; *popüler kültür, kitlelerin içinde yer aldıkları reel hayat nedeniyle yaşamak zorunda oldukları kültürdür.* Bu nedenle popüler kültür kolektif bir yaşam deneyimidir. Tüm ideolojik içeriğine rağmen, bir kesimin geniş kalabalıklara empoze etmesiyle başlayıp biten, doğrusal bir hat üzerinde işleyen tek boyutlu bir süreç değildir. Dolayısıyla, bu kültürü nasıl bir toplumda konuştuğumuzu bilmemiz gerekiyor. Aksi halde içinde yaşanan toplumsal formasyonu dikkate almayıp eleştiri dışı tutan ve yalnızca ürüne, yani sorunca odaklanan eleştiri; her reklama, her filme, her diziye, şarkıya vs. tek tek komplo teorisi olarak bakmaya ve o şekilde anlamaya yazgılıdır”(Aymaz, 2004: 37 - 38).

İşte bu noktada, popüler kültürü dolayısıyla da kültür endüstrisini her anlamda ve alanda yaşayan *insanlar* devreye girmektedir; çocuk ya da yetişkinler, kadınlar veya erkekler... Yani, konuyu bir de, toplumun tamamını oluşturan büyük kesitleri ön plana alarak düşünmek gerekir. Çünkü popüler kültürü bilerek (özgürce) ya da bilemeyerek, tercihen (iradeli) veya mağdur (alternatifsiz bırakılmış) kalarak yaşayanların, hep

bahsedilen o kalabalıkların; sosyokültürel konumları, işleri – güçleri, cinsiyetleri, eğitim durumları veya siyasi görüşleri, demografik özellikleri de son derece önemlidir popüler kültürün genel gidişatında. Hatta insanlara ilişkin (hem bireysel hem de kitlesel derecedeki) elde edilecek bu duygusal açılımlar, popüler kültür ve kültür endüstrisinin toplumda niçin, rahatlama – kaçış – avunma – oyalanma - iletişim – paylaşım gibi o işlevleri gördüğünü ortaya çıkarma mevzunda çok daha manidar olabilir. İşte bu doğrultuda konunun biraz da duygusal yönüne ağırlık verilmelidir.

Popüler kültür bilindiği gibi, hayalci ve kaçış yanlısıdır. *Bir toplumun yücelttiği şarkıcılar, süpermenler, özel güçlere sahip kahramanlar, cesur lider kişilikler, şampiyonlar, güzeller, zenginler, ‘bir zamanlar’ için ‘bir şeylerin’ intikamını alanlar vs, o toplumun kaçıp sığınmak için yarattığı veya kendi gerçekleştiremediklerini gerçekleştirmek için kurguladığı kişiliklerdir.* Fakat paragrafın başında yer alan hayalci ve kaçış yanlısı tabirlerini aşağılama içeren tanımlar olarak anlamamak gerekir. Çünkü; *toplumun nelerden, kimlerden, hangi gerçeklerden kaçtığını tanımlamak, o toplumun en derinlerinde yatan korku ve düşlerini ele vermesi açısından önemlidir* (Kırtunç, Popüler Kültür Araştırmaları: Web).

Popüler kültüre, neredeyse *‘hayatlarının tamamını paylaşmak’* samimiyetinde ve boyutunda eşlik eden insanların değinilen bu psişik durumlarını bilmek, toplumsal anlamdaki eksiklikleri, eşitsizlik ve yetersizlik düşüncelerini ve tüm bunların neticesindeki hayal kırıklıklarını, içe kapanmalarını ve *‘mutluluk ertelemelerini’* gidermeye yardımcı olacaktır. Anlamak ve bilmek, çözmeye ve onarmaya eş değer derecede önemlidir. Bu nedenle popüler kültüre işte bir de bu perspektiften bakmak gerekir. Çünkü popüler kültür ve kültür endüstrisi bu yönüyle toplumsal düzen ve hiyerarşinin bir yansıması olarak azımsanmayacak bir kıymete sahiptir. Zaten toplumsal anlamda *popüler kültür ürün ve olguları estetik zevkler tatmak yolunda bir amaç değil, toplumu okumak için kullanılan bir araçtır. Kültürel anlamların, toplumu neden bu denli ilgilendirdiğinin, çok sayıda kişinin bu popüler kültür ürünlerini tüketirken nasıl bir dürtüye, hangi derdine çare olarak bu ürünlere, olgulara yöneldiğinin araştırılmasıdır.* (Kırtunç, Popüler Kültür Araştırmaları: Web)

Ancak bu araştırmayı, çalışmanın bu aşamasında şimdiden yapmaya soyunmak doğru olmayacaktır. Çünkü bu girişim, daha pek çok konuya açıklık getirmeyi şart koşar.

Bundan ötürü o okumayı, ilerleyen bölümlerin ardından popüler kültür öğelerinin bir genel harmanından yola çıkarak gerçekleştirmek gerekir. Zaten bu bölümdeki amaç; popüler kültüre, kültür endüstrisine mümkün olduğunca başka başka açılardan ve (en azından şimdilik) tarafsızca bakmak, enine boyuna düşünüp – tartıp sözü, onun en belirgin alanlarına devretmekti. Yani notalardan yükseler seslerin kulaklara neler ‘fısıldadığına’, hayal dünyalarını tıka basa dolduran filmlerin ‘kamera arkasına’, hemen hemen herkesi baştan aşağı kuşatan ‘gözde giysilerin’ herkesi nasıl da ‘aynılaştırdığına’, en çok okunan ya da gizlice resimleri kesilen ‘bomba haberlerin kofluğuna’. Ya da belki de bunların tam karşısında bulunan durumlara...

1.3.POPÜLER MÜZİK ÖZELİNDE DİĞER POPÜLER KÜLTÜR ALANLARI

“...Çünkü günümüz gündelik hayatının, reklamın ‘mış gibi’ yapan dünyasının egemenliğine girdiği düşünülür. Bundan dolayı giyim – kuşam, bedenler, çehreler hayatın öbür yakasından, imgesel yakasından; yani moda, sinema, reklam yakasından ve kent ikonografisinin sonsuz etkileyciliğinden yapılmış alıntılar haline gelir” Kenan Çağan

Bu başlıkta, popüler kültür denilince kafalardaki tasvirin oluşmasına sebep ve yardımcı olan en belirgin popüler kültür alanlarına, yine onların en önde gelen yönleriyle göz atılacaktır. Popüler kültürün kolları, burada ele alınacakların sınırını aşacak denli çeşitlilik gösteriyor olabilir. Fakat hepsinin içinde, en büyükler kabul edilen söz konusu üç kolun (müzik, sinema, moda) ihmalı, işi kuşkusuz ki noksan bırakır. Çünkü onlar popüler kültür hakkında söylenecek ve arkasında durulacak sözlerin, toplumdaki teşhiri için örnek birer gösterge özelliğindedir. Genel olarak medya ve televizyonsa, ‘Dünya’yla ilgili her şeyi ama her şeyi içine alıp yansıttığından, ayrı ve daha büyük bir başlığı hak etmektedir.

Popüler kültürü; hem yaşamsal hem bir bakımdan kolay, eş değerli olarak da çok çok normal kılan başlıca yönü, toplumun tamamına yayılmış durumdaki araçları kazandırmaktadır. Öyle ki popüler kültürün, *kendini gerçekleştirdiği* öğelerinin hemen hepsi, insanlar için artık vazgeçilemez birer hayat belirtileri gibidir. Yani müzik dinlemek, film izlemek, güzel ve güncelden haberdar olarak giyinmek ya da tüm bunları yapanları – yaptırانları okuyup takip etmek, izlemek gibi eylemleri kendi özel ve özgün durumları ne olursa olsun herkes yapmakta ve yaşamaktadır. Ancak dikkat edilecek *ince vurgu, bu son derece masum gelişimleri ‘popüler kültür’ ortamı içinde düşünmektedir.* Çünkü popüler olan her eylem, paylaşım, yaşantı, sanat veya sanatçı artık özel durumundan, anlam ve ifadesinden sanki başka bir forma dönüşmektedir. Bu bir yergi değil; aksine, işin kaçınılmazmış gibi duran tabiatıdır adeta.

1.3.1. Popüler Müzik

‘‘Aristo bile popüler kültürü tanımlarken müziği örnek verir’’ Veyse! Batmaz

Popüler kültür yazılarında pop - popüler müzik, her zaman başı çeken en önemli alanlardan biri olmuştur. Popüler kültürde ve ondan anlaşılanlarda müziğin yeri apayrıdır. Çünkü popüler müzik bu ve buna benzer çalışmalar için (belki de müziğin sihrinden olsa gerek) iyi bir çıkış noktası sayılır. Ancak bu genel kabulün aksini benimseyen, bu görüşü eleştiren yaklaşımların da bulunduğunu eklemek gerekir. O eleştiriler; ‘popüler kültürü salt popüler müzikle sınırlandırıp başka veri veya unsurun işlevselliğini görmezden gelmek, azımsamak olarak gördükleri ‘popüler müziğe bu derece ehemmiyet vermeyi’ yetersiz bulurlar.

Popüler kültürün müzik haricinde başka önemli ilerleme alanlarına sahip olduğu şüphesiz doğrudur. Ama belirtmek gerekir ki popüler müzik kültürü; neredeyse tüm popüler ortamlara el atarak, diğer pop öğelerini de bünyesinde taşıyarak, kendini son derece büyük ve renkli *bir sektör* halinde devam ettirmiş ve bugünlere kadar ulaştırmış bulunmaktadır. Yani popüler müzik sadece şarkıcılar ve onların icra ettikleri şarkılardan ibaret değildir. İşte bu ilk neden bile müziği (o eleştirilerin söylemek istediğini çürütürcesine), popüler kültür incelemelerinde başköşeye oturtmaya kafi görünmektedir. Popüler müzik, bu ‘gözde’ konumunu, başka pek çok niteliğiyle de perçinlemektedir. Bu pekiştirmeleri açmadan yani popun (aslında hep aynı şarkıları çalan ama her seferinde merak ve büyük bir ilgiyle açılıp dinlenen) o meşhur müzik kutusunun kapağını aralamadan evvel, diğer sanatlar içinde en olağanüstü etkilere sahip *müziğe* dair birkaç cümle sarf ederek söze başlamak, bir kulak dolgunluğu açısından fayda getirecektir.

Bilindiği gibi müzik, insan hayatında her zaman var olmuş ve varlığı devam edecek olan bir sanattır. Bu nedenle anlamlı ve güzel sesleri çıkaran, çalan, dinleyen, başkalarına dinleten yani müziği yaşayan ve yaşatan birilerinin, topluluk veya toplumların herhangi bir zaman diliminde, herhangi bir yerde bulunmadığını ya da yaşamamış olabileceğini söylemek, herhalde gerçeğe küsmüş ve en safça ileri sürülmüş söylemlerden biri olacaktır. Çünkü ‘‘Müzik, var oluşsal özümüzün ve var oluş tarzımızın, evrensel ölçekte kabul gören bir sentezidir; kişisel, sosyal ve kültürel anlamlandırmalardan oluşan

ve diğerk iletişim biçimlerine benzemeyen bir harmanlamadır”(Lull, 2000: 11). Bu haliyle de müzik yalnızca yan yana getirilmiş notaların ritmik oyunundan, kulak okşayan insan seni namelerinden ileride, bunlardan daha öte yerlerde bulunan bir şeydir.

Müzik, duyguyu, deneyimi, bilgiyi, hayali; iletir, duyumsatır, canlı tutar. Bunu yaparken de aynı zamanda çok büyük bir ortaklık, bir paylaşım duygusu yaratarak toplumsal bir işlev görmüş olur. Müziğin özellikle de bu türden nitelikleri, aslında, onun iletişim yönünü çağrıştıran bir içeriğe sahip olmasını vurgulamaktadır.

Toplumsal açıdan “*Müziğin iletişimsel etkisi dinleyiciye doğduğu yeri, dinsel inanışlarını, sosyal etkinliklerden duyduğu hoşnutluğu, gönül ilişkilerini ve çalışma yaşamını; kısaca kişiliğin oluşmasına katkıda bulunan bu yaşanımları kısmen veya tümüyle simgelemesi nedeniyle, bir güven duygusu vermek şeklindedir*”(Lull, 2000: 52). Müziğin bu güven duygusunu vererek en ilkel vakitlerde olsun bugünün zamanında olsun hayata hâlâ eşlik ediyor olması, onun bazı toplumsal işlevleri üstlenmiş olduğunun en somut kanıtıdır. Destekler biçimdedir ki Sağerk için de “Müzik, bireyin ve toplumun kültürel yapısının ayrılmaz bir parçasıdır. Bireyin doğduğu andan ölümüne kadar olan süreçte müzik yaşamın içindedir. Gerek ilkel toplumlarda gerekse gelişmiş toplumlarda müziğe bazı fonksiyonlar yüklenmiştir: *Müzik, bazen dinsel tapınma aracı, bazen eğlence, bazen de üzüntü ve acıların simgesi haline gelmiştir...*”(Sağerk, Müziksel Beğenide Sosyal Statünün Rolü: Web).

Bunlarla beraber, genel anlamıyla müzik denen sanat ile ‘pop ya da popüler müzik formunun’, biçim ve içerik noktalarında ayrıştığına değinmeden olmaz. Müzikte bu ‘derinlik ve kalite farklılaşmasına’ yol açan sebeplerse, sanat ve sanatçının, içinde bulunduğu ortam ve şartların getirilerine ‘boyun eğme zorunluluğunda’ aranabilir. Zaten müziğin popüler müzik ve popüler kültürle bağlantıları da, o zorunluluklarda gizlidir.

Müziğin, günümüzdeki en belirgin türleri arasında işlevsel bir ayrım yapıldığında söylenebilir ki; “Geleneksel müzik; bir halkın birikimini dile getiren gereksinimleri temsil eder; klasik müzik, sanatsal doyumunu karşılamayı amaçlar; popüler müzik ise genellikle eğlence gereksinimine yönelir. *Gerçekte popüler müzik türünün bütün dönemlerde daha fazla ilgi gördüğü söylenebilir*; ancak 20. yüzyılda onun yaygınlığı, radyo, televizyon, plak ve film endüstrisinin kazandırdığı ivmeyle olağanüstü derecede

genişlemiştir. İstatistiksel bilgilere göre günümüzde kaset ve kompakt disk satışında popüler müzik türünün payı %92 dolayındadır’’(Özeren, Popüler Müzik ve Toplumsal Yaşam Kalitesi: Web). Bu rakamlar Türkiye için konuşulduğunda ise ‘‘Pop müzik türünün beğeni oranı (diğer müzik türleriyle kıyaslandığında) % 47’ye kadar çıkmaktadır. Bu oran (müzikteki) genel Türkiye ortalamasının yaklaşık üç katından fazladır’’(Mete, 1999: 69).

Popüler müziğin daha önce değinildiği gibi, artık sadece pop şarkıları ve şarkıcılarını hatırlatan bir dal olmaktan çıkıp bir sektör haline geldiği yukarıdaki verilerden de kestirilebilir. Kaldı ki buna kimsenin itirazı yoktur. Popüler müziğin şimdilerde, başlı başına bir kültür ve endüstri sahası oluşturduğu kanısı, herkesin üzerinde tereddütsüz hemfikir olduğu bir yargıdır. Sorun, bu yargının oluşumunda su yüzüne çıkmaktadır.

Pop müzik kültürünün içeriği; şarkılar - yorumcular, besteci ve söz yazarları, konserler, klipler, dergiler, festivaller, pop yıldızlarıyla röportajlar, filmler vb. öğelerle doludur. Üstelik bu doluluğun yoğunluğu her yeni şarkı, şarkıcı ve bunların yaptıklarıyla daha da artmakta, kıvamlanmaktadır (Storey, 2000). Pop müzik kültüründeki söz konusu bu gelişmeler, günümüzde, kendine yetişilmesi zor bir süratle yol almaktadır. Alınan hızlı yolla paralel olarak popüler müzik kültüründeki her şey, maddi bakımdan artık daha da hesaplı ve dolayısıyla da mesleksi ahlaka uzak bir rekabet anlayışında gerçekleşmektedir. Ve bunun sonucunda ortaya, kurgucu ve avutucu bir sanatsal/kültürel yapı konmakta - kondurulmaktadır. Popüler müzik dünyasındaki bu çelişkili karmaşaya ilaveten, işin içine bir de *büyük paralar* girince, sanatçının sanatsal hassasiyetiyle ve vermek istediği mesajla, karşısındaki ‘obur’ dinleyici ve halk arasındaki mesafe daha da açılmaya başlamıştır. Konuya bu noktadan bakıldığında akla, elbette *yabancılaşma* gelir.

Popüler kültür ve popüler müzikte söz konusu gelişmeler ile yabancılaşmanın bağlantısı hakkında Lull şöyle der: ‘‘Pop, Marx’ın yabancılaşma olarak adlandırdığı duruma güzel bir örnektir. İnsanlar bir şey bizden alınıyor ve bir meta olarak bize geri dönüyor. Şarkılara ve şarkıcılara tapıyor, onları yüceltiyoruz ve onları istediğimiz zaman dinlemenin yolu da eseri satın almaktan geçiyor; yani elimizden para çıkması gerekiyor’’(Lull, 2000: 73).

Aslında dünyada her şeyin bir maddesel değerin olduğu gibi, olmasa da adeta oldurulduğu gibi; klasik ya da pop, kaliteli veya ucuz da olsa icra edilen sanatın da (mesleki ve profesyonel alanda - anlamda) bir karşılığının bulunması kaçınılmazdır. Yani yapılmakta olan işin (ister sanat isterse başka bir meslek) bir takdiri ve bir karşılığı muhakkak ki olmalıdır. Çünkü eğer o karşılık yoksa (ya da yeteri kadar yoksa) işte o zaman vasıfsızlığın yaşanması muhtemel olacaktır. Bahsi geçen karşılık, sanatsal çerçevede alkış veya hürmetin yanı sıra paradır da. Yani sanat merciinde para, evet önemlidir. Çünkü (bilhassa da günümüz dünyasında) kötü şart ve yetersiz olanaklarda, sıradanlık derecesine inmiş yaşam koşullarında yani parasızca yaratı çıkarmaya çalışan bir sanatçının kendisine, insanlara ve sanatına has duyacağı kaygıların yerini daha çok günlük sıkıntılar devralacaktır. Böylece sanatçının özellik ve özgünlüğü yıpranacaktır. Yani sanatçıya bu anlamda, yaptığı işte tamamlayıcılık ve konfor yaratması anlamında para gereklidir. Para sanatta işte bu bakımdan işlevseldir.

Öte yandan sanatı ve sanat eserlerini alıp edinirken, söz konusu para harcama durumunu, kullanıcılar, dinleyiciler açısından da ele almak gerekir. Ekseriyetle söylenilebilir ki; zorlanmadan elde edilen ya da birilerince bahşedilen herhangi bir şey çoğunlukla kolay, basit ve hatta değersiz yakın olarak bile görülebilir. Genel olarak tüm insanların sahip olduğu bu anlayışta, bahşedilen o şeye karşı ciddiyetsiz bir tavrın doğması da yüksek ihtimal kazanacaktır. Öyle ki deyim yerindeyse yaşamda her nimetin bir külfeti vardır (hep var olmuştur zaten). İşte sanatçı için külfet emek –yetenek- çalışmaysa; alıcı için de para olabilir. Fakat meselenin hassasiyeti, bu tür sanat harcamalarının yönlendirilmesindeki niyet ve boyutlardadır. Yani insanların elinden çıkan o paraların, onları kullanmaya veya kandırmaya, üzerlerinden abartılmış pozisyonlar sağlamaya dönük olanlarına elbette karşı durmak gerekir. Kısacası, sanatsal bir şeyi edinmek için para harcayan seyirci ve dinleyicilerin gözden çıkardıkları o paralar, aradıkları sanatsal olgularda gerçekten bir karşılık bulduğunda anlam kazanacaktır. Kaldı ki, insanların daha kaliteli ve yaratıcı eserlerle karşılaştıklarında duyacakları tatmin ve haz karşısında para, zaten umursamayacakları bir konu olacaktır.

Kısa da olsa üzerinde biraz düşündükten sonra şimdi, ideallerden veya kişisel fikirlerden çark ederek reel yaşama ve popüler müziğin içinde bulunduğu konuma yeniden dönmek gerekir.

Aslına bakılırsa Marx'ın dile getirdiği poptaki yabancılaşmaya neden olan faktörlerin, sanat veya sanatçının, dinleyici ya da izleyicilerin kişisel durumlarını aştığı söylenebilir. Söz konusu yabancılaşma faktörleri, özünde, *kapitalist düzeni* vurgulamakta olan başat değerleri işaret etmektedir. Bu değerler; *ideoloji, teknoloji, kâr, küreselleşme* yahut genel anlamda '*sistem*' gibi isimlerle etiketlenerek, uzayıp gidebilecek bir listeyi tıka basa dolduracak kadar çoktur. Bu anlamda, popüler müziği de söz konusu kapitalist değerlerden bağımsız düşünmek zordur. Çünkü popüler müzik, o değerlerin hüküm sürdüğü bir ortam ve toplum içerisinde üretilmektedir.

İşte günümüzün bu ortam ve toplumu düşüldüğünde denilebilir ki “Batı Müziği tarihinde popüler müzik çeşitlerinin 20. yüzyılda olduğu kadar ağır bastığı bir dönem yaşanmamıştır. Dolayısıyla hem müzikbilim bakımından, hem eğitim bilimi açısından ‘popüler müzik’ gerçekliği önem taşımakta, günümüzün uygar dünyasında müzikolog ve pedagogların yanı sıra müzik sosyologları ve müzik psikologları da bu konuya ciddiyle eğilmektedir” (Özeren, Popüler Müzik ve Toplumsal Yaşam Kalitesi: Web). Ve bahsi geçen müzik sosyologları arasında en bilinenlerden biri de kuşkusuz Adorno’dur.

Adorno, kapitalist kültür ve zihniyetle, müzik (klasik – ciddi ama en çok da popüler müzik) arasındaki bu eklemcilik - bütünlük fikrini onaylar. “Adorno’ya göre kültürel fenomenler, her alanda olduğu gibi müzikte de, ne tam olarak ayrı – bağımsızdır ne de sadece bir yansımadır. Çağımızda müziğin sosyal gerçeklikten bağımsız olabilmesi ise sürekli olarak artan bir tehditle karşılaşmaktadır. Aslında *kapitalizm çağında, özellikle de 20. yüzyılda müzik, bir meta karakteri taşımaktadır. Müzik kullanım değerinden çok, değişim değeri tarafından yönlendirilmektedir...* Çağımızda müziğin işlevleri değişmiş, müzikte fetişleşme öne çıkmıştır. Gerçek ikilemse, Adornocu anlayış bağlamında, ‘hafif – popüler müzik’ ile ‘ciddi müzik’ arasında olmayıp ‘pazar yönelimli müzik’ ile ‘pazar yönelimli olmayan müzik’ arasındadır” (Kızılcıkelik, 2000: 209, 213). Ancak pazar şartlarının bu kadar ağır bastığı bu güncel koşullarda pazar yönelimli olmayan müzik sadece opera/balelerde, devlet törenlerinde ya da bohem havaların solunduğu – solunabildiği özel evlerde yaşayabilmektedir. Yani gittikçe küçülene değil; büyüyene ilginin artması bir bakıma normal ola gelmektedir

Kayıkçı’nın aktarımıyla karamsar havasını bozmadan sözlerine devam eden “Adorno, sanatta, özellikle de müzikte, reklamın ve bunun sonucu olarak dayatmanın

önemini vurgulamaktadır. Genel olarak düşünüldüğünde, *izleyici, reklamı yapılan maddenin üstün gücüne teslim olmakta, dayatılan malları kendine ait kılarak ruhsal huzur satın almaya çalışmaktadır*. Adorno'nun bu değerlendirmesi müzik açısından da geçerlidir. Burada ruhsal huzur satın alma, kişisel zevk olarak tanımlanmakta ve kişinin, kendisine yutturulan şeyle özdeşleşmesi sonucu oluşan pasif bağımlılığın reddedildiğini belirtmektedir. Anlaşıldığı üzere, müzikte de özgür ve bilinçli bir seçimden bahsetme olanağı bulunmamaktadır. Çünkü hem ağır, hem de hafif müzikte çağdaş pazarın değişim değerleri egemen olmuş, müzik, kolay hazmedilen bir mutfak nesnesi halinde servis edilir hale getirilmiştir''(Kayıkçı, Adorno'nun Kültür Endüstrisi Kavramı Üzerine: Web).

Fakat tüm bunların bir de dinleyiciler tarafından değerlendirilmesi gerekir. Çünkü durumun böyle olduğunun ayrımında olmayan dinleyici gözüyle (ki varsayım ve tahminler, bu türden bir kesimin her zaman çoğunlukta olduğu kanısındadır) popüler müziğin işlevleri; yalnızca ya da hâlâ 'estetik doyum, anılara yolculuk, romantizm, isyan veya muhaliflik gibi ifadelerin karşılığında aranabilmektedir. Bu takdirde de dinleyiciler, büyük patronlar, üst sınıflar ve doyumsuz şarkıcılar tarafından yönlendirilmeleri sürdürülecek olan müzik severler daha doğrusu *müşteriler* olarak tanımlanmaya devam edeceklerdir.

Pop müziğin içinde bulunduğu ortam ve ilişkilerin biçimsel - ideolojik durumu, özetle yazık ki işte bu yönde seyretmektedir. Yani "Günümüzde, müzik üretim endüstrisi en zengin endüstrilerden biridir. Müzik ekonomik bir emtiadır. Kullanım biçimi ve değeri psikolojik ve kültürel bir karakter taşımaktadır; fakat bu kullanımı teşvik eden ve yönlendiren endüstriler için müzik, emtia pazarında alışveriş değerine sahip olan bir maldır''(Erdoğan, Solmaz, Sinema ve Müzik: Web). Bundan ötürü de basmakalıp şarkıların tatsızlığı ve şarkıcılara önceden biçilmiş imaj kılıfları, hazırlanmış paketlerle maskelenmektedir. Bunun karşısına koyulan 'halk bunu istiyor – dinleyiciler böylesini tutuyor' savunmasıyla da duygusuzlaşmış bu işleyiş, haklılaştırılmaya çalışılmaktadır. Aslında bu durum bir kısır döngüye işaret etmektedir. Çünkü mesele diğer taraftan düşünüldüğünde; halkta yansımaları bulamayan hiçbir popüler kültür ürünü ve imajının kazanç sağlamayacağı da bir gerçektir. Yani her şey o denli zorlama ve kalıptan çıkma bir biçimde olmaya da bilir.

Bu planlar ve müzikal platform, (sanatla bağdaşmasa da) endüstri ve ticaret mantığında evet, belki işe yarar yöntemler olabilir. Ama uzun vadede düşünülürse eğer, olay tamamen bir başka şekilde karşımıza çıkabilir. Storey bunu şöyle dile getirir: “*Müzik endüstrisi, belki müziğin üretildiği repertuarı belirleyip kontrol edebilir; fakat asla müziğin nasıl kullanılacağını ve kullanacak olanların ona yükleyeceği anlamları belirleyip kontrol edemez*” (Storey, 2000: 119). Popüler müziğin göz ardı edilememesi gereken ama bir o kadar da gözden kaçırılıyor gibi görünen başkaca yönü işte bu sulardadır.

Müziğin kullanımı ve anlamlandırılması noktasına atıfta bulunan Storey’in yukarıdaki o ifadesi, açıkça, popüler müziğin farklı bir boyutuna el vermektedir. Yani onun duygu ve yaşanmışlıktan arındırılması güç olan boyutuna göz kırpmaktadır. Bu nedenle müzik konusu noktalanacakken popüler müziğin ihmal edilemez bu yönüne de ışık tutmak gerekir. Zaman dilimlerinde bir hafıza tazelenmesine gidilir ya da güncel eğilimlere bakılırsa anlatılmak istenenler netleşebilir.

Örneğin eski şarkılar kolayca unutulmaz, bir dönemin hitleri hep hatırlanır mesela. Vakti zamanında ortaya çıkmış ilkler ve onların şarkıları çok farklı yere kurulmuştur toplumların anılarında. Şarkılar, toplumu toplum yapan ‘beraberlik ve biz’ hislerini (ortak arzu, korku, özlem veya gayelere seslenerek) titrettilerse belli vakitlerde, ifadeleri karşılık bulduysa ya da buluyorsa halen insanların ruh ve zihinlerinde, bir şekilde yine aynı duyguları okşamaktaysalar, onlar canlı kalmakta ve bazı değerleri taşımakta, temsil etmektedirler. Yani adı ve kalitesi ne olursa olsun, müzik, toplumsal bakımdan işte böylesi duygusal işlevlere de maliktir. Zaten toplumların yaşamları ve ilerleyiş yordamları, en temelde, duygular ve hislerle bağlantılı değil midir?

İşte bütün bunlar toplum içinde bazen keşifler, bazen icatlar veya onları anlatan kitaplar, yazınlar gibi ürünlerle ortaya çıkabileceği gibi, bazen de şarkılarla dile gelir. Ve bunları hatırlatan, yansıtan, koruyan şarkılar da en başta bu nedenle önemlidir, değerlidir. Yani müzik, ürünlerinin ve alıcılarının ismine – cismine farklı anlamlar ve damgalar vurulsa da, bu yönünü kaybedeceğe pek de benzemeyen bir sanat birimidir. Ve müziğin bu yönünü, ne tür bir inceleme yapılırsa yapılsın elden bırakmamak gerekir.

1.3.2. Sinema

Popüler kültürün fevkalade etkin görüngülerinden biri olan sinema, bilindiği üzere yedi büyük sanat dalına (resim, müzik, tiyatro, opera, bale, plastik sanatlar ve sinema) en son dahil edilmiş olandır. Sinema, kendisi için verilmiş olan bu kararın, nasıl da doğru ve yerinde bir değerlendirme olduğunu, kısa zamanda gösterdiği korkunç büyüme ve gelişme eğrisiyle ispat etmiş bulunmaktadır. Sinemanın izlenim, talep ve yayılım süreçlerindeki göz dolduran bu başarısının ardında, aslında sır olmayan son derece etkili bir şeyi yapıyor olması yatmaktadır: *Görüntü ve sesi birleştirmesi*. Öyle ki; görüntü ve sesin birlikte kullanımı demek (yani her türlü müzik, dans ve efekti kaynaştırmak); anlamayı, öğrenmeyi, beğenmeyi ya da benimsemeyi kolaylaştırmak demektir. Tabi bunun beraberinde, verilmek istenen açık ya da gizli, kişisel ve toplumsal mesajların iletilmesinin hızlanıyor olması da gelmektedir.

İnsanların, bir gerçekliği ya da soyutlamayı hem görüp hem de işiterek daha kolay alabilmesinde ve özümsemesinde ses - söz ve görüntünün eş zamanlı bir taktikle verilmesi, tek bir boyutun kullanımına nazaran (sadece görmek yahut duymak gibi) her zaman daha yüksek bir başarı getirmiştir. Sinema (ve televizyon) işte bunu becermiştir. O nedenden ötürü herhangi bir imaj, niyet veya ana fikir neyse onu sinemayla ve sinema oyuncularıyla aktarmak, izletmek ve kabul ettirmek daima daha geçerli ve etkili bir yöntemdir.

“Bugünkü haliyle sinemanın ortaya çıkışı 19. yüzyılın son birkaç yılına tekabül eder. Hareketli fotoğraf yaklaşık 1890’a kadar teknik olarak mümkün hale gelemedi. Hareketli resimleri ilk kez halka gösterenler Fransızlar olsa da kısa filmler ilk kez 1895 yılında Lumiere kardeşlerin gerçekleştirdiği gösteriyle başlamış oldu. Hemen hemen aynı anda Paris, Berlin, Londra, Brüksel ve New York’ta gösterime sunulan filmler, sinema tarihinin de başlangıcını işaret ediyordu”(Çağan, 2003: 219). Ve böylece Avrupa’nın sinema şeritlerinden önce yakın komşulara, sonrasındaysa her bir yana yansıyan o filmler ve içindeki ünlü yüzler, evler, yaşamlar yeni bir popüler kültür alanının fitilini de ateşlemiş oluyordu.

Sinema yoluyla, farklı farklı toplumların kendi bünyelerinde, kendilerine has kurup geliştirdiği hayaller, idealler ve planlar da böylelikle (en başta görsel ve biçimsel anlamda) değişmeye, bir başka şekilde vücuda gelmeye başlıyordu. Çünkü tüm bu olup bitenler Avrupa'nın, Avrupa sinemasının gözünden gerçekleşiyordu. Bu hizmeti onlar sunuyordu dünyaya; kendi teknolojileriyle, kendi kültürel öğeleri ve simgeleriyle... Dolayısıyla Avrupa sinemasının içerisinden yansıyan o hayali görüntüler de, henüz 'izleyici' konumundaki toplumların bilinç dışına itiliyor, işleniyor ve baskılanıyordu.

Bu eğilim hız kesmeden ilerlerken Çağan'ın ifadesiyle "Sinema, doğumundan çok uzun olmayan bir süreden sonra Amerikan sinemasıyla daha doğrusu Hollywood ile özdeş kılınır oldu ki *Amerikan sineması, bir kültür taşıyıcısıdır. Çok kültürlü bir toplum olmasından ve pazarın gerçeklerini çok iyi kavramasından dolayı Amerikan sineması, bütün kültürlerle seslenebilmeyi hedeflemiştir...*" (Çağan, 2003: 221 - 221). Ve şüphe yok ki Amerika, bu hedefini gerçekleştirmiştir. Dahası o hedef, kültürel renkleri çeşitlemekten ve birleştirmekten ötelere dahi varmıştır şimdi. Yani başka popüler kültür ürünlerinin üzerine sinemanın (Amerikan ve Avrupa sinemasının) da eklenip araç edilmesiyle, zaman geçtikçe 'ötekilerin' hayatları, alışkanlıkları, sanatları, işleri – güçleri, kadın ve erkekleri ile tüm bunların senteziyle şekillenen *popüler kültürleri*, neredeyse tek istikametle Batıya evrilmeye yönelmiş, yöneltilmiştir. Çağın ekonomik gelişmeleriyle ve güncel sosyo – kültürel ve politik konjonktürle beraber, genel olarak Batı ismiyle anılabilecek sinema sanatının - endüstrisinin ideolojik boyutları, toplumların yaşantılarına önlenemez akışkanlıkla işte böylelikle serpilmiştir. Fakat bu serpilme, tabi ki bir ders edasında değil; kurgusal, görsel ve çeşitli bilinç hareketleriyle 'izlenebilir' niteliktedir.

Öyle ki "Günümüz sinema endüstrisinin ürünlerinin temel karakterine bakıldığında sinemasal temsilden geçerek modern mitlerin yaratıldığını görürüz. Geleneksel mitolojiler teolojik temelli öykülerdir. Mitlerin yaratılmasında özel, istisna, yanlış, geçersiz, hayal ve sadece belli koşullarda doğru ve geçerli olanlar; normalleştirilir, yüceltilir ve evrenselleştirilir. Egemen mit inşasında temel amaç; var olan bir sosyal yapıyı meşrulaştırmaktır. Sinema, müzik, reklamcılık ve diğer kitle iletişim medyasıyla gerçek olarak sunulan temsillerle 'gerçek, yeniden inşa edilir' ve bu 'inşa edilen', gerçeği tanımlar ve gerçeğin yerini alır. Sinemada daima bir tür suç ve ceza, suçlu ve suçsuz, cezalandırılan ve cezalandıran, doğru ve yanlış, iyi ve kötü, güzel ve çirkin, haklı ve haksız, umutlar ve umutsuzluklar vardır. Bütün bunlarla ilgili belirsizlikler ve gerginlikler

yaratılır ve sonunda çözüm getirilir. Bütün bunlarda; daima meşrulaştırılmış mülkiyet düzeni, bu düzendeki ilişkiler, bu ilişkilerin ihlali ve sonunda düzene geri dönüş ve düzenin tamiri vardır”(Erdoğan, Solmaz, Sinema ve Müzik: Web).

Popüler kültür de, kitle iletişim araçlarıyla yapılan bu ‘çok kanallı uzaktan kumandanın’ sadece bir düğmesini oluşturan sinema sanatının – endüstrisinin (yukarıda bahsedildiği türden bir içerik kullanılarak) taşıdığı üstü örtük maksatsa aslında açık bir kuralı hatırlatır: ‘*Kendine benzeyenin, kendine sempati duyanın, bu doğrultuda istenildiği gibi olanın çok daha kolay yönlendirilebileceği, yönetilebileceği kuralı*’nı... Böylelikle de sinema (diğer popüler kültür alanları için de geçerli olduğu gibi), müthiş bir popüler tutku, araç ve eğlence kaynağı haline gelmektedir.

Sinemayı, bu oranda dış kaynaklı vurgularla değerlendirirken alınan temel, özünde onun tamamen dışarıdan yani orali olmayanlar için Batıdan gelen bir sanat dalı olmasından kaynaklanmaktadır. Lakin ulusal sinemalar için de vaziyetin benzerlik gösterdiğini ileri sürmek yanlış olmaz. Örneğin herhangi bir ülkenin sineması olabildiğince yerel öğeler taşısın, dili başka, canlandıranları başka olsun, derinlere sinmiş olan ve içten içte okunan ezber benzerdir. Birilerine, bir yerlere imrendirilmek - özendirilmek, izleyenleri onlara ve oralara çağırmak... Tüm bunlardan hareketle (hiç düşünülmemiş olmamakla beraber) akla şu şekilde bir yargının gelmesi kuvvetle muhtemeldir: O halde toplumlar, kendilerine (başka popüler kültür araçlarıyla beraber sinemanın da kullanımıyla) bu gibi amaçlarla yöneltmiş olan etkilere dur demeliler, esinlendirmek yerine dönüştürmeyi ya da uyuşturmayı andıran bu ‘göster ve kaç’a’ mücadele etmemeliler.

Bu fikriyat, evet mantıklı hatta lüzumlu bir görüşü açığa çıkarmaktadır. Ancak bu düşüncenin ne derecede makul olduğu tartışılır. *Çünkü orman kuralları içinde yaşamıyor olsak da, dünyada, doğadakine benzer bir biçimle işleyen ‘güçlü olanın haklı sayılması!’ gerçeği, bu ve benzeri sorunsalları hem açıklar hem de aynı zamanda onları sorgulamayı bastırır.* Söz konusu güçlülük her anlamdaki (para, teknik, silah, fizik gibi) üstün gelme durumlarını karşılar. Yani (konuyla alakalandırılarak ifade edilebilir ki) dolaylı olarak gösterenler, teşvik edenler ve verenler; almaya alıştırılmış veya şartlandırılmışların giyiniş ve davranışlarında, izlediklerinde, genel dünya görüşlerinde, çalışma alanlarında ya da sosyal sistemlerinde egemen olmayı ısrarla gözleyecek ve isteyeceklerdir.

Sinemadan yola çıkılarak öne sürülmüş olan bu görüşler, elbette yalnızca sinemayla üstesinden gelinebilecek durumlar değildir. Ancak açıklanmaya çalışıldığı üzere sinema ve sinema starları, izleyicilerin (ki sinemanın izleyici kitlesi, televizyondan sonra gelen en geniş kitledir) karşı tarafın istenen kıvama getirilmesinde kullanılan mükemmel araçlardır. Tıpkı televizyon için de doğrulanabileceği gibi sinema, yaratmış olduğu yıldızlarla, gösterip tanıtmanın bin bir yolunu keşfetmiştir. O en sevilen kişilik ve karakterlerle, vermek istenilenlerin unutulmaya yüz tutmasına izin ve imkan bırakılmamaktadır. Ve unutulmamalıdır ki, tüm bu amaçlar uzun vadede işe yarayacak türdendir. Fakat bir de bütün bunların sonucunda insanların eline ne geçtiğine bakmak gerekir. Çünkü sinema sektöründe yer alan oyuncu ya da yapımcıların ellerine ne geçtiği bellidir.

Seyirciler açısından düşünüldüğünde, sinemanın tek ya da en büyük boyutunun, ifade edilenlerden ibaret olduğunu çağrıştıracak böylesi açıklamalar, sinemaya haksızlık etmek anlamına gelebilir. Çünkü sinema filmleri ve yıldızlarıyla da insanların hayal dünyaları pekala geliştirilebilir. Sinemayla da yeni yerler ve ilişkiler tanınabilir. Görsel kurgular zenginleştirilebilecekken, kişisel derecedeki izlenimler ulusal ve uluslar arası menzillere taşınabilir. Öte yandan televizyonun, (sinemanın kendisi da dahil) neredeyse her şeyin yerini tuttuğu günler henüz gelmemişken, sinemanın (müzikle beraber) insanların hayatlarında çok ayrı bir yer tuttuğu da hafızalardadır. Kaldı ki sinemanın hâlâ var olan kemik izleyicisi yok sayılamaz. Yani sinema filmleriyle, sinema starları ve onların gösterdikleriyle hep beraber sevinip üzülmek, hayallenmek, özdeşim kurmak, yaşanmış ve yaşanmaya devam edilen eğlenceli, hatta gerekli de bir iştir. Bu sebeple, *başta sabır ve zaman isteyen, türlü imge ve tekniklerle bezenen, gerçekten küçümsenemez bir eforla yoğrulan sinema filmleri, yalnızca sanat ve insan adına var olma iddiasına inanıp bu doğrultuda emek harcıyorlarsa, muhalif veya düşündürücü öğeler taşıyabiliyorsa; paranoyak bir tavırla dahasını kurcalayıp aramak gereksizdir.* Ancak mesele bu kadar masumane, duygusal veya anlık, günübürlük değildir. Ne kadar öyle duruyor olsa da o kadar sade ve izle – unut cinsinden basit değildir.

Diğer popüler kültür araçlarında olduğu gibi sinema sektöründe de güdülmekte olan ideolojinin, anlatılan sanatsal endişelere ve yaşamsal öykülere eşlik eden duygu ve düşünceleri örtmeye yetecek kadar yoğunluk taşıdığı değişmez bir gerçektir. *Her şey bir yana; her ideoloji, maksat, araçsal konu ve karakterler bir tarafa, sinema; bir popüler*

kültür aracı olarak kitleleri salonlara veya ekranlara bağılıorsa, bu, yapımcı ve yıldızlar için kâr ve para dürtülerini uyandıran bir sonuç olarak alınabilmektedir.

Diğer taraftan akıldan çıkarmamak gerekir ki “Sinema dahil kitle iletişimiyle, kitleler için haber denen merkezileşmiş dedikoduyla ve eğlence denen bilinç yönetimiyle, endüstriler için işlevsel olan bilgisizliğin ve cehaletin üretimi yapılır. Bu bilgisizlik ve cehalete bilgiçlik taslatarak kitleler yönetilir: Kitleler kendilerini bilmiş, özgür, çağdaş, akıllı vs. sanır. Sinemayı kitle üretimi yapan ve kitleler halinde dağıtım ve tüketim gerektiren bir teknolojik yapının kendini yönetsel anlatımı olarak ele aldığımızda, önümüze yine gelişmiş kapitalist üretim tarzı çıkar”(Erdoğan, Solmaz, Sinema ve Müzik: Web). Yani değinildiği gibi önemli olan, sinemayı, popüler kültürün amaç - araç ilişkileri ile temasını kesmeyen bir yapı olarak değerlendirmektir. İşte böyle yapıldığında, bir filmi oluşturan karelerin dizaynına benzer olarak, popüler kültürün kilometre taşlarından biri olan sinema ve sinema yıldızları da bütünün içinde anlamlı bir yerde konumlanabilecektir.

1.3.3. Moda

*“Moda; erkeklerin bakmaları, kadınların hissetmeleri içindir”
Beatrice Faust*

“Kostüm; Fransızcada ‘gelene ’ sözcüğünün kar ılığ dır. Yani k yafetle kültür arasında çok yakın bağlar vardır” Nevzat Tarhan

Popüler kültürün en temelde, o günün ve o dönemin hemen her anlamdaki ‘moda olan’ egemen kültürü ne ise onu karşıladığı daha önce belirlilmi ti. O egemen yani yaygın ve revaçta olanın içine pek çok şey katılabilir. Sanatsal, siyasal, kültürel, görsel - işitsel birçok nesne, kişi ya da ürün (adı üzerinde) popüler olabilir zaman zaman. İ te moda da bu popüler gelişme biçimlerinin, yaşam fragmanlarının gözde bir ögesidir.

Modaya genellikle, durmadan değişen, işlevi açısından yenisinin eskisinden pek farkı olmayabileceği ucuz ya da pahalı *giysilerin*, zamanla sürekli bir *devir daimi* olarak bakılabilmektedir. Modayı daha çok giyim – ku am üzerinden ele almak, beraberinde salt görüntü değerlendirmeciliğini ön plana çıkarmak anlamına gelebilir. Modayla ilgili bu yaklaşım, çok yanlış olmamakla birlikte eksik duran ve bir parça da yüzeyselliğe kaçan bir yaklaşımdır. Oysa genel görüşün gücünü a amıyor olsa da, giyim modasının, görüntüyle sınırlanmayacak; aksine görüntünün aracılığıyla çeşitli açılımlar yapabilecek ve bir takım tespitlere olanak sağlayacak  l de bir derinliği vardır. Çünkü “Giyim tercihleri, insanların, hem belirli bir zaman dilimine uygun g r n   lerine (modaya) ilişkin g c l  normları, hem de olağanüstü bir seçenek zenginliğini barındıran kültürün, belirli bir biçimini kendi amaçları doğrultusunda nasıl yorumladıklarını incelemek için eşsiz bir alan sağlar”(Göksel, 2007: 50). Yani “Deği meye, taklit edilmeye ve kopyalanmaya ne kadar maruz olursa olsunlar, farklı üsluplar ve moda, giyim – ku am ve mallar, başkalarını sınıflandırmada kullanılan bir ipucu dizesi oluşturur”(Featherstone, 1996: 47). Bu sebeple modayı düşünüp onu yorumlarken daha hassas davranılmalıdır. Ekseriyetle yapılan ‘*görsellik vurgusunu fazlaca önemseyerek giyinmenin, g r nt c l k kaygısı*’ gibi kalıpların ötesindeki değerlendirmelere geçmeli,  ze form verenin, onu bi imlendirenin neler olduğu irdelenmelidir. Bu bakış açısı ise gözleri ve aklı kılık - k yafetten, topluma ve toplumsala çevirmeyi gerekli kılar.

Var olduğu sürece neredeyse tüm eylemlerinde, diğerlerinin m  terekliği ile toplumsallık gösteriyor olan bireyler (yani hep söylendiği gibi sosyal bir varlık olan

insan), toplumsal yaşamda, hemen hemen her manada birbirlerinin varlığına gereksinim duyar. İnsanlar hayatlarını oluşturan ve kendilerini gerçekleştiren unsurların (eğitim, ekonomi, evlilik ve aile, başarı, statü ve prestij vb.) hem başkalarınınca değerlendirilmesine ve fark edilip tanınmasına, kabul edilmesine açık bir konumda; hem de *aslında bunu bekler bir arzu içerisindedirler*. Bu, tıpkı özgürlük meselesiyle benzeşen bir konudur. Bir bireyin ne denli başarılı olduğu, okumuşluğu, iyi anne – babalık gibi meziyetleri veya güzellik - çirkinlik gibi özellikleri yani kısaca *kim ve nasıl* olduğu (kendi öz saygısı hesaba katılmazsa) ancak diğerleri de varsa bir anlam kazanır.

İşte bununla yakından alakalı olarak kişinin, kendi beğeni duygusu ve tatmini kadar diğerlerinin değerlendirmelerine açık, başkalarının yorumlarına dair maksatlı bir yönelimi olarak modayı da örnek vermek mümkündür. Çünkü “Bir iletişim aracı olarak moda, sembolik etkileşim aracılığıyla toplumsallaşma sürecinde, seçimlere göre işleyen ve kimliklerimizi ifadelendiren bir kavramdır”(Göksel, 2007: 48). Modanın en temel işlevini açıklamakta olan bu yorumdaki ‘sembol ve kimlik’ vurgularını ise biraz daha açmak yararlı olacaktır. Bu da bizi dolaylı yollardan kişilik ve kimlik konularına götürür.

“Kimlik ve kişilik oluşumu, bireylerin kendilerini toplum içinde konumlandırmalarına yön veren iki farklı süreç olarak tanımlanabilir. Her iki süreç de, bireyin kendisini toplum içinde bir özne olarak tanımasına ve tanımlamasına katkıda bulunur. Hatta bu iki süreç bireyin toplumsallaşmasında aynı anda etkili olabilir ve birbirine eklenebilir. Aralarındaki temel ayrım kimlik oluşumunun kolektif, kişilik oluşumunun ise bireysel düzeyde gerçekleşmesidir”(Göksel, 2007: 49). Söz konusu o *kolektif kimliğin kazanılması, kabul ettirilmesi ve yansıtılmasının sinyallerinde moda, öncü ve güzel örneklerden biridir*. Çünkü moda dilden sonra gelen ama görsel ve sözsüz olan en direkt ve en etkili *ifade* biçimini temsil eder. O, bireysel ve toplumsal *kimliğin giysi sembolleriyle görüntüye bürünmesindeki başlıca yoldur*. Ve böylece “Modaya uymak, hem toplumsal kimliğinizi onaylayan, bütünün içerisinde olduğunuzu ve onun bir parçası olduğunuzu belgeleyen bir göstergedir hem de aynı zamanda, birey olarak kendinizi başkalarından ayırt etmenizi sağlar”(Çağan, 2003: 118).

İşte tüm bunların anlamından; modaya kulak kabartmanın, takip etmenin, onu önemsemenin aslında sanıldığı kadar kişisel bir hobi veya takıntı olmadığı hakikati ortaya çıkar. Böylece, modaya uymak yahut bir moda yaratmak, güzellik ve etkileycilik uğruna

zaman yitimi ya da para kaybı olarak veya tam tersi; takdire şayan bir beceriyle adlandırılabilir bir oldubitti işi değildir. Modanın, yaşamın inkar edilemez bir parçası olarak, kocaman kalabalıkları envai çeşit değişikliklerle kimlik biçimlerini aramaya ve göstermeye teşvik etmesi, yaşanan sosyolojik manaları araştırılmaya layık bir gerçekliğe yükseltmektedir.

Öte yandan moda, kültürel bir alan olması itibariyle, toplumda bireyler arasındaki cinsel içerikli değer ve dengelere de dokunmaktadır. Modanın bu yönü, bünyesinde türlü çeşitli giysilerin, renk ve aksesuarların yardımıyla; çekicilik, güzellik, beğenilesi bir yüz veya vücut gibi özellikle de cinsellik ve cinsiyet içerikli değerleri barındırmasından ileri gelir. Yüksel'e göre "Kültür, toplumsal cinsiyeti etkileyen kurumlardan biri olarak karşımıza çıkar. Örneğin kültürel bir kodlama anlamında giysi, bu konuda belirleyicidir. Ortalama biçim ve görüntü olarak bedensel farklılıkları pek fazla olmayan kadın ve erkek, giysilerle farklılaştırılır. Bu anlamdaki giysi, kültürel olarak bireyin kişisel tercihlerini dışa vuran en temel cinsiyet göstergesidir"(Akt: İmançer, 2006: 2). Diğer bir ifadeyle moda, kadın ve erkek cinsleri arasında aynı zamanda bir bakıma cinsel bir iletişim ve sınır aracıdır. Fakat oldukça hassas olan bu 'cinsel iletişim ve sınır' noktasında, karşımıza popüler kültürle yakından bağlantılı başka güncel durumlar çıkar.

En temelde değişkenlikten ilham alan "Moda, giysilere sürekli anlamlar yükleyerek toplumsal kimliklerin yeniden tanımlanmasına yol açar"(Göksel, 2007: 48). Bu yeniden tanımlamayla moda, giysilerdeki 'unisex' kavramıyla söz konusu cinsel iletişimin mesaj ve imaj boyutlarında bir tür karışıklığı, cinsler arasındaki görüntü ve his biçimlerinde bir muğlaklığı kışkırtıyor olabilir. Bu karmaşa, bilhassa da modayı takip etme işinde yüksek potansiyele sahip gençler arasında gözlenebilmektedir. Çünkü "Gençlere göre giyim tarzı küçük bir popüler sanattır ve belli bir çağdaş tavrı ifade eder"(Storey, 2000: 120). İşte modanın, özellikle gençler üzerinde yarattığı türlü biçimdeki o çağdaş tavır ve akımlar, içlerine başka unsurları da dahil ederek, popüler kültürün izlerini hatırlatır özelliklere bürünmektedir. Üstelik popüler kültürün artık kendi başına buyruk bir yapıyı değil, taze küresel getirilerin üzerinde tuttuğu bir alanı ifade ettiği de bilinen bir gerçektir. Bu noktada moda ile küreselleşme üzerine akıl yürüten Pektaş' a söz vermek yerinde olacaktır.

Pektaş’a göre: “Moda ve giyinme kültürlerinin küreselleşmenin bütün yüzlerinden bir şekilde etkilenmesi, modayı, küreselleşmenin en görünür alanlarından biri yapmaktadır. Modernleşmenin açtığı yolda hayatımıza giren ve ilerleyen küreselleşme olgusu, modernizmin seçkin dayatmalarını ortadan kaldırarak modanın yukarıdan aşağıya yayılma özelliğini yatay yayılmaya çevirmiştir. Bu yatay yayılma giyimin, kültürel, etnik, milli ve dini göstergelerini büyük ölçüde yok ederek bütün dünyayı bir örnek giyinen bir köy haline getirmiştir. Bu benzeşme aynı zamanda modanın hızlı değişimi için temel etki olmakta, sürekli farklılaşma arayışlarını canlı tutmaktadır”(Pektaş, Moda ve Küreselleşme: Web).

Göksel ise Pektaş’ın ileri sürdüklerini önce modanın kendi tarihsel serüveniyle birleştirmekte sonrasında bu gerçeği tekrar popüler kültürle bağdaştırmaktadır. Göksel’in cümleleriyle “Moda tarihinde, 16. yüzyıldan 19. yüzyıla kadar giysi modası, statü ve sınıfa göre şekillenirken günümüze yaklaştıkça giyim modasının yön değiştirdiği görülmektedir. 19. yüzyıla gelindiğinde, popüler müzik ve medyanın etkisi altında kalan gençlerin giyim şekilleri farklılaşmıştır. Son dönemlerde özellikle popüler kültürle yaratılan kimlik örnekleri, gençler tarafından taklit edilerek yapay kimlikler oluşturmaktadır”(Göksel, 2007: 52). En nihayetinde, tanım ve kapsamı itibarıyla giyinme ihtiyacının ötesinde bir oluşum olan modanın, ilke olarak üstlenmiş olduğu toplumsal kimlikler ve o kimliklerin yaratılması, paylaşılması görevlerini öteleyen yönlerle çark etmeye başladığı söylenebilir. Ve bu çarkta, (yukarıda ilişkilendirilmiş olduğu üzere) büyük ihtimalle kapitalist sistemin, küreselleşmenin ve popüler kültürün parmağı vardır. Çünkü özellikle de modern çağın popüler kültür ortamı, moda anlamında her bir şeyi mübah kılabilir. Özgürlük ve hoşgörü ya da tahammül yakıştırmalarıyla masum gösterilen bu mübah kılmada moda, popüler kültürün sırtını dayadığı başlıca yollardan biri olabilmektedir. Özellikle de ünlü karakterlerin yarattığı modalar neredeyse tartışmaya kapalı gibidir. Çünkü onlarda görülenler (ne olurlarsa olsun) moda olmayı hak eden ya da zaten mecburen moda olacak olan şeylerdir.

Popüler ve genellikle üst sınıf karakterlerin, modada önemli derecede etkilere sahip olduğu düşüncesine Veblen de arka çıkmaktadır. “Veblen’e göre, modern toplumda belli beğeni tarzları ve moda, varlıklı, serbest zamanlı bir sınıf tarafından, alt sınıfları gittikçe kenara itmek için dayatılır. Üretim ve çalışma gibi faaliyetlerden bağımsız olan bu sınıf, kendisini gösterişçi bir tüketime yönelerek kurmaya çalışır... Bu sınıf, iktisadi

gücünü, kısıktandırmaçı bir tutumla, israf temelli harçayarak ikame etmeye çalışır. Bu şekilde bağımlı sınıfların şimşegini üzerine çekmekle birlikte, kendi var oluşunu bu yolla pekiştirmiş olur”(Aytaç, Boş Zaman Üzerine Kuramsal Yaklaşımlar: Web). Ancak bu birbirlerinden kopuk ilişki biçiminin neticeleri, en çok ‘onun bizzat içinde olanlar açısından’ ağır olabilmektedir. Çünkü “Sonuç olarak bugün gelinen noktada biraz saygınlık, değer, aidiyet, farklılık ve cinsi cazibe adına moda tüketicisi olan yoksul kadınlar ve gençler bir yandan tekstil sektöründe işçi olarak çalışmakta, kazandıkları parayı da yine bu sektöre harcamaktadırlar”(Pektaş, Moda ve Küreselleşme: Web).

İşte burada da moda'nın ekonomik - sektörel boyutu ortaya çıkmaktadır. Moda'nın ekonomik boyutunun kişisel harcamalar dozajından, kitlelerin ve ülkelerin konfeksiyon ve giyim ithalatına kadar uzanabildiği söylenebilir. Yani moda'nın artık, çeşitli bireysel ve toplumsal kaynakların göz kırpmadan harcandığı sektörlerden biri haline geldiği rahatça görülmektedir. Giysilerin *kullanımından çok tüketilmesi ihtiyacıyla* açıklanabilecek bu eğilimde ise tüketim ve kitle tüketimi olgularının - kültürünün açık tesirleri söz konusudur. Bunun ifade ettiği anlam da, konunun bundan böyle farklı bir boyuta ve başlığa geçmekte olduğudur.

1.4. KİTLE KONUSU

1.4.1. Kitle İletişimi ve Kitle İletişim Araçları

“Salt, uyandıracağı beklenen heyecan dozuna göre seçilip sunulan, aslında ne kendi aralarındaki bağlılıklar ne de yansıttıkları toplumla nasıl bir bağlılık içinde oldukları hiç ortaya konulmayan gündelik haberlerin gelgeçliği içinde, kalıcılık gösteren tek şey reklamdır” Morice Duvarger

“Video, etkileşimli ekran, multimedya, internet, sanal gerçeklik, karşılıklı etkileşim bizi her yerden tehdit ediyor. Her yerde mesafeler birbirine karışıyor, her yerde mesafe ortadan kaldırılıyor: Cinsiyetler arasında, zıt kutuplar arasında, özneyle nesne arasında, eylemin başkahramanları arsında, gerçekle gerçeğin sureti arasında bir mesafe yok artık. Bu; kavram kargaşasını, zıt kutupların bu çatışması olası değer yargısının hiçbir yerde olmadığını ortaya koyuyor: Ne sanatta, ne ahlakta ne de politikada. Mesafenin ortadan kaldırılmasıyla, her şey, üzerine karar verilemez bir duruma bürünüyor”

Jean Baudrillard

Bugün içinde bulunduğumuz iletişim ortamındaki haber, bilgi ve görüntü bombardımanı, yukarıda söylediklerine bakılırsa Baudrillard’ın savını doğrulamaktadır. Bununla beraber Baudrillard’ın bu haklılığı kitle konusunu açıklama ve aktarma işinin de karmaşılaştığını göstermektedir. Öyle ki; iletişim ve kitle iletişimiyle alakalı hemen her başlık, hem bir diğer başlığı gerektirip – tamamlamakta hem bir o kadar da kendi dışına taşmaktadır. Çünkü incelenen alan milyonlarca insan ve bu insanların ortaklaşa türlü eylemleri ve paylaşımına denk olunca, pek çok şeyin durduğu ve/veya durması gerektiği yere karar vermek de zorlaşmaktadır. Ancak sistematik bir ilerleyiş ve bölüştürmeyle; iletişim, kitle iletişimi, kitle iletişim araçları, televizyon, kitle tüketimi – kitle toplumu gibi konular, burada yapılmış olduğu gibi üç genel birimle derlenip toparlanabilir gibi görünmektedir. Bu doğrultuda kitle iletişiminden önce genel iletişime dair birkaç satır sarf ederek söze başlamak daha uygun olacaktır. Çünkü iletişim her bir oluşumu kapsar ve her an, her yerdedir.

İletişim deyince akla ilk gelen kurgu, iletişimin ‘bireyler arasında’ gerçekleştiği ikili biçimini çağrıştırmaktadır. Ancak, bireyler arasına vurgu yapan, iki ya da ikiden fazla kişinin veya grup - gruplar genişliğindeki iletişimin işleyişi ve tarafların pozisyonları, artık klasik iletişim kalıplarından sıyrılarak yeniden değerlendirilmeye başlanmıştır. Böylece (özellikle de kitle iletişimine atıfta bulunarak) “İletişim, sadece bir

bireyin bir başka bireye yaptığı herhangi bir etki olmasının ötesinde, bir paylaşım eylemi, bir kişilerarası ilgi olarak düşünölmeye başlanmıştır. Artık alıcı, pasif bir hedef olarak düşünölmemektedir. Şimdi alıcı aktif bir katılımcı, iletişim süreci ise tek yanlı bir hareket değil; iki yanlı bir *karşılıklı eylemleşmek* olarak düşünölmektedir’’(Demiray, 2003: 5). Aslında bunun gibi pek çok tanıma veya betimleye daha geniş ölçekte yer vermek mümkündür. Fakat söylenebilir ki söz konusu farklı tanımlamaların tümünde, iletişim, bireylerin veya toplumların birilerine - birbirlerine karşı yürüttükleri *anlamli ve amaçlı yönelimler* olarak vurgulanmaktadır. Bahsi geçen bu iletişimsel anlam ve amaçların doğrudan yahut dolaylı olarak insanlara kazandırmış olduğu en büyük getiriye ise ‘*bilgi*’dir denilebilir. Bu nedenle iletişime, bilgi kavramı çerçevesinde yaklaşmak daha kapsamlı bir anlayış olacaktır. Çünkü kişinin – kişilerin, kendi dışında var olan her şeyi (diğer bireyleri, toplumun genelini, dünyayı ve onun içini dolduran tüm düşün ve gerçeklikleri) duymak, görmek, okumak, öğrenmek vs. gibi pek çok yolla tanınması ve bilmesi, en temelde iletişimle ola gelmektedir.

İletişimin fonksiyon ve biçimlerinin ve çeşitli kodlarının detayları, buradaki birkaç paragrafın sığılığını aşacak mesafededir. Ama konunun genel çerçevesi düşünöldüğünde ve özellikle de iletişim yoluyla ulaşılacak olan bilgi, düşünüş ve davranış değışikliğinin üzerine gidildiğinde içerik, bir derece daralarak başka bir alana, kitle iletişiminin ve araçlarının hakkını teslim etmeye gelir.

Kitle iletişimi ve kitle iletişim araçları, hem popüler kültürün yaşamsal ayakları hem de toplumsal kaynaşma ve paylaşımın temel direkleridir. Onlar, sosyal hayatta ve sosyal hayatın ilerleyişinde, ortaklığında, değışiminde ve tüm bunların bireylerce kavranması işinde son derece yetkin bir güce sahiptir. Hatta ‘‘Kitle iletişim araçları ile birlikte sosyal ve toplumsal normların bireylere öğretilmesi işlevi bir bakıma sahip değışirmiştir. Birey toplumsallaşma adına öğrenmesi gerekenleri, toplumdan çok kitle iletişim araçlarından öğrenmektedir’’(Demiray, 2003: 98). Buna özellikle de şimdilerde itiraz etmek son derece güç olsa gerek. Kaldı ki itirazların yükseldiğı yer, kitle iletişiminin ve araçlarının işlevselliğinden çok, onların içerdiklerini kapsamaktadır. Örneğın; bireyler kitle iletişim araçlarından yayılan ileti, bilgi, mesaj ve imajların, hangilerine (ve niçin) evet ve hayır demekte – diyebilmekte; buna karşılık kitle iletişim araçları insanlara (istesin ya da istemesinler) neleri aktarmakta, vermekte ve

öğretmektedir? “Aristo iletişimi; ‘ikna etmenin bütün uygun alanları’ olarak belirlerken” (Demiray, 2003: 8) bunda kitle iletişiminin ve araçlarının payı nedir?

İşte üzerinde çalışılacak asıl sorular bunlardır denilebilir. Daha da çeşitlenebilecek olan bu sorulara aranan cevaplar ise; tek yönlü düşünmekten çok daha ötedeki bakış açılarına yakınlardadır. Çünkü o yanıtların içinde kitle iletişim araçlarının çeşitleri, yapıları, kullanım amaç ve biçimleri, içerdiklerinin yanı sıra; onlarla muhatap olanların sosyo – kültürel konumları ve ekonomik düzeyleri gibi değişkenler de bulunmaktadır. İşte tüm bunların ilişki ve etkileşimlerin neticesinde ortaya çıkan gerçekleri yakalayabilmek de; hangi televizyon kanalları ve program türleri neden izlenir, en çok satan gazetenin sırrı nedir, çok tutulmakta olan ünlülerin yıldızları niçin bu denli parlar gibi merak konularını yani popüler kültür bağlarını da aydınlatacaktır.

Kitle iletişimi: Televizyon, radyo, kitap – gazete –dergi gibi geniş anlamda basın ve medya olarak adlandırılan araçların kullanımıyla gerçekleştirilen büyük ölçekteki iletişim biçimi olarak tanımlanabilir. Yarattığı iletişimin yön ve biçimini etkiliyor olsa da teknik yapıları bir kenara bırakıldığında, kitle iletişim araçlarıyla ilgili verilerde ilk göze çarpan noktalardan biri, onların fonksiyonlarındaki çeşitliliktir. Gerçi Duvarger, kitle iletişim araçlarındaki söz konusu bu işlev çeşitliliğini peşinen yadsır. Ona göre, adına genel olarak medya diyebileceğimiz “Kitap ve plak basan yayınevleriyle basın ya da radyo – televizyon işletmelerinin durumu, ayrıntılarda bazı farklar gösterebilmekle birlikte, özde aynıdır. Bunlar her şeyden önce bir ‘kâr etme amacını’ güderler. Gerçi, eğer rejime muhalif olan kitap, şarkı ya da gazeteler basabilseler, buyruklarına uydukları duruma oranla daha büyük bir başarı kazanacak ve daha yüksek kârlar sağlayabileceklerdir. Ama bunu yapamazlar; yeter ki cezaevine girmeyi ya da mallarına el konulmasını göze alsınlar. Bu yüzden de özgür olup daha az kâr elde etmeyi hiç kâr etmemeye ya da özgürlüklerini hepten yitirmeye yeğ tutarlar. Sonuç olarak, basın yayın ve radyo – televizyon kesiminin kapitalistleri, devletin propaganda buyruklarına uymayı kolayca kabullenir ve devlet de onları kitap gazete yayını kendisi yapıyormuş, yayın istasyonlarının sahibi kendisiymişçesine sonuna dek kullanır”(Duvarger, 2002: 109-110). Buna mukabil Duvarger, yine kendinin kaleme aldığı bir başka metinle konuyu farklı bir yöne çeker:

“Basın, radyo ve televizyonun asıl amacı artık ne insanları olaylardan haberdar etmek ne de onlara hükümet propagandalarını iletmektir. Bu, şu gazetenin ya da bu radyo veya televizyon yayının amacı olabilir. Ama gazetelerden, radyo ve televizyon vericilerinden oluşan aygıtın başlıca ereği bu değildir; *aygıtın ereği, reklam sayesinde mal satışını maksimum düzeye çıkarmaktır...* Rekabet olsa da olmasa da reklam, her halükarda, bir malı satmanın (bugün buna bir malı ‘tanıtma’ denmektedir) başlıca yolu olmaktadır. Reklam, tüketimi sürekli olarak canlı tutmak için elzemdir. Tüm toplumsal yapının dayandığı dev üretim aygıtını çevirebilmek ve bunun motoru olan kârları arttırmak ya da hiç değilse aynı düzeyde tutabilmek için tek çıkar yol budur. Kitle haberleşme araçları (ilgililerin dilinde, uluslar arası bir düzeyde kullanılan terimle ‘medya’ ya da ‘mass medya’) bunu gerçekleştirmeye olanak verir; reklamsa giderek onların esas işlevi ve hatta artık varlık nedeni haline gelir... O halde amaç, her şeyden önce, reklam mesajlarını iletmek üzere en büyük okuyucu, dinleyici ve seyirci kitlesine ulaşmaktır. *Bu ise kitleyi şaşırtacak, bölecek ya da ilk yaklaşımda ona sıkıcı veya güç gelecek her şeyi bir tarafa bırakmayı gerektirir*” (Duvarger, 2002: 114).

Kitle iletişimde geçerlilik payı oldukça yüksek olan bu düşünce, insanların hayatlarında son derece mühim konumlarda yerleşik bulunmaktadır. Yani kitle iletişim araçlarının, hemen herkesin duyuş, düşünüş ve yaşayışlarında meydana getirdiği tüketim etkilerini yok saymak olanaksızdır. Bununla beraber söz konusu bu tesirlerin türleri farklılık göstermektedir. Yani kitle iletişim araçlarının yarattığı etkiler sonucu meydana gelen değişimlerin hem olumlu hem olumsuz sonuçları söz konusudur.

Genel bir değerlendirme yapıldığında kitle iletişim araçlarının olumlu sonuçları arasında; teknik bilgi ve becerileri, yeni buluşları, bazı yöntemleri topluma yayma, toplumu para ekonomisine aktarma, insanlara yaşam ile ilgili yeni seçim şansları verme, bireye yeni bir dünya görüşü kazandırma gibi durumlar sayılabilir. Bunun yanı sıra olumsuz sonuçlarından bazılarına; bireyin sosyalleşmesinde taklidin önemli bir yer tutması nedeniyle kitle iletişim araçlarındaki olumsuz tiplerin taklit edilmesi, suçlu davranışların artması, düşünmeyen – okumayan bireyler yaratması, gerçeklerle ilişkiyi keserek bireyi hayal dünyasına sürüklemesi, yaratıcılık yeteneklerini yok ederek tek tip insanlar yaratması gibi örnekler verilebilir (Doğramacı, 1993).

Değinenler gibi daha nicelerinin aktarılabileceği sonuçlar karşılaştırılıp üzerlerinde düşünüldüğünde anlaşılan o ki; kitle iletişim araçlarının insanlar üzerindeki yaptırımlarında olumsuz gelişmeler daha ağırlıktadır. Bunun en baş sebebi, kitle iletişim araçlarına karşı duyulan itimat ve ihtiyacın bir tür bağımlılığa dönüşmesi olabilir. Bu bağımlılığın doğmasındaki nedenlerden bazıları; onların muazzam bir yaygınlık gösteriyor olmasıyken (yani araçların teknik – ideolojik yapılarından kaynaklanıyorken) bazılarıysa bireylerin kitle iletişim araçlarına ulaşmasının ve onlardan eğlence, kültür – sanat, haber, politika veya spor vs. istedikleri neyse (beraberinde daha çok istenilmeyen de) edinmelerinin çok daha kolay olmasıdır.

Beri yandan kitle iletişim araçlarının kendini kullananlar üzerinde yarattıklarında, işin kitle tarafının da büyük payı vardır. Yani kitle iletişiminin ortaya çıkardıklarında, iletişime vasıta olan araçlar kadar kitleler ve onların kitlesel hisleri, eylemleri de son derece önemlidir. Çünkü kitle başka türlü bir yapıdır. İşte burada yani kitle hususunda Freud, madalyonun diğer tarafına ışık tutarak konuyu bir de bu yönüyle parlatır.

Freud'un anlatımıyla “Je Boon’a göre psikolojik kitlede en tipik özellikler şunlardır; kitleyi yaratan bireyler ne türden olursa olsun, yaşayışları, işleri – güçleri, karakterleri, zevkleri birbirine ne denli benzerse benzesin ya da birbirinden ne denli ayrılırsa ayrılısın kitleleşme sonucu, yalnız ve yalnız bu nedenden ötürü ortak (kolektif) bir ruh kazanır. Dolayısıyla, her biri tek başınayken hissedeceği, düşüneceği ve davranacağından bir başka türlü hisseder, düşünür ve davranır. Öyle duygu ve düşünceleri vardır ki, birbirleriyle kaynayıp kitle oluşturmuş bireylerde rastlanır ancak ya da söz konusu bireylerde eylemlere dönüşür”(Freud, 2000: 11). Bu nedenle kitle iletişim araçlarına olan tutkunluk artık, bu araçların işlevselliğinin hangi yönde ilerlediğini sorgulamak bir yana, düşünmeyi bile geçiştirecek derecede geri dönülmez bir aşamada ve ortaklıktadır.

Kitlelerin bu yönünü çabuk kavramış bulunan ve son derece zeki yöntemlerle onları kullanmaya girişmiş olan kitle iletişim araç sahipleri, insanların düşün dünyalarında derhal hüküm sürmeye koyulmuşlardır. Bu gelişmelerin sonucunda “Mills’e göre kitle iletişim araçları bugün bir çeşit psikolojik bilgisizliğe yol açmaktadır. Bir kez, dış dünya ve gerçeklerle ilgili olarak ‘dolaysız ve kendi başımıza’ bilgi edinebilme olanağımız azalır. Dünya ile ilgili olarak kafamızda oluşan görüntülerin büyük bir bölümü kitle

iletişim araçları tarafından oluşturulmaktadır. Çok yakınımda meydana gelen olaylara bile ancak kitle iletişim araçlarında yer aldığı takdirde inanmaktayız’’(Akt; ağan, 2003: 86).

Mills’in bahsettiği bu psikolojik bilinçsizliğin elbette bir geri dönüşü olacaktır zihinlere, eylemlere, sosyal yaşantılara ve doğal olarak da genel toplumsal yapıya. Ancak söz konusu psiko – sosyal durumdan tek bir tarafı sorumlu tutmak doğru olmaz. Yani kitle iletişim araç sahiplerinin iyi veya kötü muhakkak ki bir dünya görüşleri, ideolojileri, amaçları vardır, olacaktır. Ancak kitle iletişim araçlarından akan mesaj ve imajlara, yani iddia edildiği üzere *gerçeklere* karşı toplumca beslenen güçlü inançla, onların çoğu zaman bir başkasının – başkalarının gözünden ve fikrinden aktarıldığı unutulduğundan, bir nevi gözü kapalılık da böylelikle yaşanmış olmaktadır. İşte burada söz yine aynı yere varır. Bu, belirtildiği gibi kitle iletişim araçlarının gücünden, ısrar ve tekrarla körüklenen ikna kabiliyetinden kaynaklanmaktadır. *Hatta yle ki; kitle iletişim araçları veya daha geniş anlamıyla medyanın içeriğini, gücünü, maksadını eleştirirken bile, yine medyada yer alan tartışmalar ve tartışmacıların fikirlerinden, onların ideolojilerinden referanslar alınır.* Neden mi? Çünkü ‘‘Medya meşrulaştırır. Tartışılmaz derecede normalleştirici, olağanlaştırıcı etkisi olduğundan, medya aracılığıyla oluşturulan her türlü kanaat, kitlelerin zihninde mümkün tek gerçeklik olarak hemen yer eder; bir şey medyada göründüğü, medyadan izlendiği gibidir, başka türlü olamaz. *Bin kez kanıtlanmış bilimsel bir gerçeklikten daha inandırıcıdır medya’’*(Aymaz, 2004: 23).

Uzun szn kısısı; kitle iletişim araçlarının toplum üzerindeki etkisinin ne ve nasıl olduğunda; araç yöneticilerinin ideolojileri ve kullanıcıların profili olmak üzere ihmal edilemez iki taraf etkin rol oynar. Kitle iletişim araçlarının kontrolünde inisiyatif sahibi olan devlet veya büyük patronlar, güçlü kuruluşlar, bu güçlerini (doğal olarak) kendi maddi kazançları, taraftar ve yandaş toplamaları, kendi kültürel değerlerini yaymak yönünde kullanma eğilimindedirler. Bununla beraber, en temelde, her kitle iletişimi ve kitle iletişim aracı, herkese eşit mesafededir. Yani kullanıcılar açısından *mesele, onların ne şiddette ve hangi bağlamda kullanıldığı, bundan ötürü kendiyile ve asıl gerçeklerle arada bulunan mesafenin boyutunun korunabilmesi meselesidir.*

1.4.2. Televizyon

“Televizyon yayıncıları daha çok, izleyicilerin verilmek istenen mesajı alamamaları sonucu oluşan yanlış anlamalarla ilgilenir” John Storey

“Televizyon, kitabın antitezidir” Postman

Televizyon, kitle iletişim araçları içerisinde en çok kullanılanı - yaygını ve kendine en çok inanılanı unvanını elinde tutmaktadır. Bununla beraber televizyonun ortaya çıkış tarihi ile ortaya çıkardıklarının yoğunluğu arasında ters bir orantı vardır. “İlk televizyon yayını 1936 yılında İngiltere’de, 1939 yılında ABD’de, 1948 yılında Fransa’da ve diğer Avrupa ülkelerinde görülüp devam ederken Türkiye ise siyah – beyaz televizyonla 31 Ocak 1968 yılında tanışmıştır”(Mete, 1999: 3). Ancak televizyon şimdi her ülke ve toplum için vazgeçilmezdir. Aynı zamanda o, popüler kültürün de en büyük yaygınlaştırıcısı olarak kabul edilmektedir.

Televizyon; sosyal, siyasal, ekonomik, dinsel, sanatsal vs. hayata ilişik her çeşit görüntü ve içeriği, nadiren ciddi, ekseriyetle de gayrı ciddi bir biçimde bünyesinde barındırırken tüm bu türleri, en nihayetinde *popülerleştirerek* yansıtmaktadır. Televizyonu konu alan çok sayıdaki zıtlaşmalarda sorun işte buradan kaynak almaktadır. Ve televizyonla ilgili bu açıklamaları, yorum ve tartışmaları değerlendirmeden, daha en başında ileri sürülebilir ki; televizyona dair (ön yargı olmadığı kolaylıkla ispatlanabilecek) genel fikir, onun en kaba mantıkta bile çok faydalı, geliştirici bir alet olmadığı doğrudur.

Televizyonun popüler bir araç olarak, kendi ideolojik içeriğinin ne ve nasıl olduğunu ortaya çıkarmaya çalışmak, önemsenen gelmiş inceleme konularından biridir. Fakat televizyonun ideolojisi, içerdiği mesajların yanında kendi teknik yapısından da oldukça etkilenmektedir. Yani televizyonun, olayları, görüntüleri, kişileri veya haberleri *aktarma biçimi*, yansıttığı bu şeylerin *anlamını etkilemektedir*. Bu ve benzeri ayrıntılar belki de televizyonun yapısı gereğidir, tartışılır. Fakat ilkin, onunla ilgili soruşturulan en temel probleme öncelik vermek gerekir. Yani kestirmeden gidilirse esas soru şudur: Televizyon insanların düşüncelerini, dünya görüşlerini ve haklı olarak da hayatlarını nasıl, neden ve ne yönde (bu denli) etkilemektedir? İlk bakışta çok kapsamlı gibi algılanan bu soru, karşılıklı ilişkilerden doğmakta olan türlü süreçlerin ifadesini karşılar.

Bu ilişkilerdeki ölçüleri hizalayan taraflardan en önemlisini ise seyirciler teşkil etmektedir denilebilir.

İnsanların televizyon seyretme eğilimi ve alışkanlıklarıyla ve bu eylemlerin nelere yol açtığı, nelere mal olduğuyla ilgilenen çok sayıda araştırmaya rastlamak gayet kolaydır. Bu kolaylığa karşıt olarak, söz konusu araştırmalar arasından *farklı ya da yeni bir şey* söyleneni bulmak veya konuya hangisinin bütünsel yaklaşp yaklaşmadığını tespit etmek ise zordur. Bunun akılda tutulması suretiyle, ilk merak konusu olan ‘insanların neden televizyon izlediği’ne bakıldığında, aşağıdaki şu bulgularla, sorulan o sorunun derinlemesine yanıtlanmaya çalışıldığı görülür. “McQuail ve arkadaşlarına göre, insanlar şu beklenti ve gerekçelerle televizyon izlerler (Akt; Mutlu, 1999: 81,82,83,84):

1. Oyalanma - Kaçış

- Gündelik yaşamın alışıla gelen ve sıkıcı rutinin dayattığı kısıtlamalardan uzaklaşma
- Sorunların, dertlerin insana yüklediği sıkıntılardan kaçma
- Duygusal boşalma, rahatlama

2. Kişisel İlişkiler

- Can yoldaşlığı, ahbaplık
- Toplumsal kullanım

3. Kişisel Kimlik

- Kişisel referans
- Gerçekliğin araştırılması
- Değer pekiştirme

4. Gözetim Altına Alma

- Haber ve güncel olayların takibi

Televizyon izlemenin, yukarıdaki bu maddelerin daha da ilerisine geçebilecek çok sayıda sebep ve nedenleri olabilir. Buna rağmen çoğu izleyicinin televizyonda bulmak istedikleri genellikle benzer amaçlara denk düşmektedir. Ancak televizyon denilen araçta, gerçekte kendisinden karşılanabileceği son derece göreceli olan o amaçlar, yerini *alışkanlığa* bıraktığında iş değişir. Çünkü amaçlı eylemler başka, çoğu zaman ‘öylesine yapılan’ alışkanlıklar bambaşka durumlardır.

Alışkanlıklar terk edilmeleri güç, iradeyi zorlayan, yarar gözetme bilincini aşmış, sürekli tekrarlanan edimler olarak tanımlanabilir. Hatta çoğu alışkanlık, derecesi değişkenlik gösterebilecek olan bir takım bağımlılıklarla sonuçlanabilmektedir. İşte televizyon da, hayatlarda, böylesi bir alışkanlığa dönüşmesi muhtemel olan bir aygıttır. Çünkü o, kolaylıkla sahip olunabilen, kullanılması hiç de zor olmayan ve içerisinde yok yok denebilecek ölçüdeki zenginliğe malik bir gereçtir. Televizyon, insanlara en başta bu sebeplerle son derece cazip gelmektedir. O cazibeyi soruşturan yani televizyonun izlenme sıklığını açıklamaya dönük perspektifler ise iki farklı kümede kendini göstermektedir.

Bu doğrultudaki iyimser görüşlerin genel olarak söylediğine göre “Vazgeçemiyoruz; çünkü televizyon, modern dünyanın şu halinde, içine sıkıştırıldığımız küçük yuvalarımızda, bizi kuşatan duvarların ötesinde, dünyaya ulaşmamızı sağlıyor. *Nice içe kapanırsak, dış dünyayla ilişkimizi de o denli genişletiyor*” (Mutlu, 1999: 72).

İlk bakışta özellikle de alt gelir insan gruplarının dünyalarından düşünüldüğünde, evet, bu oldukça makul hatta doğru bir açıklama gibi gelmektedir. Buna Featherstone de: “Televizyonu en fazla izleyen gruplar iktisadi sermayesi daha az olanlar, yaşlılar ve alt sınıf üyeleri olanlardır; televizyon izleme oranı sınıf ve yaş ölçeğinde yükseldikçe azalmaktadır” (Featherstone, 1996: 104) diyerek onay verir. Ancak ‘televizyon izlemenin savunması’ denilebilecek bu düşüncede eksik olan yön, takip edilen içerik ve amaç ne olursa olsun televizyonun temelde bir ‘*izleme eylemine*’ dayandığının unutulduğudur. Yani televizyon neredeyse sadece izlenmeye dönük bir alet olduğundan, bir dereceden sonra izleyiciyi dış dünyaya açmaktan çok, pasifize eder, onu dış dünyadan soyutlar aslında. Bu yüzden de Debord’un belirttiği gibi “*Seyirci ne kadar çok seyredirse o kadar az yaşar; kendisini imaj ihtiyacının hükümranlığında tanımlamaya ne kadar izin verirse, kendi varlığı ile arzularını o kadar az tanır*” (Akt; Çağan, 2003: 96). Böyle olunca da kendi iç dünyasının, fikir ve amaçlarının kapasitesini, okumak ve düşünmekle

ayırımsamak yerine; onları televizyonla yakalama noktasında bir bulanıklık yaşayan seyirci için dış dünya denilen yer ve kavram, bir bakıma gerçekliğini kaybetmiş olur.

Bu noktada Featherstone, kendine bir kez daha kulak kabartılacak şu sözleri söyler: “Televizyon, bizim gerçeklik duygumuzu tehdit eden bir imaj ve enformasyon aşırılığı üretir. Anlamlandırma kültürünün zaferi, göstergelerin ve imajların dallanıp budaklanmasının gerçek ve hayali arasındaki ayrımı silikleştirdiği bir simülasyon dünyasına yol açar. Bu, bizim her yerde estetik bir gerçeklik sanrısında yaşamakta olduğumuz anlamına gelir. *Toplumsalın ölümü, gerçeğin yitirilişi, gerçeğe duyulan bir nostaljiye yol açar*”(Featherstone, 1996: 145).

Verilenlere benzer olarak seyircinin konumunu hareket noktası almış bir diğer yaygın fikirse şu şekilde ifade edilebilir: “Televizyon izleyicisi, tek yanlı bir bilgilendirmeye karşı karşıya olduğunu anlamadan, verilen mesajı sorgusuz sualsiz alır. *Bir tür görsel cehalettir yaşanan.* Televizyonu ‘dünyaya açılan pencere’ olarak görmek bir yanılsamadır bu nedenle. Aslında gerçeğin yerini imajlar ve düşler almıştır. Kültür de bir imaj kültürüne ve bir göstergeye dönüşür”(Arhan, Demirer, Hozatlı, Orhangazi, Özbudun, 1999: 75).

Bu görüş konuyu aslında başka bir noktaya doğru yönlendirmektedir. Yani söz, televizyonun seyredilme sıklığının ve ona bağlanmanın yanında, ondan izlenenlerin neler ve nasıl şeyler oldukları noktasına doğru değişme göstermektedir.

Esasında, televizyonun içerdiği her şey, yaşamla ilgili akla gelebilecek tüm nesne, olay ve görüntülerle çakışmaktadır. Televizyon aracılığıyla dünyaya, toplumlara, insanlara dair, tarihi, kültürel, tabii ve güncel tüm gelişmelere ulaşmak işten bile değildir. Yani bu anlamda televizyon yayınları ve kişilerine herhangi bir sınır çizilemez. Fakat televizyon ekranından gösterilenlerin, orijinal yapılarından ve ifadelerinden kayda değer bir değişime uğratılarak aktarıldığı da çok büyük bir ayrıntıdır. Onlar gösterilirken değiştirilirler; çünkü televizyondan verilenler de tıpkı diğer kitle iletişim araçlarında olduğu gibi yöneticiler, kanal sahipleri, yapım şirketleri veyahut da devlet kontrolünün – ideolojisinin süzgeciyle yayınlanmaktadır.

Hatta konunun bu kısmında işi daha da ileri götürerek, televizyonun yönlendiriciliğindeki çarpıcılığı somutlayan örnekler yok değildir. “Bu bağlamda Akay’ın söyledikleri ilgi çekicidir: *New York’da elektriklerin kesildiği bir gece televizyon seyredemeyen Amerikalı çiftlerin hepsi aynı gün sevişip, aynı gün çocuk yapmıştır. Yine New York’da televizyon programlarında, reklamlar sırasında herkes aynı anda tuvalete gider, öyle ki bu saatlerde itfaiye gelir, tıkanan kanalizasyon yollarını açmak zorunda kalır...*”(Kızılçelik, Küreselleşme, Beden ve Şizofreni: Web). Söz televizyonun yönlendirici tesirlerine gelmişken, biraz da bunun üzerine konuşmak gerekir.

Televizyon aracılığıyla; başta *para kazanma, insanları yönlendirme ve yönetebilme* gibi amaçlar, aslında en başından ‘belirlenmiş’ bulunmaktadır. Söz konusu bu amaçların gerçekleştirilmesi için gerekli işleyişse elbette hazırdır. Bu işleyişte özellikle de şöhretli kimliklerle ve nabza göre hazırlanmış, görsel zenginliklerle bezeli, konusu ve mesajları farklı olabilecek televizyon programları imdada yetişir. Nadiren muhalif türden yayınları bulabilmekle beraber, televizyonun içerdiklerinin çoğunda kurgu aynıdır. Bu kurgu ve ilerleyişi Uygunkan şu şekilde anlatır:

“Yapım stüdyoları bir meta (program) üretirler ve bu metayı kâr amacıyla dağıtımcılara, yayın kurumlarına satarlar. Ancak metanın dolaşımı bununla sınırlı kalmaz, bir kültürel meta ya da televizyon programının işlevi, satıldığı, pazarlandığı anda sona ermez. Program, *tüketim anında değişerek, üretici konumuna geçer*. Ürettiği şey ise *reklamcılara satılan izler kitlelerdir*”(Uygunkan, 2007: 41). Göze ne kadar kötümser görünse de bu ‘değişmez gibi görünen gerçek’, özünde, televizyon yayınlarının en temel mantığı olan ‘kâr etme amacını’ bir kez daha yinelemiş olur.

Toparlamak gerekirse; televizyon, teknik olarak oldukça kompleks bir alettir. Fakat zıtlıkla, kendini sunmuş olduğu ve en az kendisi kadar karmaşık öge ve ilişkilere sahip toplum ve onun popüler kültürü üzerinde de (kitleleştiirmedeki başarısı bakımından) bir o kadar *sadeleştiricidir*. Hem koca bir toplumda hem de o toplumun yaşadığı değişik zamanlardaki popüler kültürde hakimiyet sürmesi nedeniyle televizyon, diğer kitle iletişim araçları içinden sıyrılarak, kendine biriciklik sıfatını kazandırmış bulunmaktadır. Ancak, bu biricikliğin önemi; onun üzerinden kazanılan çok büyük paralarla veya onun karşısında geçirilen günler – gecelerle tanımlanmaya devam edildikçe, her iki taraf da aşırıya kaçmayı sürdürecektir. Bu manada televizyonun ve

ilişkide olduğu insanların bekasında; televizyon sahiplerinin güçlerini kullanacakları *dozun* ayarı çok önemlidir. Bunun gibi seyircilerin de, televizyona destek ve katılımcı olup olmama davranışlarını kendilerinin belirlemelerindeki *ölçüt* de fevkalade etkin olacaktır.

Son olarak; genel anlamda teknolojik her gelişme için düşünüleceğı gibi televizyon için yine Baudrillard'ın söylediğı şu sözler, belirtilenleri özetleyecek niteliktedir: “İlke gereğı televizyon bize dünyadan söz ettirmek için vardı; kendisine saygısı olan bir iletişim aracı olarak, yerini olaya bırakmak için vardı. Ama epey zamandır, öyle görünüyor ki; ya artık kendisine saygı duymuyor ya da kendisini olay yerine koyuyor...”(Baudrillard, 2002: 139).

1.4.3. Kitle Tüketimi - Kitle Toplumu

“Kitle toplumu, kitlelerin, bir zamanlar dışlandıkları topluma dahil edilmesidir” Peter Wagner

“Tüketim; her zaman anlam üretimidir” John Fiske

Özkök’e göre “Bir kültürün iletilme biçimi ve tekniği, bu kültürün içeriğini etkiler ve onu belirler. Bunun anlamı da her iletişim tekniğinin ya da belli iletişim teknikleri grubunun belli tür bir kültürü ortaya çıkardığıdır”(Akt; Çağan, 2003: 158). Özkök’ün bu görüşü doğrudan kitle iletişim araçlarıyla ve onların insanlara kazandırdığı eğilimlerle alakalandırılabilir. Öyle ki konu ilerledikçe Kocacık’ın bu mevzu üzerine şu söylediklerinin nasıl da haklı çıktığı görülecektir: “Tüketimi kültürel temele oturtan kitle iletişim araçlarının, kültürün de tüketime bağlı olarak kavranmasını mümkün kılmada çok önemli rolü olduğu bir gerçektir. Varlığını tüketim toplumu kurallarına borçlu olan kitle iletişim araçları, ekonominin genel işleyişinden ayrılamadıklarından arz – talep ilişkisinin ekseninde bulunmayı yeğlemektedir. Araçların bu konumlarına bağlı olarak üstlendikleri rol, reklam aracılığıyla ürün ile müşteriye buluşturarak sermaye sahibine satış imkanı sağlamaktır...”(Kocacık, 2000: 15).

Teknik olarak gelişmiş ve detaycı, amaçsal olarak Batıya, zenginliğe, ünlülüğe, sınıf atlamaya özendirici unsurlar içeren kitle iletişimiyle (örnekse magazin basınıyla) aktarılan kültür (mahiyeti ne olursa olsun) zaten popülerleşmekte oluyorken, o kültürün *tüketim* gibi uzantıları da yeniden ve artan bir eğride popülerleştirilmiş olmaktadır. Kitle iletişiminin özellikle de yazılı olan kesimindeki bu eğilim, her zaman göze sokarcasına aşık bir şekilde yapılmaya da bilir. Hatta Storey’e göre “Popüler kültür ve kahramanlarını konu alan yazılı basında yer alan haberler, her şeyin ötesinde, bazı kesimler arasında karşıtlık ilişkilerini göstermesi bakımından politik hikayelerdir. Karşıtlık ilişkisinin olduğu kesimler ise şunlardır (Storey, 2000: 96):

- Güçlü elit kesim (hem hikayenin baş kahramanları, hem de kadın kahramanlar bu kesimlerden belirlenir),
- Elit kesimin hayatıyla ilişki içinde olan, fakat onunla aynı fikirleri paylaşmayan hikaye yazarları,

- Ve geriye kalan gereksiz, sıradan insanlar ki bu hikayeler onların yerine anlatılır’’

Storey’in öne sürdüklerinden de hareketle doğrudan söylenebilir ki; kitle iletişim araçlarının popüler kültürü ve kişilikleri vasıta edinerek her bir eve, zihne, yaşantıya dağıttığı en belirgin mesaj ‘*mutluluk için eğlen, oyalan, harca ve tüket*’. Zaman harca ve tüket, alışveriş yaparak para harca ve tüket, kaynak harca ve tüket vs... Bu türden çağrılar, kendisine nefes verenlere uzun vadede bir takım hatırı sayılır kazançlar sağlar. Onlara kulak asacaklarsa her zaman kolaylıkla bulunabilecek kadar çoğunluktadır.

Peki ya harcanması yönünde kışkırtılan gerekli para yoksa bir toplumda? Yanıt (ki duyulması istenen asıl yanıt) basit; o halde *değer* harca ve tüket!... Örneğin kültürel değerleri, etik değerleri, sanatsal değerleri... Galiba günümüzde en çok yaşanan ve en yıkıcı olan tüketim de, yazık ki değerler tüketimidir artık. Zaten ‘‘Tüketim her zaman ekonomik bir faaliyetten daha ötededir. Tüketimin temelinde hayaller, arzular, kimlikler ve iletişim yatar’’(Demiray, 2003: 158). Her biri kişisel ve toplumsal birer değer olan o hayalleri, arzuları, kimlikleri hedef alan bu imrendirici çağrılar toplumun gerçek ihtiyaçlarından ziyade, belki de bazı uhdeleri kaşıyan seslenmeler ve kamçılar olmaktadır. Çünkü tüketim işi bir nebze de olsa gerçekleşmemiş, gerçekleştirmemiş başarıları, planları, kariyerleri kısacası yaşamları tatmin etme işidir. Bu anlamda da ‘‘Tüketim, insanların gerçek dünyayla başa çıkmak için geliştirdikleri, kurumsallaşmış bir toplumsal savunma stratejisi olarak da görülebilir’’(Uygunkan, 2007: 41). Burada, söz konusu savunma stratejinin nelere ve kimlere karşı niçin gerçekleştirildiği önemlidir ve bunun üzerine gitmek gerekmektedir.

Genel olarak tüketimin, öncelikle kişinin kendine, kendi ruhsal ve bedensel tatminine karşı yürüttüğü bir eylem, bir savunma refleksi olduğunu ileri sürmek ve bunun arkasında durmak yanlış olmaz. Öte taraftan popüler kültürle aşılana kişisel tüketimin ve tüketicilerin atar damarı ise en çok şehir nüfusundan yani şehirdeki insanlardan oluşmaktadır denilebilir. Bu bir rastlantı değildir. Çünkü tüketim teşviklerinde şehirli kesimin hedef alınmasının bir nedeni, şehirli nüfusun tüketimi takip ve gerçekleştirme imkanlarının kırdaki insanlara nispeten daha yüksek olmasıdır. Bunu takiben başka bir neden de şehirdeki bireysel yaşam ve sosyal ilişkilerin daha ileri düzeyde, ikincil ilişkiler türünde seyretmesidir. Diğer yandan kırsal hayat koşullarının zıddına şehir yaşamında her

birey kendine has (haklı veya değil) bir statü edinme amacındadır. İşte bunun yolları, bilinen ve asli unsur olan faktörleri (eğitim, iş, kariyer gibi) taşımanın yanında başka bir açıdan bakılırsa tüketimden de geçebilir. Tüketimin bu doğrultuda, en azından bir tamamlayıcı öge olduğu söylenebilir. Öyle ki “Şehirdeki birey daha çok, bir kimlik duygusu yaratabilmek, kimlik duygusu oluşturabilmek, kim olarak algılanmayı arzu ettiğini belirtebilmek amacıyla tüketmektedir”(Çağan, 2003: 109).

Buraya kadar kişisel tüketimle ilgili anlatılanlarda sorun olarak görülebilecek şey ise tüketme amacının bir tür benlik bastırmaya, aldatmaya kadar varabileceğinden kaynaklanmaktadır. Öskay, kişinin tüketim yoluyla kendini kandırmasını şu şekilde açıklar: “Kimliğimiz toplumsal rollerimize göre oluştuğu için, bugün kişi olarak kendimizi gitgide daha büyük bir anomileşme içinde bulmakta; bunu önleyebilmek için, sahip olduğumuz nesnelere bireysellik vererek kendimize kimlik edinmeye çalışmaktayız. Fakat bulduğumuz bu kimliğimizi, satın aldığımızı kitlesel üretim mamullerine karşı duyduğumuz saygı sayesinde kazanabilmiş olmaktayız”(Öskay, 2000: 186).

Öskay’ın söylemi son derece doğrudur, bu fikir, en az onun kadar ayırımında olunmayan bir gerçeği de açığa vurmaktadır. İnsanlar tüketir; mutlu olmak için, bir tür ispat için tüketir. Bazılarıysa (örneğin tüketimi körükleyip timsal teşkil ederek tüketimi popülerleştirenler) tüketecek paraya ve zamana gerçekten sahip olduğu ve ‘harcadığından çok daha fazla kazanacağı için’ tüketir. Fakat bahsedildiği gibi tüketilen, aslında kişinin kendine özgü değerleri, başka ve daha verimli bir yönde kullanabileceği enerjisi ve en sonunda da bir anlamda öz saygısıdır. Bu doğrultuda tüketime – kişisel tüketime ilişik olarak Marcuse’ün anlattıkları, bu verilenlerle oldukça tutarlıdır.

“Marcuse’ün tüketicilik konusundaki ana görüşü ‘gerçek ve sahte ihtiyaçlar’ ayırımına dayanmaktadır. O’na göre hem gerçek hem de sahte ihtiyaçları birbirinden ayırabiliriz. Sahte olanlar, cendere altına alınan bireye, belli sosyal çıkarlar tarafından yukarıdan dayatılır: Aşırı çalışma, saldırganlık, sefalet ve adaletsizliği sürdürecektir ihtiyaçlar gibi. Bunların tatmini bireyi doyuma ulaştırabilir; fakat bireyin mutluluğu, eğer bütünü kapsayan hastalığı teşhis etme becerisini ve bunu iyileştirmesini sağlayacak fırsatı ele geçirmesine yarayacaksa, sürdürülmesi gereken bir koşul değildir. Sonuç olarak ortaya çıkan, mutsuzluktaki mutluluktur. Dinlenme ihtiyacı, eğlenme, reklamlara uygun olarak davranmak ve tüketme, diğerlerinin sevdiği şeyleri sevmek ve sevmediklerini

sevmemek, bunlar da sahte ihtiyaçlar kategorisine girer. Yani birey, derin bir manipölasyon aracılığıyla bu tür ihtiyaçlara sürekli yaklaştırılan bir kitle toplumu tarafından çepeçevre kuşatılmıştır. Böylesi ihtiyaçların bir içeriği ve işlevi vardır ve bunlar, bireyin denetimi dışındaki harici güçler tarafından belirlenir; bu ihtiyaçların gelişimi ve karşılanması çok yönlüdür. Bu tür ihtiyaçlar bir bireye neye mal olmuş olursa olsun, birey kendini bunlarla ne kadar özdeşleştirirse özdeşleştirsın ve tatmin olduğunu düşünün, durum değişmeyecektir; bunlar başlangıçta oldukları gibi olmayı sürdürecektir ve esas amaçları olan insanların baskı altına alınmasını gerektiren bir toplumun ürünleri olarak kalacaktır. Öte yanda bireyler, üretim aygıtlarının çıkarları doğrultusunda aslında gereksiz olan tüketim biçimlerine güdülendirilerek çeşitli tüketim kalıplarını benimsediklerinde sisteme olan bağımlılıkları da artmaktadır. Bu, onların kendilerine ihtiyaç olarak gösterilen ya da dayatılan metalleri elde etmek adına daha çok çalışmalarına ve böylelikle de üretim aygıtına daha bağımlı olmalarına neden olacaktır. Bu durumda birey, ne kadar çok çalışma zorunluluğuna sokulursa, sistem çıkarlarıyla kendi çıkarları arasındaki farklılık azalarak sistemle özdeşleşir’’(Hira, şan, Frankfurt Okulu ve Kùltür Endüstrisi Eleştirisi: Web).

Tüketim eylemini Marcuse’ün ifadelerinden de yararlanarak kişisel/bireysel görünüşlerinden çoğaltıp başka bir elden incelendiğimizde, onun daha büyük kapsamlı boyutu karşımıza çıkmaktadır. şöyle ki; insanlar tüketme eylemini gerçekleştirirken, aynı zamanda o elde ettikleri, kullandıkları ve tükettikleri değerlerin, şeylerin yeniden ve yeniden üretimi sağlamış olurlar. Bu devinim bir sosyo – ekonomik döngü olarak devam edip gider. Böylece tüketimin boyutu kişiselden çıkıp, toplumsala gelmiş olur. Yani artık kitlesel anlamdaki, toplumsal boyuttaki tüketimden, kitle toplumundan bahsetme zamanı gelmiş demektir.

“Kitle toplumu kavramının tarihsel kökeni, Batı Avrupa kapitalizminin 19. yüzyılın ikinci yarısındaki hızlı gelişimine (kalabalıkların baskısı ve nüfuzunun toplumsal hayatta kendini belirgin kılması, sanayileşme, siyasal demokrasi, ucuz basım ve kütüphaneler vb.) bağlanır’’(aęan, 2003: 62). Kitle toplumu eğlencenin, müşterek düşünüş ve eyleyişin, topyekün tüketimin toplumsal katılımdaki birlikteliğine, hatta birörnekliğine atıfta bulunur. Kitle toplumunda kendi kùltürel değerlerine yatkın olsa da olmasa da, kalitelisi veya ucuzu, popüler olan tüm ürünler toplumca baştan aşağı elden geçirilir. Çünkü en başta tüketim isteği popülerleşmiştir. Bunun yanında toplumun

yöneldiği ürünler, popüler kültürden saçılan popüler ürünler olduğundan çok çabuk değişmektedir. Bu yüzden tüketimi değiştirilen ürün ve şeylerin fazla geçmeden bir yenisine ihtiyaç duyulur. Ve bir zaman sonra artık bir başkası kullanılmalı derken, kitlesel genişlikteki bu tüketim eylemi sürüp gider. Ve sonunda bir kitle toplumu ortaya çıkar.

“Mills, kitle toplumunun temel özelliklerini İktidar Seçkinleri adlı yapıtında şu şekilde sıralamaktadır (Akt; Kızılcılık, 2000: 223 – 224):

1. Başkalarının düşün ve görüşlerini dinleyenler pek çok, buna karşılık kendi düşün ve görüşlerini ifade edebilenler pek azdır. Ayrıca tamamen bir soyutlama ve aslında toplamı bireyler yığını durumuna indirgenen kamu, kitle iletişim araçlarınca etkilenip biçimlendirilmektedir.
2. Kitle toplumunda kitle iletişim araçlarının örgütlenme şekli bireylerin anında ve etkinlikte yanıtta bulunmalarına olanak tanımamaktadır.
3. Kamuoyunun oluşumundan sonra, kamuoyunun kendini realize etmesi için kamunun girişmesi gereken eylemler, bu eylem kanallarını organize eden ve denetimi altında tutan iktidar çevrelerince denetlenmektedir.
4. Kitle toplumunda iktidar kurumları karşısında kitleleşmiş kamunun bağımsızlığı kalmamakta; iktidar kurumlarının ve resmi makamların görevlisi olan kimseler, kitleler üzerinde açık ya da örtülü yollardan etkide bulunmakta, kişilerin karşılıklı ve özgür tartışma yoluyla kamuoyu yaratabilme özgürlükleri daha oluşmadan önlenmektedir”

Kitle toplumunda mevcut olan ortak (popüler) kültürün bileşenleri; herkesin aynı şeyleri nerdeyse aynı amaçla aldığı, kullandığı ve tükettiği nesnelerden, simgelerden, anlamlardan ve yaşantılardan oluşmaktadır. Bir tür göstermecilik olan bu yaşantı ve düşünüş tarzında yani tüketim toplumunda tüketim nesneleri (yani aslında *maddeler*) baş tacı edilirken, gözden kaçırılan son derece önemli (ve maddesel olmayan) başka bir şey vardır ki o da kültürdür. Yani kitle toplumunun kitle kültürü...

Bu noktada yine Marcuse'ten yardım alınabilir. Marcuse'ün gözüyle peşinen söylenebilir ki; toplum kitle kültürüne büründüğünde, iş işten geçmiş sayılır. Bu söylemi kendi satırlarıyla temellendiren “Marcuse kitle kültürünün temel karakteristiklerini şöyle sıralamaktadır (Akt; Kızılçelik, 2000: 222):

1. Kitle kültürü, kamusal ve özel ilgiler – çıkarlar arasında bir harmoni kurar
2. Kitle kültürü, tüketim yönelimlerini ve özelleştirmeyi güçlendirir
3. Kitle kültürü, reklam estetiğini genişletir
4. Kitle kültürü, var olan işçi sınıfı kültürünü (proleter kültürü) zayıflatır, yok etmeye çalışır
5. Kitle kültürü, araçsal aklın başatlığını artırır
6. Kitle kültürü, seksüaliteyi manipüle eder”

Marcuse'ün birer birer maddelediği tüketim toplumunun bu kültürel özellikleri, aslında sığ ve zorlama bir popüler kültürün, tüketim kültürünün eşlik ve teşvikinde, toplumca üretip kazanmaktan çok; tüketip kaybetmekle, ağır ağır başarısızlığa ve uluslar arası – toplumlararası saygı yitimine uğranacağıının belirtileridir.

Özetlemek gerekirse, tüketim kültürüyle kendinden olmayanların daha doğru bir ifadeyle, kendini dönüştürmeye çalışanların ürettiklerini tüketen ve bundan haz duyan tüketim toplumları, ellerine geçen (ki bedelsiz değillerdir) bir nevi tüketim oyuncakları karşısında kendini var eden kültürlerini onlara, o *asıl tüketicilere* bir bakıma teslim etmektedirler. Bunun sonucunda da en özet ifadeyle “Maddi unsurların ön plana çıkarılarak sosyal ilişkilerin ticarileşmesi ve zayıflaması, toplumsal değer yargılarının değişime uğraması kaçınılmaz olmaktadır”(Kocacık, 2000: 14).

1.5. POPÜLERLİK

“Herkesin, duvarına astığı bir poster, yakasına taktığı rozet, giysisini, davranışlarını benzetmeye çalıştığı bir şöiret, bir i onu vardır. Popüler i onlar Hristiyan kilisesinin tanrı ile İsa ile ilgili inancını pekiştiren i onlarından sonra kitleleri modern kapitalizmin yaşam tarzına inançlı kılmaya çalışan “laik kurmacalar olarak tanımlanır. Popüler i onlar, gerçeklik – ideoloji – kitle” arasındaki ilişkiyi somut olarak görüntülerken, insanların hayatlarına verdikleri anlama da işaret etmiş olurlar” G k el Aymaz

Genel olarak popülerlik ve özelde bazı isimlerin pop lerliğı, ilk bakışta şehir efsanesi gibi görünen, halk arasında bitmez takiplere, hikayelere konu olan; ama o hikayeleri dillendirip yaşıatanlardan bir o kadar uzak hayatları, standartları işaretleyen kavramlar, oyalanma durumları olarak alınabilirler. Toplumda çoğunluğun tanınmamış ve sıradan bir yaşam sürmesinin aksine, bazılarının neredeyse her bir eylemi, söylemi, işi kısacası yaşamı o çoğunluğun gözlemine, iştirak ve tenkidine açık bir şekilde gözler önündedir.

Popülerlik enteresan sayılabilecek farklı pek çok biçime sahip iki başı bir de nek misalidir. De neğın bir ucunda  zlem, beğeni, tutku ve kıskançlıkla ona sarılmış kalabalıklar varken diğ er uçta, kendini bir bakıma bu tepkilere göre ayarlayan becerikli cambazlar, popülerler bulunur. Karşılıklı ilişkiler ve etkileşimlerle hızlanan mekanizmanın, içerisinde hareket edip y n aldığı ortamsa popüler kültürdür. Ve o de nek bir şekilde sonunda insanların duygu ve düşün dünyalarına dokunarak, oralarda bir takım kıvılcımlara yol açar. Sonuç itibariyle yaptıkları iş ve ünlü – popüler oldukları alanlar farklılık gösteriyor olsa da (futbol, politika, sinema, televizyon, kültür – sanat ve hatta din gibi) popüler isimler toplum nezdinde özel bir yerlerde konumlanmış kişilerdir. O  zel yerler kişisel niteliklerle sağlamlaştırılarak gerçekten hak ediliyor olabileceğı gibi, aslında tamamı bir danışıklı dövüşe dayanan kurgumsu yaratılarla da var edilmiş olabilir.

Popülerlik en başıta *ilgi  ekiciliktir*, hitap edilen kalabalıklarda *bir karşılık, bir alıcı bulabilmektir*. Bu türden başarılarla elbette popüler olmadan da ulaşılabılır. Fakat mesele, toplumun geneli ya da  oğunluğıyla birlikte ele alındığında yani kitlesel bir düzeye vardığında popülerlik de beraberinde eklemlenmektedir. Bu yüzden, popülerlik olayına ve toplumdaki popüler kimselere kitlelerden, yani halkın gözünden bakarak devam etme alışkanlığı, hep benimsene gelmiş bu yöntemin işlerliğini ortaya koyar.

Çünkü birilerinin popüler olabilmesi ve dolayısıyla toplumsal anlamda bir şeyler ifade etmesi için öncelikle onları beğenip benimseyen insanların varlık ve hislerinin, fikirlerinin mevcudiyeti söz konusu olmalıdır. Bu sebeple de ilkin o insanların tarafına eğilmek, popüler aktörlerin varlığını anlamayı kolaylaştırır bir iş olacaktır.

Dinleyici – izleyici olarak tabir edilebilecek bu kategorinin özellik ve etkinlikleri, (bu çalışmada da olduğu gibi) popüler kültür araştırmalarında ve/veya popüler bir kişinin - yıldızın antolojik çalışmasında önemli yer tutar. Bu bağlamda bir popüler yıldızla, onu yaşatan ve yüceltenler arasındaki ilişkiler dikkate değer nitelikler kazanmaktadır. Bu ilişkiler, izleyici ve dinleyicilerin açısından değerlendirildiğinde, söz konusu ilişkilerin onlar için genellikle daha pasif ve hayalci, gereksiz derecede savunmacı ve hassas niteliklere bezendiği görülmektedir. Aymaz, popüler isimlere bağlanmışların, şöhretli kimselere inanç duyarlılığı daha fazla olanların bu durumlarından bahsederken pek yumuşak olmayan bir ifade benimser. Aymaz’a göre: “*Yaşamında kendisini memnun edecek bir statü kazanamamış, kimlik edinememiş insanlar, gerçek hayatın dışındaki bir ürünün, bir insanın (şarkıcı, futbolcu, aktör, aktrist gibi) imajına bağlanarak bu sıkıntılarını gidermeye çalışabilirler*”(Akt; Uygunkan, 2007: 39).

Aymaz’inkine benzer görüşlere katılan araştırmacı, akademisyen ve düşünürlerin çoğunlukta olduğunu hemen belirtmek gerekir. Ve bu doğrultudaki daha pek çok söylemin sentezinden kısaca şunlar çıkarılabilir: Bazı kişilikleri hatırı sayılır bir yerlere taşıyan insanlar, bunu yaparken, esasında derinlerde kendilerine göre bir takım içsel tatminleri takip etmektedirler. Sosyo – psikolojik alanlardaki birtakım gerek ve ihtiyaçlarını bir nedenle karşılayamamış gibi duran o kalabalıklar, yakalayamadıkları başarı ve mutluluk için, *kendilerinin yerine hatta kendilerinin adına*, ışık gördükleri özel isimleri seçer, yüreklendirir ve desteklerler. Bu anlamda popüler kişilerin, toplum genelinde tanınıp parlayıp ilerlemeleri rastlantısal değildir. Popülerlik serüveninin tek boyutu ve ilerleyişi yalnızca bu değilse de, olayın en büyük temeli bu anlamlandırma üzerinedir. Ve bu ilişki kurulduğu andan itibaren de popülerler, kendileriyle yakından ilgilenenlerin bu yönlerini (bastırılmış yahut gerçekleşememiş gaye ve dileklerini) hem temel olarak alır hem de onların bu arzularını usul usul tahrik ederek kendi varlıklarını sürdürürler. Seguela da bu fikri desteklerken yıldızlık - popülerlik için: “Bu olay, toplumsal içgüdüünün somutlaşması, halkın ruhunun cisimleşmesidir. Tüketim

toplumunun yetkin bir ürünü olan yıldız, temel beklentileri yakalar. Bu durum ticaretle sanatın, tanrıça ile malın kaçınılmaz buluşmasıdır”(Akt; Uygunkan, 2007: 3) der.

Popülerlere karşı yüklenen anlamlar ve onlardan beklenenlerin derinliği buralara kadar vardığında akla hayranlık konusu da gelmektedir. Öyle ki zaten hemen her popüler sanatçının bir hayran kitlesi hazırda beklemektedir. Bir popüler yıldızla karşı duyulan hayranlıkta onun, bunu gerçekten hak edip etmediği ise tartışmaya açık bir mevzudur. Bu sebeple Jarvie “*Beceri, imajdan sonra var olur*”(Akt; Uygunkan, 2007: 58) derken doğruyu söyler. Çünkü “Popüler ikonların anlam ve değerleri, ikonların kendilerinden değil, onlara anlam atfeden insanların kişiliklerinden; bunun da ardında, kişilerin toplumsal yaşamlarından kaynaklanmaktadır” (Öskay, 2000: 180).

Ancak her zaman söylendiği gibi bir başarıyı ve konumu elde etmek kadar hatta bundan fazla, onu muhafaza edip sürdürebilmek önemlidir. Konu itibariyle düşünüldüğünde de popüler bir sanatçının kendini uzun yıllar yaşatabilmesinde elbette kişisel kabiliyetleri ve çalışmaları, zamanla değişebilecek beğeni ve eğilimlere ait öngörü yeteneği de önemlidir. Fakat yine de hayranlık başka bir şeylerle örtüşen duygu durumlarını kapsamaktadır. Hayranlık hissiyatı en başta, bu durumu yaşayan (hayran olan) insanlardan beslenir. Başlı başına ayrı bir alana yayılabilecek olsa da hayranlık olgusunu özetlemek için Storey’in söylediklerine kulak vermek burada şimdilik yeterli olabilir.

Storey’e göre “Hayran kitlesi, popüler bir kültürel metnin ya da pratiğin izleyicileri ya da dinleyicileri arasında en belirgin olan kesimdir. Hayran kitlesi, geleneksel olarak iki şekilde muamele görür: Ya alay konusu olur ya da hastalık olarak görülür. Jensen’a göre hayranlık edebiyatının başı, ahlaki olarak toplumda hoş karşılanmayacak imgeler yüzünden belaya girmiştir. Jensen, tipik iki çeşit hayranlık hastalığından söz eder; saplantılı birey (çoğunlukla erkek) ve histerik kalabalık (çoğunlukla kadın). Her iki figür de belirli algılama biçimlerinin ve hayran kitlesinin sosyal işlevselliğinin psikolojik belirtileri olarak ele alındığı, modernitenin tanınmamış kritiğinin sonucudur”(Storey, 2000: 148). Storey’in görüşlerini pekiştirir ve değişik bir noktaya dokunur nitelikte, Demiray da hayranlığa dair fikirlerini şu şekilde beyan eder: “Hayranlık (özellikle fanatik), kırsal tarım kesiminden sanayileşmiş kent hayatına geçiş kaçınılmaz olarak izleyen kültürel, sosyal ve ahlaki çöküşün (varsayılan) gözle görülür bir

belirtisidir. Ve en zararsız halinde bile, modern hayatın eksikliklerini umutsuzca telafi etmeye çalışma çabasını ifade eder’’(Demiray, 2003: 149).

Hayranlık mevzusunun beraberinde ve ötesinde popülerlik olayında (istisna bazı popüler sanatçılar dışında), popülerliğin sanki bir meslekmişçesine yürütülmesinin insanların hayatlarına, (anlık – dönemlik mutluluklar hariç) somut ve işe yarar bir şeyler kattığını söyleyebilmek güçtür. Çünkü bu süreçlerde popüler kişilerle karşılıklı bulunan kalabalıklar arasındaki mesafe gittikçe açılmaya müsait bir biçim kazanır. Durum, konumsal olarak farklı iki kutba doğru yol alır. Artık “İzleyiciler için yıldızlar, Olympos Dağı’nda yaşayan tanrılardan farksız bir dünyaya ve yaşayışa sahiptirler. İzleyiciler onları gıpta ile izlerler. İzledikleri bu dünya onları, yıldızlara hayran bırakır ve aynı zamanda “ben de öyle olmalıyım” düşüncesini aşılar. *İzleyici yıldız, ‘bu fantastik dünyanın devamı için’ destek verir’’* (Uygunkan, 2007: 60). Ve verilen destekler de karşılıksız kalmaz. Ama mühim olan, o karşılığın niteliğindedir. Evet, bazıları bazı kimseleri fazla önemseyebilir, beğenebilir ya da neredeyse onların yapıp ettikleri, soyut görüntüleri doğrultusunda kendini ve hayatını şekillendirme yoluna gidebilir. Yerinde veya haksız olarak yüksek takdir ve büyük ilgi gören o kişiler de toplum genelinde böylelikle popüler olur. Belirtildiği gibi bu ilişki bir bakımdan bilinçli bir kör ebe oyundur. Sonuç olarak modern çağda ve toplumlarda inanılıp kabul edildiği üzere bireylerin, toplumsal ve kişisel yaşamlarındaki mutsuzluklarının, başarısızlıklarının kurtarıcısı ya da gidericisi olarak popüler sanatçıları, yıldızları gördükleri doğrudur. Popüler yıldızlar ise kendilerine verilen bu değeri taşıdıkları imajlarla, kişisel ve sosyal olarak temsil ettikleri simgelerle belirli bir imge yaratarak sağlamlaştırır, devam ettirir.

Fakat tüm bu ilişkilerin gelişiminde ve pozitifliğinde bir problem, bir abartı veya işlevsizlik sezileniliyorsa eğer, bu, tam olarak ne kitlelerde ne de popüler isimlerde aranmalıdır. Bu patolojik durumlar, çağdaş dünyanın insanlar arasında genel olarak yarattığı ilişkiler sisteminde sorgulanmalıdır. Çünkü insanların gerçeklerden kaçma nedenlerinde, o modern sistemlerin içerisinde yaşanan ezici şartlar son derecede önemli rol oynar. Yani sorun, çeşitli kaynak ve imkanların, insanlara kapitalist sistemin eleğinden geçerek ulaşması hatta ulaşamaması sorunudur. Bunun ayrımına varılmadığı sürece geriye hayallerden, ekran - perde denen düş miraslarından ve aslında hayal kırıklıklarıyla onarılmış imajlardan daha fazla bir şeyin kalması zor olacaktır.

1.6. SANATI UNUTMADAN

“Aslında modernist sanatın ilan ettiği şey, tarihin kendisinin tüketim histerisine endekşlenmesiydi: Geçmişin mega indirimli satışından başka bir şey olmayan bir şimdi...” Richard Appignanesi

Buraya kadar ele alınan ve incelenen konular her ne kadar çeşitlilik gösteriyor olsa da, açıklanan başlıkların kapsam ve ayrıntıları çoğunlukla benzer temellerde homojenleşmiş haldedir. Çalışmanın, ağırlıklı olarak popüler kültür ve popüler kültürün müzik, televizyon, popülerlik gibi türlü yansımaları üzerinde dolaşan bu ilk bölümünün sonunda bir de sanat olgusuna eğilmek gereklidir. Çünkü popüler kültür alanındaki (radyo, televizyon yahut sinemada olsun, beğenilsin ya da yerilsin) ünlülerin ve onları şöhretli kılanların arasındaki sosyo – ekonomik ilişkiler, en başında ve sonunda sanatla bir şekilde ilgilidir.

Popüler kültür bünyesindeki dinlenen müzik türü, televizyon izlenme oranları, moda düşkünlüğü, görsel ve imajsal kimlikler... Bunların hepsinde ve daha başkalarında sanat (derinlik ve özgünlüğü değişkendir) bir yönüyle hep vardır. Şayet sanatla, kendisiyle ilgili özel bilgilere ve eğitime sahip olmayı gerektirmeyecek kadar bu derecede yakın ve ilişkililik halinde olunuyorsa, o halde onun üzerine de biraz düşünmek ve kalem oynatmak gerekir. Böylelikle sanatın neden bu denli önemli ve insani olduğu daha iyi kavranabilir ve beraberinde, onun hassasiyetinin ayırımına varmak daha olası olabilir. Bu, bireyler ve toplumların yararına kabul edilebileceği gibi sanatın kendisi için de geliştirici olabilecek bir şeydir.

Sanat, özellikle günümüzde son derece göreceli, derin ve yine her zamanki kadar güzide bir alandır. Bununla birlikte, içinde bulunduğumuz yüzyılda sanatı da kapsayan kültürel eğilimler bazı isimlere göre hiç de iç açıcı değildir. Bu isimlerden biri Appignanesi’dir. Appignanesi’nin değerlendirmesinde “20. yüzyılın son yirmi beş yılı, bir bakımdan, tarihte eşi görülmemiş bir dönem olarak yerini alacaktır. Bu ‘postmodern’ yıllar, tam bir orjinalite yokluğu sergiliyor. Zaten çok kıt olan buluş kaynaklarımız, asalak bir şekilde ‘yeniden üretime’ ayrılmış durumda. ‘Yeni’ gibi görünen her şey (ister CD’ler, ister sanal gerçeklik ya da hatta DNA Genom Projesi ve postmodern evrenbilim olsun)

geçmişin orjinalitesinden besleniyor; yalnızca bir enformasyon bankasından değil, ‘zaten yaşanmış bir gerçeklikten’ besleniyor’’(Appignanesi, Curry, Garratt, Sardar: 100).

Appignanesi’nin yaptığına benzer kültürel - sanatsal yargılamalar bir tarafa, burada, öncelikle ‘sanatın’ sorgulanması gerekmektedir denilebilir. Bu sanatsal sorgulamalar da, aslında, sanatın insanın kişisel dünyasına getirilerinin yanında, toplumsal düzeydeki değeri ve fonksiyonlarına dair sayıp dökmeleri ve ancak ciltlerce kitabı dolduracak, yüzyılları aşan bir birikimi ifade edecek eserlerle anlatılabilecek bir düzeyi işaret etmektedir. Fakat Ulusoy, bu müthiş birikimi yani sanatın büyüğü özellik ve işlevlerini yine de toparlayabilmiş görünmektedir. Buna göre:

“Sanatlar; ulusal ve yerel kimliğin sembolleridirler, uluslararası prestij ve gurur kaynaklarıdır, önemli bir iletişim ve eğitim aracıdır, bireylerin genel sosyal yapı içindeki alt gruplarla bütünleşmesini sağlar, değer sistemleri üzerinde oynayarak değişimi hızlandırır ve bireyi yeni rol fırsatları ve yaşam tarzı doğrultusunda eğitebilirler’’(Ulusoy, 2005: 39).

Ulusoy’un değindiklerine ek yapılarak düşünülebilecek olan *sanatın akla gelen tüm özellikleri, insanlar arasında kurmuş olduğu duygusal ve zihinsel, soyut ve somut köprüleri ısklandırmaktadır. Söz konusu bu duygu ürünü köprülerin en temel harcını ise, insanların - toplumların birbirlerine pek çok şeyi iletmede kullandıkları sosyal aktarımlar oluşturmaktadır* *aslında*. “Çünkü bir sanat nesnesi doğal değil, sosyal olarak atıfta bulunulan bir değer yargısıdır. Yani sanat, sosyal etkileşim ortamında anlam kazanan bir çeşit kurgudur’’(Ulusoy, 2005: 8).

Öte yandan, sanatı popüler kültürle birlikte değerlendirme yoluna gidildiğinde bu bakışlara yüksek – kaliteli ve/veya alçak – kalitesiz sanat ve kültür tartışmaları da ilave olmaktadır. Bu tartışmaların, popüler kültürün ve popüler sanatın ortaya çıkıp kendini kabul ettirmeye başladığı dönemlerden referans aldığı söylenebilir. Chaney’in anlatımıyla “19. yüzyıl ve sonrası sanat, özellikle üretim koşullarının değişmesi ve pazarda yeni ve farklı bir arz – talep sistemine maruz kalışı ile ortaya çıkan değişimlerin en belirgin yaşandığı alanlardan biri olmuştur. *Asıl önemli değişim, teknolojik imkanlarla sanat eserinin biricikliğinin bozulması ve sürekli bir yeniden üretime tabi kılınmasıdır*. Bütün olgular, popüler sanat başlığı altında toplanabilecek yeni sanat biçiminin habercisi

niteliğindedir. *Popüler sanat pratiktir ve bir araçtır, dolayısıyla kendi dışında bir amacı vardır. Oysa yüksek sanat eseri hiçbir zaman araç değildir ve sonuçta yine kendisine varan bir çalışmadır*”(Akt; Çağan, 2003: 172). Chaney’den hareketle, yüksek sanat anlayışına ve yüksek sanat ile onun eserlerinin nasıl’lığına değinmeden evvel popüler sanatın modern çağda niçin bu kadar baskın geldiğine açıklık getirmek gerektiği anlaşılmaktadır.

Popüler kültür, toplumun tamamının üzerine açtığı dev şemsiyesinin altına, günlük gelişmelere ilişkin olayları ve kültürel eğilimleri koyarken, en orta yere de sanatı yerleştirmiştir denilebilir. Bu yüzden, popüler kültürün işlemiş olduğu her bir iş ve ilişkide dengeler nasıl değişiyor ve sınırlar belirsizleşiyorsa, aynı durum sanatın yapısı için de doğrudan geçerli olmuştur. Yani popüler kültürün yükselmesiyle “Artistik alandaki kültürel özerklik artık günlük yaşama girmiştir. Diğer deyişle *sanatla yaşam arasındaki sınırlar kalkmıştır. Sanat alanında gerçekleşen her şey, yaşamda da gerçekleşir hale gelmiştir ve çok sayıda insan, bir zamanlar çok az sayıda insana ait kabul edilen yaşam biçimlerini taklit etmeye başlamıştır*”(Çağan, 2003: 122). Ve o andan itibaren de sanatın (yüksek sanatın) nadide özelliklerini ve özgünlüğünü simgeleyen grafik, yukarıları işaretlemekten çok, zikzaklar çizmeye dolayısıyla tek ve evrensel kabul edilebilecek sanat formları - özleri farklı olan bir takım görüntüler vermeye başlamıştır. Bunun tercümesi, artık yüksek sanat kadar ve hatta onu ezen bir ağırlıkta popüler sanatın da, akla gelebilecek her yaşam alanında ve tecrübesinde ‘ben de varım’ diyerek, ısrarında kararlı olduğunu vurgulamasıdır. Ve sanat hususunda en az bunlar kadar önemli olan ve düşünceyi başka bir noktaya yönelten bir soru tam da burada sorulabilir. Sanatın, sanat eserinin veya onu yaratanın - icra edenin hangi gruba (yüksek – kaliteli, alçak - popüler) sokulacağından nasıl emin olunabilir?

İşte bu gerçekten zor bir sorudur. Zordur çünkü yüksek ve popüler kültür - sanat ayrımı ve anlaşmazlıklarının tanım ve çözümünde kimin otorite sayılıp sayılmayacağına karar vermek kolay değildir. Bunun sebeplerinden biri, sanatın öncelikle insani bir şey olmasından, toplum için var olduğundan kaynak almaktadır. Yani sanatın, sanat eserlerinin ve sanatçıların hedef alındığı eleştirileri duygusal tavırlardan, içinde yaşanılan toplumun gelenek ve bazı gerçeklerinden arındırabilmek güç bir iştir. İş zorlaştıran bir başka neden ise *yüksek ve popüler sanatın - kültürün başlıklarının hangi kıstaslara göre ayrılacağındaki* karışıklıktan doğmaktadır. Çünkü onlardan hangisinin daha öncül ve

saf olduğu da görecelidir. Örneğin McGregor’a göre “Yüksek sanatlar genellikle daha rafine, daha sofistike, daha gelişmiştir... Ama üzerinde anlaşılmayan nokta, tüm yüksek sanatların popüler sanatlardan gelmiş olduklarıdır. Klasik müzik (sonat, senfoni, ton slirüs) halk müziğinden çıktı... Benzer bir şekilde çağdaş resim uzun, geleneksel bir halk sanatının ürünüdür. Bu sanat mağara resimleriyle başlamış; bir takım dini, popüler ve toplumsal evrelerden geçmiştir”(McGregor, 2000, 43). Dolayısıyla popüler sanatlara çoğu zaman hafızasızca yapılan eleştirileri yeniden gözden geçirmek gerekebilir. Çünkü “Aşağı (popüler) kültürün - sanatın sonuçta insanları ilgilendiren bir olgu olması ve yüksek sanat varsayımlarının bunu yer yer göz ardı etmesi yüksek kültürün sorunlu bir alanıdır. Bu durumun sebebi yüksek sanatın, kültürü, eylemlere, gelişim ve yaşam pratiğine dayanarak açıklamaktan çok; nesnelere, olgulara ve metinlere dayanarak açıklaması olmuştur”(Çağan, 2003: 177).

O halde sanatı yeniden eylemlere ve yaşamın somut yönlerine yani popüler sanata mı çevirmek gerekir? Eğer evet yanıtı verilirse bu soruya, yapılacak şey, bir anlamda yine popüler ya da yüksek sanat kıyaslamasına girişmek, onları ayrı veya beraber tutarak irdelemeye çalışmak olacaktır. Bu da aslında bir açıdan sonu gelmeyecek bir işe kalkışmak demektir. Çünkü çeşitli temellere ve değerlere göre yapılacak o kategorik incelemeler ve puanlama sistemini andıran not vermelerle sanatsal bir değerlendirmeye erişilemez. Çünkü her ne kadar aklın yolu bir ise de sanatın yolu hiç öyle değildir. Burada adına bir bakımdan zevkler ve renkler diyebileceğimiz sanat, aslında evet tartışılır; ama o tartışma bir yere varamaz.

Çünkü sanat en temelde anlayarak değil; hissederek yapılır yani ‘yaşanır’. Önemli olan da o yaşamda sanata hürmet ve eserde kalite için seçiciliktir. Sadece bu ikisine dikkat edildiğinde bile pek çok kültürel sorun kendiliğinden çözülmeye başlayacaktır. Sanat konusunda hassas olunması gereken bir başka tutum da, sanatı, en başta salt paradan sonrasında ideolojik kavgalardan mümkün mertebe soyutlamaktır. Yani sanata yaklaşırken, öncelikle bu iki şeyi gözeterek değerlendirme alışkanlığından uzak durmak gerekir. Aksi takdirde; bir sanatsal metni incelerken, bir tabloyu izler ya da herhangi bir şarkıya eşlik ederken ortaya çıkan şey, ‘ruhani, duygusal bir yolculuk’ değil; bir çeşit ‘ahkâm kesme işi’ olarak kalmaya mahkum olacaktır.

II. BÖLÜM

DEĞİŞİM – MODERNLEŞME VE KADIN

2.1. BİRER İDEOLOJİ OLARAK DEĞİŞİM VE MODERNLEŞME

2.1.1. Değişim

“Değişimin kaynağı, koydukları yasalar ya da yürüttükleri politikalar aracılığıyla (örneğin eşit ücret yasası çıkararak ya da bir ülkeye savaş ilan ederek) hükümetler olabileceği gibi; toplumsal hareketler (örneğin sendikalar, feminizm) şeklinde örgütlenmiş yurttaşlar, bir kültürden başka bir kültüre yayılma (askeri fetih, göç ve sömürgecilikle gerçekleşen yayılma gibi) veya teknolojinin amaçlı ya da amaçsız sonuçları da olabilir. Modern çağdaki en dramatik değişikliklerin bir kısmı otomobil, antibiyotik, televizyon ve bilgisayar gibi icatlar sayesinde gerçekleşmiştir” Gordon Marshall

Çalışmanın bu ikinci kısmına gelinceye kadar popüler kültürün – kültür endüstrisinin içeriği, toplum üzerindeki uzamları ve bunların bireylerce nasıl algılandığı ile hangi şekillerde yaşanıp yansıtıldığının genel hatları vurgulandı. Popüler kültürün çerçevelediği büyük tablonun içerisinde, türlü çeşitli renkler ve çok boyutlu manzaraların bulunabileceğinin altı çizilirken, o tablonun izleyicileri, kullanıcı ve satın alıcılarının, gördükleri karşısındaki halet-i ruhiyeleri kestirilmeye çalışıldı.

Bu bölümdeyse toplumdaki bireyler genelinden kadınlar özeline inilecek. Popüler kültürün çekilmeye çalışılmış olan o fotoğrafının, kadınların yaşam albümlerinde nasıl bir yerlerde bulunduğu sorgulanacak. Ve daha önemlisi (ki bu çalışmanın temel tartışmasıdır) popüler kültür içerisindeki ünlü yıldızların ve (üçüncü bölümde görüleceği üzere) özellikle bir ismin - Ajda Pekkan'ın, kadın kitlesi üzerinde, çeşitli alanlarda gerçekleşebilir olan değiş(ebil)meye, modernleş(ebil)meye etkilerinin neler olabileceğine yanıt aranacak. İlerleyen sayfalarda inceleneceği gibi, değişim ve modernleşme süreçlerinin birden fazla yolu, farklı farklı anlamları ve de bugün için konuşulabilecek çeşitli göstergelerinin varlığı söz konusuysa, kadınların onlara, popüler kültür ürünleri ve yıldızlarıyla erişebilirliğinin derecesi ölçülecek. Ve son bir soru sormak için paragrafın başına tekrar dönersek; *toplumun ayna misali elinde tuttuğu ve içerisinde ‘değişim – modernleşme’ manzaralarının arandığı popüler kültür denilen o dev tablo, içindeki*

önemli bir figürle beraber kadınlara çevrildiğinde, onların yaşamlarına yansiyacak görüntüler acaba neler olacak?

En başta belirtmek gerekir ki tüm bu soruların yanıtları için popüler kültür ve popüler starlar, kadınların değişim ve modernleşme süreçlerinin arandığı mercilerden biri olarak özellikle seçildi. Çünkü popüler kültür (kullanım alanı ve amacı ne olursa olsun) çok yaygın ve toplumca benimsenmiş kültürel kaynaklardan biridir, bu inkar edilemez. Popüler kültürün bu özelliği aynı zamanda, onun içerisinde var olan bir yıldızın farklı konularda görülebilecek etkileme gücünün de artması anlamına gelmektedir. Dolayısıyla, o farklı konulardan birini teşkil eden değişim ve modernleşmeye her zaman yeşil ışık yakan Ajda Pekkan'ın, Türk kadınları üzerinde bu doğrultuda (düşünsel veya pratik) bir etki yaratması kuvvetle muhtemellik kazanacaktır. İlaveten bu değişim – modernleşme örüntüsünün diğer gruplardan çok, '*kadınların*' kişisel ve sosyal yaşantılarında daha güçlü olabileceğine inanıldığının da altını çizmek gerekir. Çünkü kadınlar; geleneksellik, cinsiyet ayrımına dair yaşanan gerçekler, ev içinde – çevresinde geçirilen büyük zamanlar ya da kadınsal psikolojik etkenler gibi nedenlerle şekillenen kişisel - toplumsal konumlarından ötürü, teselliye popüler kültür ve yıldızlarına daha fazla itibar ederek arayabilmektedir.

Konuya girerken bir noktanın iyi ayırt edilmesi gerekir. Değişim ve modernleşme, ifade ettikleri anlamlar bakımından yakından ilişkili olsalar da birbirlerinin aynı terimler değildir. Onların gerçekleşeceği, kendini gösterecekleri temeller de pek tabii başka başkadır. Bununla beraber değişim ve modernleşme süreçlerinin bu bölümdeki yoklandığı zeminler, sosyal (popüler kültür ortamı) ve kişisel – kitlesel (kadınlar nezdinde) olan türdendir. Bu küçük açıklamayı takiben, değişim ve sonrasında modernleşmeye dair (aynı kapıya çıkıyor gibi dursa da ayrı dilsel çatılarla anlatılan) çeşitli görüşlere yer vererek söze devam edilebilir.

İlk olarak değişim olgusuna göz atıldığında, onun; öncelikle bir farklılığı, bir başka biçim ve içeriğe geçişi, bir öncekiyle aynılığa karşı olarak bir zıtlık taşıma durumunu anlattığı görülür. Değişmenin özsel bu nitelikleri, yaşanabileceği kişisel ve sosyal her farklı yapısal birim için geçerlidir. Yani, değişmenin kaynaklandığı sebepler ve ortaya çıkardığı sonuçlar benzerlik gösterse de göstermese de, yaşandığı yapılar başka olsa da olmasa da, onun, bir *yeniliğe* yol açtığı değişmez bir realitedir.

Genel bir sosyal değişme tanımını içinse Doğramacı'nın şu ifadeleri kullanılabilir: “Sosyal değişme: Toplumda mevcut ilişkiler sisteminde, bireylerin tutum ve davranışlarında, inançlarında, sosyal kurumlarda, onların fonksiyonlarında ve yapılarında meydana gelen farklılaşmadır. Sosyal değişmenin; kültürel düzeyden kaynaklandığı, sistemin, sosyal ve bireysel düzeye doğru aktığı kabul edilir”(Doğramacı, 1993: 7). Kongar da, Doğramacı'nın bu değerlendirmesini onaylamakla beraber ona yeni bir açılım yaparak katılmaktadır. Kongar'a göre “İnsanlar arası ilişkilerin değişmesi demek olan toplumsal değişme, hem üretim hem mülkiyet ilişkilerinin değişmesine, hem de anlamların, değerlerin, kuralların değişmesine bağlıdır”(Kongar, 2006: 24).

Her iki görüşten de anlaşılacağı üzere değişme – sosyal değişme; kaynaklandığı, ortaya çıktığı ve ilerlediğı herhangi bir sosyal birimle sınırlı kalacak bir bünye sergilemez. Toplum; bireyleriyle, küçük gruplarıyla, sistemleriyle, kurumları ve genel yapısıyla bir bütün oluşturduğundan, sayılan öbeklerin herhangi birinde meydana gelecek bir değişme tüm bütünü etkileyebilecek bir hareketliliğe sahiptir.

Değişmeyle ilgili önemsenecek başka bir şey de; herhangi bir zaman paralelinde, herhangi bir yerde ve yapı üzerinde, bir değişmenin görülüp görülemeyeceğı merakının yersizliğidir. Çünkü *değişmenin kaçınılmazlığı su götürmez bir gerçektir*. Diğer taraftan, özellikleri ve kapsamının yanı sıra esasına bakılırsa, *değişimin yönüdür mühim olan*. Çünkü her değişim bir olumluluğı, bir artıyı getirmez. Yani *her değişim pozitif anlamda bir yenilik değildir. Fakat her ilerleme olumlu bir değişimdir*.

Değişmenin modernleşmeyle ilişkisi, işte buradan yola çıkıldığında irdelenmeye elverişli olur ve anlam kazanır. Çünkü “Modernleşme ile toplumun tüm alanlarını kapsayacak şekilde sosyal kurum ve insanların yaşam tarzının değişmesi kastedilmektedir”(Rzayeva, Modernleşme Süreci Üzerine: Web). Öyleyse buradan itibaren modernleşmeye, modernleşmenin kaynaklarına ve itici güçlerine geçiş yapma zamanı geldiğı görülmektedir

2.1.2. Modernliğin Yol Haritasında Aydınlanma ve Kapitalizm Durakları

*“Sorun Amerikan kapitalizmi, emperyalizmi ya da kitle kültürü değildir.
Sorun daha ziyade ABD tarafından temsil edildiği halıyla modernliktir”*
Peter Wagner

*“Bizler, tarihin gerçek anlamda ilk teknolojik toplumunda yaşadığımız
khanısını taşıyoruz. Çevremize baktığımızda görebildiğimiz tek şey de bilim ve
teknik alanındaki sürekli ilerleyiştir. Oysa Batı uygarlığı, üçüncü bin yıllık
dönemi de büyük ölçüde kapsayacak bir duraklama dönemine girmiştir”*
Jean Gimpel

Bir önceki başlıkta açıldığı gibi modernlik, modernite ya da modernleşme kavramları, süreç ve terimleri değişimin, toplumsal veya kişisel bakımdan yaşandığı yollar ve yönler arasında en manidar olanlarıdır. Yani değişimin nitelik ve kalitesi, adeta modernlik kıstasına göre değerlendirilmektedir. Bununla beraber, uzunca dönemlere yayılmış değişimsel süreçler olarak alına gelen “Bir proje olarak modernlik; epistemolojik ve etik kurgusu ve pratik göstergeleri itibariyle tek yönlü ve yalnız olumlu nitelemelere haiz, evrensel ölçekte kabul görmüş bir paradigma değildir. Son birkaç yüz yıllık tarihsel süreç, bir biçimde modernlik projesi karşısında tavır alışı tarihidir”(Çağan, 2003: 20-21). Bu yüzden modernliğin daha çok belirsizlikleri - sonuçlarıyla (buna postmodernizm adı da yakıştırılmaktadır) ilgilenen eleştirel görüş ve tutumlar, geniş ve apayrı bir alanı teşkil eder. Hatta ortaya çıkardığı – çıkarmaya devam ettiği sonuçlarına henüz varmadan, ismi itibariyle bile “Modern, daha başından beri sorunlar içeren bir addır. Rönesans, Barok, Romantik vb. gibi daha önceki dönem adlarından farklı bir şekilde de olsa, doyuruculuktan uzak bir addır bu. Kendini zamanla tanımlama gibi eskimişlik, orjinalliğin yenilenebilir olması konusunda bir ısrar, sürekli yenilenen ama çok çabuk usanan bir tür virtüözlük belirtir. ‘Modern’ istikrar garantisi verebilecek bir terim değil; olsa olsa bir moda kategorisidir”(Appignanesi vd: 110).

Buna yakın farklı kritiklerin çarpışmasıyla doğacak olan yorumlamalar, öncelikli olarak modernliğin üzerinde anlaşma sağlanmış tarihsel hikayesini ele almayı gerektirebilir. Çünkü fikrî ayrılıklarla birlikte büyük orandaki genel kabul, modernliğin belli aşamalardan geçmek suretiyle iyi ya da kötü, hep ileriye, şu an içinde bulunulan vakitleri gösteren bir değişim seyri olduğundan taraftır. Bu seyrin bugünkü halini kavrayabilmekse onun başlangıcına kadar gitmeyi gerekli kılan bir hikayeleştirmeyle aklı getirir. Bu doğrultuda modernleşmenin serüveni, ileriki sayfalardaki gibi işi

kuramsallaştırmaya dökmeden önce, örneğin kısa bir öykü gibi anlatılabilir. Öykünün başlangıcı birkaç yüzyıl öncesine kadar uzanır...

Modernleşme, özellikle şimdiki anlamıyla, henüz bir ideoloji ve bir yaşam biçimi, hayat istikameti olarak algılanıp kabul edilmezken, ortaya çıktığı dönemde yepyeni bir dünya görüşünün habercisi gibiydi. Modernleşmeyle birlikte kapalı, son derece kısıtlı ve insanı değersizleştiren eski devlet ve toplum anlayışının reddiyle; yeni, taze ve aydınlığa dönük *duygu*, *'düşünce'*, *rekabet* ve *çalışmaya* dayanan bir düzenin çanları çalınıyordu. Teknik, siyasi, iktisadi, ekonomik ve kültürel alanlardaki devasa değişikliklerin tuttuğu ışıkla *'aydınlanmakta olan modernleşme'*, kısa sürede, hemen herkeste büyük bir heyecan uyandırdı. Fakat zaman ilerledikçe düzen sanki değişecek, taraf tutar gibi olacak ve bu yeni düzenin çanları birilerinin eline geçecekti...

Dalga dalga yayılan o *modern ilerlemelerde heyecanını çabuk atanlar, bu yolu ilk keşfeden ve ilk öğrenenler oldular*. Ve derhal, ellerindeki *'hazır bulunan haritalara'* bakarak bazen yanı başlarına, bazen ise dünyanın diğer uçlarına kadar yetiştirebildikleri güçlü bağlarla, diğerlerini kendilerine yani modern olana doğru çekmeye başladılar. İplerden kurtulanlar (demek ki bu mümkündü) bu yöntemi karlı bularak, taktiği aynı şekilde devam ettirdiler. Ya kurtulamayanlara ne oldu? Galiba onlar, bu öyküyü tekrar tekrar okumaya koşullandırıldı. Bir anlamda bitmez bir ders edindiler bunu. Ve hikayenin en sonunda, öykünün kahramanı seçilense modernleşme değil, *Batı* ismiyle anılır oldu...

Modernleşmenin hızlıca yorumlanan bu kısa tarihçesi (bilhassa da şimdi), her iki ağızdan farklı farklı anlatılmaktadır. Ancak olayın özü, herkes tarafından artık açıkça bilinmektedir. Önemli olan, özünde neler olup bittiği bilinen o hikayeden çıkarılacak kıssadan hissesidir. İşte bu kıssadan hisseyi Sezer, bir sosyoloji sözlüğüyle tercüme eder gibi dile getirirken şunları söylemektedir: “Batı modernleşmesi, dünyanın her yerinde aynı şekilde gelişmemiştir. Sömürgeci Avrupa, kendini şekillendiren ‘Doğu kavramı’yla nitelendirdiği uygarlıklar ile mücadele ede gelmiştir. *Doğululuk Batının bir inşasıdır*. Doğu’nun ötekileştirilmesi ile Batı’ya bir takım kolonyal çıkarlar sağlanmıştır. Batının kendi dışındaki toplumlarla kurmuş olduğu ilişki, öncelikle egemenlik ilişkisidir” (Akt; Gökçen, Modernleşme ve Kadın: Web).

Anlaşılan, modernleşme denilen süreçte Doğu, yarıya bir – sıfırlık bir kayıpla başlamışa benziyor. Fakat Doğu – Batı arasında tutulan bu hesaplarda, günümüzde bir karmaşa yaşanmıyor da değil. Çünkü *yarışın hakeminin tarafsızlığına artık inanılmıyor*. Böyle olunca, yarışın kendisi de bir süreden sonra anlamsızlaşabiliyor. Ancak her şeye rağmen bu yarıştan çekilmek, ondan vazgeçildiğini ilan etmek çok çok güç. Çünkü kazananı – kaybedeni, hızlısı – yavaşıyla bu yarışta ilerleyen herkesi içine almış olan dünya, modernleşmeye ve daha da ileriye doğru hareket eden bir tren gibi hızla yol alıyor. Ve dünyanın bu gidişatında, inat edip trenin içinde ters tarafa doğru yönelmek saçma bir davranış oluyor. Çünkü ters yöne doğru gidenlerin, daha sonra yeniden başa dönmek zorunda kaldıkları gayet iyi biliniyor.

Peki, hal böyleyken yani modernleşmenin geçerliliği ve gerçekliği kabul edilmişken, onun üzerinden devam eden çekişmeler niçin hala son bulmamıştır? Neden modernleşmeyle ilgili açmazların ardı arkası gelmemektedir? İşte bunlara cevap noktasında '*modernleşmenin söylemleri*' devreye girmektedir. Modernleşmenin, yaşanan ve gözle görülen gerçeklerle ters orantılı olan söylemleri... Bu söylemlerle kastedilen, modernleşmenin ilkelerde, idealde kalmış olan vaatleridir aslında. Yani modernlik tartışmalarında aslolan, *modernliğin kendi kendisiyle çelişmesidir*. Ve bu çelişki görülüyor ki toplumsal yapıya, sosyal sistemlere, ilişkilere ve (özellemek gerekirse) tüm kadınların yaşamlarına yansımakta elbette gecikmemiştir. O halde modernliğin o çelişen vaatlerini, söylemlerini de ele almak gerekir. Bundan yola çıkarak sorulacak ilk ve en temel soru da şu olacaktır: Modernlik ne demektir?

Modernlik çalışmak demektir, üretmek demektir; üretimle gelen kontrollü güç demektir. Modernlik, kırlardan kentlere göçerken, *kentliliği içselleştirebilmek* demektir. Kentlilere yaraşır biçimde okuyup yazmak, sağduyulu olmak, örgütlenebilmek, katılmak, paylaşmak ama bir o kadar da birey olarak kalabilmek demektir. Modernlik, bilmek, haberdar olmak, hakkının farkında olmak, hakkını aramak demektir.

Eşitlik ve özgürlük demektir modernlik. *İçi bomboş geleneklerden kopabilmek, rotayı insanlığa, kişiliğe, erginliğe ve akla çevirebilmek* demektir. *Kadınla ve erkeklerle beraber düşünülebilecek, o zaman denk, bütün ve kıymetli olabilecek bir toplum* demektir *modernlik*. Modernlik kadını, yalnızca anneden ibaret saymamak, kadını bir nevi biblo gibi tanımlamamak demektir. Onu vazgeçilmez cinsel obje olarak algılayan zihniyeti

çürütmek demektir. Modernlik, kadın için, bunları tüm toplumlara yeniden öğretmek demektir. Ve fakat modernliğin bu söylemleri toplumsalda, düşünenler ve hesaplananlardaki gibi karşılıklar bulabildi mi?

İşte buraya kadar öyküleştirilerek anlatılmış olan modernliğin tarihsel serüveni, şimdi, belli başlı sistematik düşünce ve teorilere dökülerek ele alınmalıdır. Sorulan bu soru da ancak böylelikle ciddi bir şekilde yanıtı kavuşacaktır. Bundan hareketle işe ilk olarak yine belirli tanımlamalar yaparak başlamak akıllıca olacaktır.

Kelime manası bakımından en kaba anlamıyla *modern; şimdiye ait, yaşanan zamanla uyumlu ve dolayısıyla da ileride olan anlamına gelmektedir*. Modern, çağdaşla yakından benzeşen bir terim iken modernlik, modern olma durumlarının içeriğini, anlamını, kapsam ve türlü boyutlarını anlatan bir sözcüktür. Ve *modernleşme* de yine en temel manada, *modern olma uğrunda, modernliği elde etmeye dair harcanan enerji ve atakların ‘zamanla yarışım’ı şeklinde tanımlanabilir*.

Esasına bakılırsa “Modernliğin kökenine dair önemli tartışmalar vardır. Bir kısım düşün adamı modernliğin başlangıç dönemi olarak Amerika’nın bulunuşunu, Rönesans ve Reform hareketlerini gösterirken, bazıları modernliğin İtalya’da inşa edildiğini vurgulamaktadırlar. Bunun yanında modernliğin 16. ve 17. yüzyıllarda oluşmaya başladığını ileri sürenler ile modernliğin burjuvazinin ortaya çıkışıyla belirgin bir görünüm kazandığını iddia edenler de bulunmaktadır. Ayrıca bir grup düşün adamı ise, teknik ve sanayi alanında bir devrimin gerçekleşmediği 17. yüzyılın bilimsel ve felsefi devrimlerinin modernliğin şekilleniminde önemli ölçüde yer tuttuğunu söylemektedirler. Berman ise ‘Katı Olan Her Şey Buharlaşıyor’ adlı özgün metninde, modernliğin kaynak ve dayanakları olarak büyük keşifleri, sanayileşme ve kentleşmeyi, büyük – kitlesel göçleri, kitle iletişim düzeneklerini, ulus – devletleri, kitlesel sosyal hareketleri ve kapitalist dünya pazarını görmektedir” (Kızılcık, 2000: 165 - 166).

Yukarıdaki gibi; modernliğin kaynaklarının ya da itici güçlerinin neler olduğu, bunların yol açtığı gelişimsel evrelerle modernliğin dönüm noktalarının hangi aşamalarda tırmanışa geçtiği üzerine yapılmakta olan konuşmalar, neredeyse sonsuza dek uzayıp gidebilir. Fakat bunun tersine, her birinin özünde bir diğerini de taşıdığı ve kendini doğru gördüğü o ayrılıkların birleştiği noktalar da yok değildir. İşte bu birleşmenin anlaşılır ve

güzel bir örneği Jeanniere’de görülmektedir. “Jeanniere, modernliğe geçişi sağlayan dört temel devrimden bahsetmektedir. Jeanniere modernliği belirleyen dört temel devrim olarak bilimsel, kültürel, endüstriyel ve siyasal devrimlerden söz etmekte; bilimsel devrimden Aydınlanma bağlantılı pozitivizmi, siyasal devrimden demokrasiyi, kültürel devrimden laikliği, endüstriyel devrimden endüstriyalizmi kastetmektedir”(Kızılçelik, 2000: 166).

Jeanniere’den hareketle incelemeye, modernliğin zihinsel tohumları olarak görülebilecek Aydınlanmayla devam edilebilir. Bu doğrultuda Aydınlanma, daha sonraları kapitalizmle cilalanacak olan modernliğin düşünsel - kültürel eşliğini atlamada gerçek bir ideolojik - soyut çıta olarak kabul edilebilir. Zaten unutulmamalıdır ki “Yerleşik bir kültürün yerine yeni bir kültür getirilmek istendiği zamanlarda, ideoloji önemli yer tutar. Çünkü evren hakkında birtakım açıklamalar getiren ve onu dönüştürmenin neden gerekli olduğunu anlatan birkaç temelden hareketle önerilen norm, değer ve rollerin, ussallaştırılmasından başka hiçbir dayanağı yoktur yeni kültürün”(Duvarger, 2002: 113).

Aydınlanmayla değişen, başkalaşan ve kendine doğru yol alınan söz konusu yeni evrensel kültür ise, bilindiği gibi, bütün ümidi ve itikadıyla tamamen insan ve insan aklı üzerine kurulmuştur. Yani Aydınlanmanın insanlığa getirdiği, kazandırdığı ideoloji, yine bizzat insanı, insani bilgiyi ve pozitivizmi yüceltmeyi amaçlamış bir ideolojidir. Öyle ki; zamanla köklü farklılıkların yeşermesine ışık vermiş Aydınlanmanın tanımı bile bu büyük ideolojik değişiklikleri anlatmaya yetecek kudrettedir: “Aydınlanma, sözlüksel - özetsel bağlamda da olsa insanın, dinsel inanç ve bağlılığa dair görüşlerden ve bu görüşlerin biçimlendirdiği otorite ve yaşam tarzından kendisini arındırarak, akıl ve bilime göre yaşamayı kavramaya, organize etmeye ve yaşamaya çalışması sürecine tekabül etmektedir”(Kızılçelik, 2000: 72).

Yani Aydınlanma hareketinin – felsefesinin benimsediği dünya görüşünde, ne din ne tanrı ne de en az bunlar kadar aşkın başka bir temele kat’a yer verilmemektedir. Hatta Aydınlanmaya ve aydınlanmacılara göre insanın, insan ahlakının, onurunun, düşüncesinin ve yaşamının aydınlanması, bunlardan arınabilmişlik dereceleriyle ölçülmektedir. Ve bu gibi öncül şartlarla “Aydınlanmacılar, Batı toplumlarının teolojik temellerine karşı

çıkarak, dünyasal mutluluğun 'laik' ve 'insancıl' bir anlayışını öne çıkarmaktadırlar. Bu bağlamda Aydınlanmanın esas yönü 'insanlık ideali'ne ilişkindir''(Kızılçelik, 2000: 77).

Hemen her bir gelişmenin; toplumsal, siyasi ve ekonomik her yeni modelin orijin olarak bir düşünceden, bir ideolojiden çıkış bulduğu hatıra getirildiğinde Aydınlanmanın da, sayılan etik ve felsefi temelleri başlattığına; ancak onların tutunum alanlarını aşmakta gecikme göstermediğine tanık olunmuştur. Yani *Aydınlanma, modernleşmeye dönük büyük bir 'ilk adım'sa, sonradan ortaya çıkmasına sebebiyet verdiği ilerlemeler 'uzun soluklu bir koşu' gibidir.* Adına kapitalizm denilen bu maratonun sınırları her ne kadar gün geçtikçe belirsizleşiyor ise de kapitalizm, Aydınlanmanın açtığı çığırla kendine yol bulmuş bir düzendir. Zaten Aydınlanmanın özellikle de Frankfurt Okulu teorisyenlerinin sivri kalem uçlarıyla sonuna kadar eleştirildiği yönü, kapitalizme ister istemez yüz vermiş olduğu bu yöndür. Fakat bu yüz verme işinin içinde burjuvazinin de çomağı parmağı vardır. O nedenle Aydınlanma ve kapitalizm birlikteliğinden hemen evvel Aydınlanmanın, önce burjuvazi ile olan münasebeti açığa çıkarılmalıdır. Taşlar, bu hiyerarşiyle yerine konduğu zaman düzgün bir biçimde sıralarına oturmuş olacaktır.

Kızılçelik, Aydınlanma ile burjuvazi arasındaki içsel ilişkinin bağlarını şu şekilde yazıya dökmektedir: “Aydınlanmanın temsil ettiği dünya görüşünün temaları, belli bir sınıfın (burjuvazinin) 18. yüzyıldaki dünya görüşleriyle uyum içerisindedir. Goldmann 'Aydınlanma Felsefesi' adlı özgün yapıtında bu konuyu, eş deyişle Aydınlanma – burjuvazi bağlantısını öne çıkarmaktadır. Goldmann'a göre Aydınlanmanın temel düşüncelerini anlamak isteyen birisi, işe burjuvazi açısından en önemli olan ve onun toplumsal ve düşünsel evrimini en çok etkileyen faaliyetini çözümlemeye başlamalıdır. Goldmann'ın vurgusundaki temel etkinlik ise ekonominin (piyasa ekonomisinin) zorunlu ögesi olan 'değiş – tokuş'un (mübadelenin) gelişmesidir. Kapitalist ekonominin mübadele gerçeğinin - yasasının gelişimi ve/ya da ön gereklilikleri ise bireyin özerkliği, sözleşme, evrensellik, hoşgörü, özgürlük ve mülkiyettir. Goldmann'ın mübadelenin gelişmesinin gereklilikleri olarak ele aldığı temel konular (bireyin özerkliği, eşitlik, sözleşme vb.) bilindiği üzere Aydınlanmanın temel değerleri - sloganlarıdır. Bu noktada Aydınlanma ile burjuvazinin iç içeliği, ayrışık olmayışlık durumu oldukça nettir. İkisi de modern çağ - ortamlar öncesi dönemi (feodaliteyi) tüm boyutlarıyla eleştirmekte, ona karşı koymaktadır''(Akt; Kızılçelik, 2000: 74).

Görülen o ki Aydınlanma – burjuvazi ilişkisindeki ana vurgu; sosyo – ekonomik temeldeki bireysel özerklik fikri üzerinedir. Fakat Aydınlanma, yaydığı (özünde belki iyimser olan) hümanist düşüncelerle burjuvazi sınıfının önünü açan en büyük akım – hareket olurken, üzerine titrenen akılcı ve özgür bireyse onarılması güç bir biçimde incinmeye maruz kalarak kendi kendini istismar etmeye, aklını araçsallaştırmaya başlamıştır. İşte bu noktada yine Frankfurt Okulu üyelerinin referanslarına başvurmak gerekir. Çünkü onların özellikle de ‘‘Horkheimer ve Adorno’’nun argümanları bağlamalı Eleştirel Teorisyenlerin Aydınlanma eleştirisi daha çok bilim, teknoloji, totaliterlik ve araçsal aklın eleştirisi noktasındadır. Ama en temel eleştiri ‘araçsal akıla’ dairdir’’(Kızılçelik, 2000: 82). Bu yüzden anlatımın güzergâhına uygun olarak araçsal akıl kavramsallaştırmasının açıklanması yapılmalı, sonrasında onun, kapitalist düzen ve dolayısıyla da sonunda modernlikle olan alakaları ele alınmalıdır.

Araçsal akıl ya da aklın bir araç haline dönüşmesi, Eleştirel Teori’de itinayla incelenmiş bir konudur. Araçsal akılda özet olarak; *Aydınlanmanın, akli ve akla dayalı bilimi – pozitivizmi kutsayan ideolojisinin ters teperek işlediği, Aydınlanmanın yeniden keşfettiği ve çok güvendiği aklın, fazla sürmeden çıkarıcı ve makinemsi bir yapıya dönüştüğü ima edilir.* Araçsal akıl, bir taraftan içinde bulunduğu genel şartlar ve düzenle kapitalist sistemin patlamasına olanak tanıdığı gibi, aynı zamanda kapitalizmin, adına modern denen insanı (araçsal akla sahip kılınmış bireyi) çepeçevre sarıp yuttuğunu da dışa vuran bir ifadedir. Araçsal aklın açılımı ve kapitalist zihniyetle yakından bağlantıları Frankfurt Okulu’ndan Horkheimer’in yardımıyla şöyle izah edilebilir:

Horkheimer’a göre, Aydınlanmanın tetiklemesiyle adeta bir kez daha yaratıldığı düşünülen insan ve ‘‘Akıl, kendisinden nesnel olarak beklenen geleneksel tepkilerin ve işlev tarzlarının düğüm noktası halinde küçülmeye başlamış ve hatta *akıl, inatla amaca yöneltilmiş biçimde, insanlar için her çeşit tahminin ötesinde kalan maddi üretimin tam olarak hesaplanmış işleyişi gibi ağır – kötü sonuçlar üretecek tarzda ‘diğer aletlerin yapımına yarayan bir alet’ konumuna indirgenmiştir.* Bu noktada akıl, artık sadece araçsaldır... Özerkliği kalmayan akıl, bir araç durumuna getirilmiş, *aklın biçimselleştirilmesi ise ‘makineli üretim tarzının entelektüel ifadesi’ olmuştur...* Eleştirel Teorisyenlerin genel paylaştıkları eğilime göre Aydınlanmanın temelinde bulunan, hatta kendisine ‘Akıl Çağı – Akıl Hareketi’ denmesine vesile olan ‘akıl’, Aydınlanma ile birlikte ‘araçsal akıl’ formu kazanmıştır. Aklın araçsal içerik ve biçime büründürülmesi

ya da ‘araçsal akılcılaşıma’ aynı zamanda Aydınlanmanın bizatihi kendi öteki çocuğunu yemesine de kaynaklık etmiştir: Bireyin özerkliği, özgünlüğü, birey olarak ‘kendisi’ silinip gitmiş, buharlaşıp uçmuştur. Horkheimer ve Adorno bu durumu ‘*bireyin kendini yitirmesi*’ olarak değerlendirir’’ (Kızılçelik, 2000: 87, 92).

Bireyin kendisini yitirmesine yol açan ‘Aydınlanmanın ortaya çıkardığı araçsal akıl’ konusunda Marsall’ın da söyleyecekleri vardır. Marshall için de Aydınlanma ile başlayan “Akılcılaşıma süreci; iktisadi yaşamı, hukuku, idari yapıyı ve dini etkilemiştir ve kapitalizmin, bürokrasinin ve hukuk devletinin ortaya çıkışının temelini oluşturmaktadır. *Akılcılaşıma sürecinin özü, toplumsal aktörlerin kişisel olmayan ilişkiler bağlamında, çevrelerindeki dünya üzerinde daha fazla denetim kurmak için bilgiye, giderek daha çok başvurmalarıdır*” (Marshall, 2003: 11). Kastedilen bu bilginin temeli ve arayışıysa zamanla asıl anlam ve amacından (etikten - felsefeden) sapmış, artan bir yükselişle dünyevi işlere kaymıştır. Yani akıl, eskisinden çok daha fazla bir ilgiyle (hatta kendini bile unutarak) madde’ye yönelmiştir. Bu yönelişle *neredeyse sadece dünya için çalışan, işleyen akıl, kendi sahibinin insiyatifinden çıkarak bir bakıma el değiştirmiştir. Çünkü aklın kullanım ve kontrolünde birincil olarak gözetilen değer insanın kendi ruhu ve erdemi değil maddenin (para, makine, üretim, iş) ta kendisi olmuştur*. Böylece akıl da insan denetiminden hızla uzaklaşarak elde edip çoğaltmaya, artırmaya çalıştığı maddenin, makinenin, paranın yani esasında ‘aracın’ denetimine girmiş, araçsallaşmıştır.

İşte bu araçsallaşıma ile ‘her şeyin bitmek bilmez bir hesap - kitaba, menfaate yaslandığı, insani ve tinsel değerlerin küçümsenerek umursanmadığı bir sistem olan kapitalizm’in doğması arasında uzun zaman aralıkları bulunmamaktadır. *Aydınlanma böylelikle, hep söylendiği gibi, insanı gereksiz ve eskimiş mitlerden kurtarmaya çalışırken, pek çok şeye baskın gelen yeni bir mit olan kapitalizm – modernlik miti içerisine düşürmüştür*. Bu gerçeğin savunulmasında Eleştirel Teorisyenler elbette sessiz kalmaz. Onlara göre “Dünyanın büyüünün bozulması ve efsanelerden kurtarılmasının bedeli, yeni efsanelerin yaratılması ve insani olmayan güçlere yeni bir tür teslimiyetle ödenmiştir. Araçsal akıl aracılığıyla devreye sokulan bu yeni yabancılaşma, her şeyi teknik yararlılık ve kişisel çıkara indirgemıştır” (Hira, Şan, Frankfurt Okulu ve Kültür Endüstrisi Eleştirisi: Web). Yani bütün bu anlatılanların çağrıştırdıkları itibariyle mesele kapitalizm meselesine gelmiş bulunmaktadır. Modernlikle aralarındaki dolaysız

etkileşimlere bakmadan önce, kapitalist sistemin çözümlenmesine ilişkin olarak kapitalizmin kendisi üzerine birkaç başlangıç vurgusu yapmak yerinde olacaktır.

“Kapitalizmin varlığı, üretilen metaların satılmasına bağlıdır. Bunun için de kapitalizm, insanları, sürekli olarak tüketime yönlendirir. Kapitalizmin biçimlendirdiği sistemde, insanlar aşırı derecede tüketen obur yaratıklar olarak görülür. Kapitalizm, yarattığı tüketim kültürü sayesinde insanları oburlaştıran bir sistemdir”(Kızılçelik, Küreselleşme, Beden ve Şizofreni: Web). Yani kapitalizm esas olarak üretime, üretileni tüketime, en önemlisi de üretim fazlasına yani artı ürüne dayanan bir ekonomik sistemdir. Bu kârı elde etmenin başlıca biçimine; *insanı ve insan emeğini sömürme* denilebilecekse de, kapitalist sistemde paranın kazanılmasında ‘*bin bir yol*’ vardır. Bu yolların tümünde teknik olarak işleyen ve “Makine çağını karakterize eden mekanizmalar, aletler ve araçlar bütünlüğü ve üretim tarzı olarak teknoloji, aynı zamanda, sosyal ilişkileri örgütleme ve devam ettirme (değiştirme) tarzıdır; egemenlik ve denetim için araçtır, davranış örüntüleri ve yaygın düşüncenin bir tezahürüdür”(Kızılçelik, 2000: 184). Tüm bu realiteler kapitalizmin, deyim yerindeyse insanın gözünün yaşına asla bakmadığını bir sefer daha tekrarlar. Çünkü kapitalist sistemde hangi şartlarda ve ne olursa olsun, önemli olan paradır.

Öte yandan kapitalist sistemin dünyanın neresinde – nerelerinde işlemekte olduğu sorgulanırsa, doğrudan görülecektir ki; kapitalizm, dünyanın neredeyse her bir yerinde ve her bir köşesindedir. Bu özelliğiyle de kapitalizm küresel ölçekte dir. Zaten bu nedenledir ki “Küreselleşme, Batı dünyasının sosyal, ekonomik, politik ve kültürel temelleri olan kapitalizm ve emperyalizminin yeni adıdır. Küreselleşme, kapitalizmle yaşıttır ve onunla eş anlamlıdır. Küreselleşme, 16. yüzyılda temellenen, ancak 19. yüzyılda dünya toplumlarına önemli ölçüde nüfuz eden kapitalizmin, günümüzde yerküreyi kaplaması ve dünyanın tamamına yayılmasıdır”(Kızılçelik, Küreselleşme, Beden ve Şizofreni: Web). Ve bu amansız yayılma, kapitalizmden izolasyonun, bir anlamda imkansız olduğunun resmidir. Peki kapitalizm ile modernliğin bağlantıları bu anlatılanların neresindedir?

Bilindiği gibi kapitalizmle modernlik arasında birinci dereceden ilişkiler söz konusudur. Bu ilişkiler sosyal, siyasi ve ekonomi merkezli her akademik çalışmada yer alan ilişkilerdir. Fakat bunlar tanıdık, belli başlı kalıpların içerisinde sıkışmış halde bulunan ilişkiler olup aslında bir o kadar da o tarzdan çıkarılarak anlatılmaya pek ala

müsait olan münasebetlerdir. Bu durum, söz konusu ilişkileri yani kapitalizm - modernlik bağlantılarını farklı bir biçimde tarif etmeyi denemek için bir fırsat olarak görülebilir. Örneğin küçük bir dil oyunu oynanarak, kapitalizmi modernlikle birlikte anlatmaya çalışan herhangi bir tanımlama cümlesinin içerisinden ‘kapitalizm’ kelimesi çıkarılabilir. Bu durumda kapitalizmin yerine konduğu takdirde cümlenin anlamını bozmayacak – eksik bırakmayacak onlarca sözcüğün derhal bulunabileceği görülür. *Bu, kapitalizmin çok yönlülüğünü ve her bir yaşam unsuruna bulaştığını gösterir.*

Söz konusu o kelimelerin başında ise; tüketim, üretim, küreselleşme, manipülasyon, kâr, çalışma, emek, uzmanlaşma, kitle, bilgi, (belki ve kısmen) konfor vs. sayılabilir. Bir yandan kapitalizmi zaten tanımlamakta olan bu kelimeleri, buradaki gibi yazılı metinlerin dışında yani gerçek hayatta aramaksa, işin modernlik tarafını soruşturmaya geçmek demektir.

Bu anlayışla sayılan sözcüklerin yazı dili haricinde birer isim, yüklem, *özne* ya da *nesne* olarak kullanıldığı – görüldüğü - yaşandığı birimler ise; sanayi, fabrikalar, değişim, yayılma, teknoloji, reklam, cinsiyetler, dünya, evler, ideoloji, para, ikna, özel yaşam ve mülkiyet, devlet, boş zaman, eğitim, sanat, sağlık vb. gibi öğelerdir. *Bu kurumlara, gelişmelere, değer ve unsurlara sahiplik durumları ve bu sahipliklerin dereceleri de doğrudan modernliğin işaretleri olmaktadır.* Yani tek tek sıralanan bu yer, oluşum ve sözcükler; hem kapitalist sistemin devam etmesi için gerek olan şart ve materyaller hem de modern hayatın daha da modernleşerek yaşanabilmesi için lazım olan gereksinim ve ölçütler değil midir? Tüm o verilenler bir arada düşünüldüğünde, onları yani kapitalist değerler ile modernleşme ölçülerini hayatın ve zamanın içerisinden soyutlayarak birbirlerinden ayırmanın artık mümkünatı var mıdır? Rowe’un “Modern kültür, pratiklerinde ve üretim tarzlarında amansızca maddidir”(Rowe, 1996: 29) dediği gibi, modernlik kapitalizme sırtını dayarken, kapitalist işleyiş de modernliğin yeniliklerini birer eşya gibi her geçen gün bir kez daha üretmez mi?

Birbirlerine göbekten bağlı olan bu ilişkilerin ortaya çıkardıklarıyla sonuç olarak denilebilir ki; bir devlet, ülke, ulus, işletme hatta birey ne denli kapitalistse, kapitalist sistemin gereklerine, zihniyetine ne denli uyum sağlıyorsa, o derecede de modern demektir. Dünyanın – bugünkü kapitalist dünyanın; modernlik – bugünkü modernlik şartı ve anlayışı en kestirme haliyle böyledir. *Bunun kadar net ve kesindir.*

Kapitalizm ile modernlik arasındaki bağlar aracılığıyla varılan önemli bir diğer bulgu ise yine bir çelişki üzerine kuruludur. Evet, “Kapitalizm, moderniteye gerekli olan zemini yaratmış ve onun ürünlerinin her birinden yararlanmayı bilmiştir. *Ama işin ilginç yanı modernitenin yayıldığı her alana kapitalizmin hızlıca geçiş yaptığı; fakat kapitalizmin olduğu her yerde modernitenin yayılmasının bir zorunluluk olarak şekillenmediği gerçeğidir.* Kapitalizm esas olarak kârlılığı merkeze alan bir sistem olarak yeri geldiğinde eski tahakküm biçimlerinin süre gitmesine izin vermiş, sadece kapitalist üretim biçiminin uygulanmasının daha kârlı bir zemin oluşturduğu alanlarda moderniteyi bir proje olarak öne sürmüştür. Yakın zamanlara kadar kullanıla gelen köle emeği ve bir türlü gerçekleştirilmeyen toprak reformları kapitalizmin yayıldığı her alana modern kentler ve fabrikalar kurmak için can atmadığının kanıtları olarak gösterilebilir...”(Yürür, Modernite ve Kapitalizm İlişkisi Üzerine: Web). Yani mesele yine aynı yere gelir: *Kapitalizm daha doğrusu Batı kapitalizmi ikiyüzlüdür.* Bu yargı yalnızca bildik bir yargı olduğuyla kalmaz; aynı anda o, aşılması güç gibi görünen bir şeyleri de anlatır; örneğin modernliğin – Batı modernliğinin sadakatsizliğini, yayılmacılığını, sağı solu belli olmayan taraflarını...

İşte bu gerçeklerle, modernleşmeye dair ağırlıklı bir biçimde negatif olan tüm değerlendirmelerde, kapitalist Batının ve ideolojisinin azımsanamaz payı vardır. Ve tam da bu noktadan sonra modernleşmenin Batı ve Batı – dışı ile bugünkü konum ve durumuna bakmakta yarar vardır. Bunun ardı sıra konu, popüler kültür modernleşmesi ile yeniden birleştirilecektir.

2.1.3. Bugünün Modernleşmesi

“Post – modern çağda; ‘ne hakikat, ne yalan; ne stereotip, ne yenilik; ne güzellik, ne çirkinlik vardır; var olan, farklı ve eşit sonsuz sayıda zevklerin yelpazesidir. Herkesin kültüre ulaşmasını içeren demokrasi, bundan böyle, herkesin kendi istediği bir kültür hakkını veya herhangi bir anın dürtüsünü kültür olarak isimlendirme hakkını ifade etmektedir”. Bu anlamda, post modern bireyin tercihleri tartışılmaz; bu tercihleri hiçbir kimse, hiçbir aşkın tarihsel veya çoğunluğa ait otorite değiştiremez; televizyon önünde, uzaktan kumandasıyla programını seçer, geleneksel hiyerarşileri dikkate almaz; Nietzsche’nin ‘artık kendinden utanmayarak gerçekleşmiş bir özgürlüğün işaretidir’ sözündeki anlamda özgürdür. Her şeyden vazgeçebilir, basit tutkularının dolayımsızlığına kendini bırakabilir” Nuri Bilgin

Başlangıç olarak kısa bir hatırlatma yapmak gerekirse, Çetin’in de belirttiği gibi “Modernlik kavramı; teknolojik, siyasal, ekonomik ve toplumsal gelişmede ileri ülkelerin ortak özelliklerini belirlemek üzere kullanılırken modernleşme, öteki ülkelerin o özellikleri elde etme sürecini belirler”(Akt; Doğramacı, 1993: 9). Yani modernleşme ülke bazında, toplumsal düzeyde yahut kişisel seviyede olsun, farklı kriterler gözetilerek çabalansın fark etmez; her şeyden önce bir süreçtir. Amacı, hedefi ve varış noktası belirli olan değişimsel bir süreç.

Ancak modernleşme literatürü ve tartışmalarında o sürecin, ilkin kimler tarafından tanımlandığı, nelerin kıstas olarak alındığı ve de bu süreçte kimlerin izinden gidileceğinin kasıtları son derece önemlidir. *Çünkü modernleşmenin ‘iyi bir şey’ olduğunu ilan edenler, aynı zamanda onun gerekliliği ve ‘nasıl gerçekleştirileceğinin biricik yolu’ üzerinde de hem fikirlerdirler.* Yani bu birkaç tümceden (ve bir önceki başlık altında açıklananlardan) elde edilenlerle açıktır ki modernleşme kavramı; Batılılar ve onların sosyal bilimcileri cephesinden, tüm az gelişmiş (yani daha az modern) toplumların Batıya benzer evreleri sürecekları anlayışından yola çıkarak oluşturulmuştur. Modernleşme; modernlik temelindeki toplumsal değişimin, bir bakıma özel bir görüşe (Batı ve Batılılara) göre ele alınan özel bir durumunu (az gelişmişlerin değişme vaziyetini) anlatmaktadır.

Bu perspektifi taşıyan onlarca görüşün içerisinden örnek olarak Wagner gösterilebilir. Wagner de ‘sosyoloji bile bunu böyle düşünmeli - bilmeli’ diye savlayan o düşünürlerden biridir. Çünkü ona göre “Bir modernlik sosyolojisinin, toplumsal pratik

çeşitlerini incelemenin ötesine geçerek Batı toplumlarının kurumlarının özgüllüklerini saptamaya ihtiyacı vardır. Bir modernlik sosyolojisinin görevi, bu kurumların karakteristiklerinden hangilerinin onların inşa edilmesinde ve ayakta kalmalarına neden olduğunu, hayatı nasıl yapılandırdıklarını ve eylemi nasıl kısıtlayıp nasıl eylem fırsatları sağladıklarını ortaya sermektedir”(Wagner, 2003: 65).

Ancak söz konusu Batı ideolojisinin dayatmaya çalıştığı gibi, modernleşmenin yegane yolunun kendilerinin (adeta zorunlu tutulan) takibinden geçemeyebileceğini ya da modernleşmeye ‘*Batılılıktan çok Batıcılık*’ manasına gelebilecek anlamların ötesinden de erişilebileceğini ileri süren düşünceler de yok değildir. Örneğe Levy, o görüşleri temsil edenlerden biridir ve Levy’nin iddiaları, bu açıdan cesurca çıkışlar olarak kabul edilebilir. “Levy’e göre modern toplumlarda görülen nitelikler, modern olmayan toplumlarda modernleşmek için gerekli ön koşullar olmayabilir. Bir toplumun modernleşmesi için, modernleşmiş toplumlardaki aynı kalıpları gerçekleştirmesi gerektiği söylenemez. Sonradan modernleşmeye başlayan ülkelerdeki modernleşmenin ön koşulları, daha önce modernleşmiş olan ülkelerdeki modernleşme için gerekli olmuş olan ön koşulların aynı olmayabilir. Sonradan modernleşmeye başlayan bir grup toplum için gerekli olan ön koşullar, başka bir grup toplum için gerekli olan ön koşullar olmayabilir”(Akt; Kongar, 2006: 233).

Bundan kısmen farklı olmakla beraber Batı hegemonyasını eleştiren ve Batı cephesinin ‘bugünden itibaren’ bir modernleşme eşiği – ölçüsü anlamında eski statüsünü ve parlaklığını yitirmeye doğru yol aldığını düşünenlerin de bulunduğunu bilmek gerekir. Mesela Gimpel, bugünün Batısı hakkında böyle bir kanıya sahiptir. Gimpel’in diliyle “Batı dünyası bin yıllık bir uygarlık boyunca şu iki döngüsel süreci yaşama ayrıcalığına erişmiştir: Ortaçağ ve Rönesans... Bunların da ötesinde, Batının genel döngüsel ortamı içinde, her bir önemli ülke kendi özgün döngüsel sürecini yaşamıştır. 15. yüzyılda İtalya, 16. yüzyılda İspanya, 17. yüzyılda Fransa, 19. yüzyılda İngiltere ve 20. yüzyılda ABD bunun başlıca örnekleridir. Batı uygarlığının yakaladığı büyüme hızını sürdüren itici gücün ardında bu ülkeler vardır. *Ancak bu hızı koruyabilecek yeni bir gen, toplum, Batı’nın ufkunda gözükmemektedir*”(Gimpel, 2004: 231 – 232)

O halde asıl yüzleşilecek olan, modernleşmenin yolları ve olanaklarının, Batıcı tekelden çıkarılıp - çıkarılamayacağı problemidir. Bu sorunsal da düşüncüyü,

modernleşme meselesi üzerinde bir kez daha işletmeye iter. Yani modernleşmenin ne olduğunu anlamaya uğraşırken onu yorumlayıp izi sürülen hayatta somutlaştırmaya yönelik çalışmalarda, kalkış noktası olarak alına gelen o Batı ideolojisini aşmak – aşabilmek muhtemel midir? Daha doğrusu, modernleşme kavramı ve sürecinin Batılı ya da değil, *‘herhangi bir ideolojiden arındırılabilmesinin’* mümkünâtı var mıdır?

Bunu sormak bile, Batılılar ve Batılı olmayan toplumlar için bam telini titretecek cinsten bir farkındalığa sebebiyet verebilir. Fakat onun dillendirilmesi kadar, işitilecek olan cevap da mühimdir. Aranan yanıt ise, ciddi felsefi dünyalarda ya da toplumsal düşüncenin derin denizlerinde değil, modernleşme teriminin bizzat kendisinde bulunabilir.

Modernleşme, şüpheyi yer vermeyecek kadar açıktır ki; kasten, belli ve planlı bir değişimsel yolculuğa denk düşmekte olan bir evrimdir. Söz konusu değişimin takip ettiği gidişat (modernleşme), sorulan o soruyu açıklığa kavuşturmada kilit rolünü oynar. Modern toplum, günümüzün toplumu olma anlamını taşıdığından bu noktaya varmak yani modern toplum (modern bireyler) olabilmek için ilkin, bir önceki yapıdan farklı formlara bürünebilmek lazımdır. Yani eski tipten (gelenekselden) yeniye (moderne, kapitaliste) geçerek ‘bu temelde’ değişmiş olmak gereklidir. Ve madem bir ideolojiden bağımsızlık gözetiliyor, o halde bu geçişte ölçü olarak kabul edilecek unsur, tarafsız ve tüm toplumları kapsayacak genişlikte genel geçer olmalıdır. İşte söz konusu o ölçüte, kararsızlığa düşmeden *teknoloji* adı verilebilir. Çünkü teknoloji, sürekli bir birikimi anlatıp geri dönüşü olanaksız kıldığından yalnız ve yalnız kendisiyle (ve beraberinde getirdiği gelişmelerle) bugünün ilerlemişlik derecesi ölçülebilir. Bu da olumlu bir ilerlemeyi ve değişimi göstermek anlamına geleceğinden, sadece ona sahip olanlar modern olarak tasvir edilip tanımlanabilir (Kongar, 2006). Yani bir ülke, toplum ve bir bireyin, modern sıfatını taşıyabilmesinin imkanı, onun – onların teknolojiyi kullanımı ve bu kullanımla beraber teknolojiden etkilenen diğer sosyal - kişisel unsurlardaki çeşitli yansımaları taşıyıp taşıyamamasından geçer. Bu sosyal yansımalarla bakıldığında onların; kişiselde, kitleselde ve toplumsalda, birbirlerinden değişik alan ve görüngülerle ortaya çıktıkları göze çarpar. Bahsi geçen bu değişik alanların başında elbette sanayileşmişlik - kapitalistleşmişlik bulunur. Ancak modernleşmede endüstrileşmenin yanı sıra başka göstergelerin de önemle mevcut olduğunu hafızadan uzaklaştırmamak gerekir.

Söylenbilir ki “Bütün toplumlar modernleşme yönünde hareket ederler ve toplumların bireyleri de aynı yönde çaba gösterirler. Bu süreçte ana kavramlar; kentleşme, endüstrileşme, okur – yazarlık düzeyi, kitle iletişim araçlarının gelişimi ve iletişim ile ekonomik ve politik katılım ve bireyin diğer rollerini anlama yeteneğinin gelişimidir”(Doğramacı, 1993: 9). Yani modernleşme sürecinde edinilmiş olması lazım gelen nesnel özellikteki ana değerlerin neler olabileceği, aşağı yukarı bellidir. Destekler biçimde Sancar da bunun arkasında durur. Sancar: “Modernleşme süreci geleneksel olandan yeni olana doğrudur. Yani toplumsal değişim kendini; kentlere yönelen olağanüstü bir göç, meslek değişimi, aile yaşamındaki değişim, gelir düzeyindeki artış, statü geliştirme imkanı, eğitim alanındaki fırsat eşitliği, erkek ve kadın arasındaki ilişkilerde belirgin değişiklikler olarak gösterir”(Akt; Doğramacı, 1993: 9) der.

Modernleşme sürecinde her ne kadar teknolojik ileriliğin, kapitalizmin, endüstrileşmenin tartışılmaz önemi vurgulanmakta olsa da, bu, işin daha çok alt yapısal yönünü tırnak içine almaktadır. Sanayileşme olgusundan yani ekonomik - teknik alt yapıdan bağımsız olmamakla beraber, (aktarılanlardan da fark edileceği gibi) meselenin üst yapısal açılardan da gerçekleşebilme yolları olabilir. Aslında (alt yapı üst yapıyı büyük oranda şekillendirdiğinden) alt yapısı sağlam olmayan bir ideolojiyle modernleşme sürecini yaşamaya kalkışmak; içi tam dolmamış, dışı uyumsuz ve eksik kalmış bir takım görüntüleri gözler önüne getirebilir. Ve bu, Türkiye’nin yaşadığı gelişmeleri çağrıştırmakta gibidir. Fakat Türkiye’de modernleşme bağlantılarıyla birlikte değerlendirilecek olan popüler kültür ve kadın ileride ayrıca ele alınacağı için yeniden konuya dönmek daha yerinde olacaktır.

Modernleşmede yaşanılmış ve/veya yaşanması gerekli olan evre ve özelliklerin (kentleşme, okur – yazarlık, kadın – erkek ilişki ve paylaşımlarındaki eşitlik vs), yüzlerini, bireylerin ve toplumun üstleneceği bir takım girişim ve ödevlere çevirdikleri görülür. Modernleşme süreçlerindeki değinilen belli başlı aşamaların yaşamda vücuda getirilmesi yönündeki inançlar kati’dir. Atlatılması gereken dönüm noktalarının adeta zaruri olduğuna yönelik verilmiş kararlarda şüphe yoktur. Yani tüm *o sayılıp dökülenler, modernleşmenin olmazsa olmazlarıdır*. Lakin önemli olan biraz da, onların hangi kaynaklardan feyz alınarak gerçekleştirileceğidir.

Modernleşme yolunda toplumsal ve bireysel olarak gösterilecek olan çeşitli çabalarındaki itici güçler kim ya da kimler olabilir? Modernleşme sürecindeki başat olan değer ve ilkeler ne veya nelerdir? Bu sorularla oluşturulabilecek listenin hanelerine yazılan bir dolu maddenin arasında popüler kültür ve popüler sanatçıların yerleri nerelerde olabilir? Montaigne “Geleneksel toplumdan modern topluma geçişte ahlaksal ve ruhsal belirsizlikler yüzünden, bireyin bocalamadan sıyrılmasının tek yolu eğlencedir ve toplumla birey arasındaki çatışma eğlence aracılığıyla hafifletilebilir. Çalışan sınıf insanların, doğası gereği ait olmadığı ortamdan kaçışı sağlayansa; rahatlama, dinlenme gereksinimini sağlayan popüler kültür ürünleri ve aktörleridir”(Akt; Uygunkan, 2007: 20) derken onun bu sözü, popüler kültür aktörlerinin, kadınların derin ya da sığ, işlevsel yahut süste; ama yaşayacakları modernleşme hareketlerinin kaynaklarından biri olabileceği anlamına gelebilir mi?

İşte bunlar ve bunlara benzeyen sorulara aranan cevaplar, araştırmanın merkezi problemine yakın olduğu kadar, aynı zamanda farklı bir isim ve içerik çerçevesinde aranmaya daha elverişli ve uygun yanıtlardır. O nedenle de buradan itibaren konuya bir başka başlıkla devam etmek daha yerinde olacaktır.

2.2. KADININ MODERNLEŞ(EME)MESİ SORGULANIRKEN TOPLUMSAL YAŞAMDAKİ GERÇEK İZ DÜŞÜMLER

“Dünyada hiçbir şey ‘kadın’ kadar kitaplara konu olmadı. Buna karşın kadın yine de dünyanın en bilinmeyen varlığı olarak kaldıysa, bunun nedeni, onu binlerce yıldan bu yana ele alanların, anlatanların, inceleyenlerin hep erkek olmalarıdır” Hikmet Saim

“...Kadın ‘ötekidir’; çünkü erkek değildir. Erkek kendine yetendir, özgürdür, kendi varlığının anlamlı olduğuna karar verendir ve kadın ötekidir, anlamı başkaları tarafından belirlenen bir nesnedir. Kadın, kendi yani bir özne olacaksa erkekler gibi kendi varlığını sınırlayan tanımları, etiketleri ve özleri aşması gerekmektedir” Rosemaria Putnam Tong

Üstte, başlığın hemen altında yer verilmiş olan iki alıntı, aslında yüzlerce cildi dolduracak ve hâlâ da doldurmakta olan, hâlâ tartışıla gelen ‘kadın konusu’nu çok güzel özetlemekte, kadına ilişkin pek çok meseleyi tıpkı birer deyim gibi akla kazıtmaktadır. Kadınlı ilgi incelemelerin, çalışma ve araştırmaların başını çeken, içerisinde yer alan ya da konusunu teşkil eden tam merkezinde bulunan akademisyenler, toplumbilimciler, siyasetçiler, ünlü – ünsüz, seçkin – sıradan erkek ve de kadın kişiler... Onların kadın hedefli çabaları, inançları, söyleyecek sözleri hiç bitmedi, bitmeyecek. Ve elbette sona ermemeli de. Ancak tüm bu gelişmelerin karşısında kocaman bir şey durmaktadır ki o şey ezberleri bozar, akılları karıştırır, iddiaları sessizleştirir... Onun adına ‘gerçekler’ denir! Somut olan, yaşanmakta olan, kitapları, konferansları aşan gerçekler yani kadının bugününün gerçekleri...

İşte bu kısımda o gerçekler içerisinden; kadının kısmen geçmişi, belki geleceği, erkekler, çocuklar ve aileleriyle yani toplumla ilişkili güncel durumlarından bir parça olan modernleşmeleri ele alınacaktır. Özellikle de popülerleşmiş, popülerleştirilmiş modernleşmeleri... Peki ‘Popülerleştirilmiş modernleşme’ den ne gibi anlamlar çıkabilir? Kadın modernleşmenin popülerleştirilmesi nasıl olmaktadır?

Daha önce modernleşme süreçlerinin, toplumların, sosyal sistemlerin ve dolayısıyla da bireylerin yaşadıkları değişim ve yeniliklerle başlayıp devam edeceği belirlmişti. Yani genelden (kültürel) özele (bireysel) doğru ivme kazanan bir eğilimin varlığına dikkat çekilmişti. Tersten okunduğunda bu, değişimin bireylerden –

gruplardan sosyal sistemlere ve oradan da toplum geneline salınabileceği anlamına da gelecektir. Aslında her iki vaziyette de, kişisel duygu durumlarına, bireysel izlenim ve eylemlere atıfta bulunmaktadır. Aynı zamanda da; ilişkilere, değerlere ve anlamlara yani yine üst yapıya (ideolojiye) göndermeler yapılmaktadır. Bu noktada, o sosyal göndermelerle ilgilenen, toplum içindeki değişimlerin kişilik ve kimlik sistemleri üzerinden gerçekleşebileceğini ön gören, küçük boy kuramcılarının bazılarından yardım alınabilir. Ve onlardan yapılacak alıntıların, daha sonra, ‘kadınla’ nasıl örtüştüğü detaylarıyla gözler önüne serilecektir.

Bu doğrultuda açıklamalara La Piere ile başlanabilir. La Piere’in değişimsel süreç ve ilişkilere dair ileri sürdüğü düşünceler ‘bir popüler yıldız ile toplum içerisindeki kadınların konumuna’ kolaylıkla uyarlanabilecek biçimdedir.

Sosyal bir değişimsel hareketin gerçekleşmesi için öncelikle o hareketi başlatacak, etkin bir nüfuza sahip birilerinin olması noktasından söze başlayan ve “Yenilik yaratıcıların çeşitli tiplerine işaret eden La Piere, iki ayrı tip üzerinde duruyor. Birinci tip yaratıcı dahi tiptir. İkinci tip ise toplum dışı olan, sorumsuz, egzantrik garip kişidir. La Piere’e göre bunların ikisi de bir ölçüde toplum dışı kişilerdir. Zaten bu yüzden yenilik yaratıcı olurlar... Yeniliğin yaratılması için pek çok kişinin ortak çabasına ya da bir örgütün desteğine gerek yoktur. Fakat bunun topluma mal olması ve toplumsal değişmeye yol açması için pek çok kişinin gücü ve çalışması zorunludur. Toplumun bazı üyeleri yaratılan yeniliğin önemini kavrarlar. Bunun sonunda da kendilerini yaratılan yeniliğin geliştirilmesine ve savunulmasına adanlar. La Piere bu kişilere savunucular diyor. Savunucular olmadan maddi ya da manevi (davranışsal, fikirsel) bir yenilik, topluma mal olamaz. Savunucu genellikle yenilik yaratıcıdan ayrı bir kişidir. Kişiliği de yenilik yaratıcıdan farklıdır. Her ne kadar ikisi de egzantrik ve bencilseler ve uzak, sonu belli olmayan amaçlar için çalışsalar da yenilik yaratıcı, sembollerle uğraşırken, insanlara yönelir. Savunucunun esas güdüsü, zenginlik ve prestij elde etmektir. Savunucu, yaratılan yeniliği geliştirir ve propagandasını yapar. Bu arada çeşitli yollardan ve kitle haberleşme araçlarından yararlanır. Yeniliğin topluma mal olması ve toplumsal değişme yaratılması için savunucuların rolü de yeterli değildir. Yaratılan yenilik uygulanmalıdır”(Akt; Kongar, 2006: 215 – 126). La Piere’in açıkladıkları içerisinde, yenilik yaratıcı tipe özellikle dikkat etmek gerekir. Çünkü *Ajda Pekkan’ın bu çalışmadaki yeri, yenilik yaratıcı tipe özdeşir niteliktedir.*

Yenilik yaratıcı tip, bir sosyal yeniliğin dolayısıyla bir değişimin, farklı bakımlardan güçlü sayılabilecek kişi ve kişilerin, insanlar üzerinde bıraktıkları tesirlerle gerçekleşebilirliğini kanıtlamada bir araçtır. La Piere'in anlattığı bu yenilik yaratıcı tip, Featherstone'nin 'Yeni Kültür Aracıları' olarak ifade ettiği kişi ve gruplarla, üstlendikleri rol ve yapıları itibarıyla oldukça benzeşmektedir.

Featherstone için “Yeni kültür aracılığı simgesel malların ve hizmetlerin sağlanmasıyla uğraşır; pazarlama, reklam, halkla ilişkiler, radyo ve televizyon yapımcıları, sunucular, magazin muhabirleri, moda yazarları ve yardım meslekleri (sosyal yardım çalışanları, evlilik danışmanları, cinsel terapistler, diyetisyenler vb.)... Bu grup; kimlik, sunum, görünüm, hayat tarzı ve bitimsiz yeni tecrübeler karşısında büyünür. Bu grup, entelektüellerin hayat tarzını aktif olarak destekler ve daha geniş izler kitleye aktarır ve spor, moda, popüler müzik ve popüler kültür gibi yeni alanları geçerli düşünsel analiz alanları olarak meşrulaştırmak konusunda entelektüellerle ortaklık kurar”(Featherstone, 1996: 85 - 86). Yani Featherstone'nin yeni kültür aracılığı olarak gösterdiği ve La Piere'in yenilik – değişim yaratıcı tipini büyük oranda andıran bu insanlara örnek olarak; çeşitli alanlardan seçilmiş değişik popüler kimlikler verilebilir. Örneğin siyasiler, iş adamları yahut sanatçılar gibi.

La Piere ve Featherstone ile oldukça yakın fikirleri paylaşan isimlerden biri de Wagner'dir. Wagner, tarzını biraz daha keskinleştirerek adı geçen düşünürlerin söylemleriyle örtüşen açıklamalarını şöyle dile getirir: “Zihinlerdeki belli bir takım beklentilerle, genellikle küçük olan belli bazı grupların düzenli olarak yürüttükleri ve buna karşılık genellikle modernleşmenin etkilerinden daha az haberli, muktedir kılınmalardan bekleyebilecekleri fazla şey olmayan ve muhtemelen bu etkilere itiraz edecek ya da zaruri enformasyon ve güce sahip oldukları takdirde itiraz edecek olan çoğunluktaki grupları içine alan modernleşme saldırılarından söz edebiliriz”(Wagner, 2003: 66 – 67).

Kısacası, isim ve meslekleri farklı olsa da, bahsedilen kişi ve kesimlerin - grupların hemen hepsinde kayda değer müşterek yönler bulunmaktadır. Söz konusu ortak taraflarıyla onlar yani önemli kimliklere sahip “Toplumun önde gelen kişileri, yalnız devlet hayatının alacağı şekil ve yön bakımından değil, aynı zamanda; ekonomi, din, eğitim, estetik vb. kültürel alanlarda da söz sahibidirler. Bu gruplar, ellerindeki olanak ve

yaşam bilgileri sayesinde, sıradan insanların olağan ortamını aşacak güçteki kişilerden oluşmaktadır. Bu kimseler, toplum için önemli konumdadırlar. Bu gruba mensup olanların ortak niteliği, yönetici rol oynamaları ve sosyal hiyerarşide üst konumu işgal etmeleridir’’(Ulusoy, 2005: 22-23).

Dikkatle bakıldığında ve verilenler arasında adlarının açık seçik geçmesi itibariyle de aktarılanlar; popüler kültür, o kültür içerisindeki bir ünlü ve hedef kitlesi olabilecek kadınlar arasında yaşanan ilişkilerle son derece alakalı görünmektedir. Çünkü *genellikle taklitçi olan popüler kültür ortamında, bir sanatçının (yenilik yaratıcı tip veya yeni kültür aktarıcısı olarak düşünülebilir) başlatacağı yeni akımlara (bir tür moda, belki bir tüketim alışkanlığına ya da modern yerlerden ithal edilmiş kültürel eğilimlere yani sonuçta bir değişime) karşılık, o popüler kültür karakterlerine bel bağlamış kadınların (savunucular olarak alınabilir) gösterecekleri tepkilerin, onaylayıcı ve destek verici tarzda olması son derece olasıdır.* Bununla birlikte söz konusu bu olasılık, farklı temellerden beslenir. O temellerden biri olarak, kadınların, diğer gruplarla kıyaslandıklarında etkilenmeye, örnek alarak uygulamaya ve dolayısıyla bu doğrultuda bir değişim yaşamaya daha açık olmaları sayılabilir. Aynı zamanda kadınlar, popüler kültür ve kimliklerin takibi konusunda başka demografik kategorilere göre her zaman daha faal ve etkin sayılırlar.

Kadınların yaşadıkları – yaşayacakları bu türden değişimsel ilişkilerin ardında, şüphesiz ki; kadınlığa ve içinde yaşanılan toplumun özelliklerine yakın duran pek çok nedensellik ögesi gizlidir. Bu nedensellik bağlarının, (değişmenin içsel özellikleriyle birlikte) vurgulanmaya değer olan yönleri ise başka bir değişme kuramcısı olan Zollschan’da görülmektedir.

“Zollschan da toplumsal değişmeyi bireysel açıdan ele alır ve toplumsal değişmenin, bireyin belli durumlara karşı gösterdiği tepkilerin, belli süreçlerden geçtikten sonra meydana gelen kurumlaşma ile ortaya çıktığını savunur. Zollschan’a göre *toplumsal değişmenin kaynağı bireyin beklentileri ve sahip olduğu imajlar ile mevcut durum arasındaki boşluklar ya da tutarsızlıklardır.* Zollschan bu boşluk ve tutarsızlıklara ‘yetersizlik’ diyor. Yetersizlik Zollschan’a göre ‘bir kişinin bilinçli ya da bilinçsiz bir şekilde beklediği olaylar ile gerçek durum arasındaki tutarsızlık’tır’’(Akt; Kongar, 2006: 213).

Zollschan'ın söylediklerinin, kadın izleyici ve dinleyicilerin, içinde bulundukları kendi gerçek durumlarına karşın, gözlemledikleri meşhur şahsiyetlerin yansıttıkları konum ve pozisyonlar arasındaki tutarsızlığı andırdığını ileri sürmek yanlış olmaz. En sonunda işlevsel veya gereksiz; ama bir değişimle sonuçlanacak olan söz konusu yetersizlik ve tutarsızlıkların yaşanmasına yol açan nedenler araştırıldığında onlardan birinin, kadınların, değişimi popüler kültür ortamında ve bir popülerler aktörün izinde arıyor olması sayılabilir. Çünkü değişim girişimlerinde popüler kültür aktörlerinin örnek olarak seçilmesi, onların ilettiklerinde hemen hemen her zaman bir tür kurgu, hayal ve zor erişilirlik bulunduğundan meselede gerçeklikten çok, imajsal yönün ağır bastığını anımsatır. Bu imaj ögesi üzerinde düşünüldüğündeyse, konu farklı bir yere doğru el uzatır.

Bu doğrultuda gerçek ve imajın aynı şeyler olmadığı ya da en azından her imajın gerçek olmadığı kanısına varılacaktır. Ama bu kanı, imajların, çeşitli psiko – sosyal etkileşimlerden geçerek sonunda gerçeklik kazanmayacağı anlamına gelmez. İşte buna inananlardan biri de Boulding'dir. Boulding'e göre değişim olayında, gerçekler kadar imaj temeli de önemlidir. Boulding'in kastettiği imaj, terimsel ve anlamsal olarak bildik imajdır. Yani yer aldığı yapı, onun karakterini değiştirmez. Ve böylece Boulding, değişimde başka özelliklerin yanı sıra imajı da göz ardı etmemiş olur.

“Boulding toplumsal değişim fikrini, toplumsal sistemlerin iki özelliğine işaret ederek belirtir. Birinci özellik, toplumsal sistemlerin belirli bir düzeyde çok küçük etkenlerin çok büyük sonuçlar doğurabileceği bir ortama sahip olmalarıdır. *Eğer bir sistem çeşitli nedenlerle belli bir doygunluğa ya da belli bir gerilime ulaşmış ise, küçük bir etki bile büyük sonuçlar doğurabilir.* İkinci özellik ise, toplumsal sistemlerin imajlarla yönetilmekte olduklarıdır. Boulding'e göre *toplumsal sistemler, imajlar ve mekanik öğeler tarafından saptanır. Fakat insanlar, mekanik öğeleri ihmal ederek imajlara önem verirler. Sahip olunan imajlar ise, beklentiler, tutumlar ve davranışlar yoluyla geleceğe şekil verirler.* Demek ki toplumsal değişmeyi yaratan öge, imajlardır. Çünkü imajlar bireylerin davranışlarını etkiler ve onların bu davranışları, çevrelerine şekil verir. Böylece davranışlar ile çevre arasında birbirini destekleyen bir etkileşim meydana gelir ve bu etkileşim sonunda toplumsal yapı (bireylerin davranışları değiştiği için) değişmeye uğrar”(Kongar, 2006: 222).

Aslında Boulding de içinde olmak kaydıyla, buraya kadar yer verilmiş olan değişmeye dair çeşitli alıntılar, görülmektedir ki değişimin sadece genel anlamına (toplumsal derecesine) el atılmaktadır. Yani şimdiye kadar referans alınmış olan düşünürler, (toplumsal değişimin genel ilke ve prensiplerinden koparılamayacaksa da) popüler karakterlerin tesirlerine ve kadınların mevcut hallerinin değişme yollarına dair özel açıklamalarda bulunmamaktadır. Dahası bu görüşler, kadınların modernleşme süreçlerinin karşılığını da tam ve net olarak vermezler. Ancak o genel örnekler (bağlantılandırılmış olduğu üzere) popüler yıldızların eşliğiyle kadınların yaşayacakları kişisel ve sosyal değişimlerin ilkesel yapılarına uyarlanmaya gayet elverişliydi.

Öte yandan onların yardımıyla ortaya çıkarılanlar, netice olarak, söz konusu *değişimin 'gerçekleşmesi mümkün bazı temel yollarını vurgular oldu; değişimin yönlerini değil'*. Kaldı ki bu başlıktaki tüm anlatılanlarda kulanmış olan amaç, toplum içerisindeki kadınların değişim ve modernleşme süreçlerindeki sistematik yollarının araştırılmasıydı zaten.

Altı çizilmesi gereken başka bir nokta ise konunun daha çok değişim üzerinde dönüp dolaşmış olduğudur. Bunun haklı gerekçesi olarak, modernleşmenin, öncelikle bir değişim süreci olduğunun ısrarla vurgulanmış olduğu gösterilebilir. Ancak her değişimin bir modernleşme olmayacağı da yine özellikle belirtilmiştir. O halde bundan sonra üzerine gidilecek olanın adını koymak gerekirse, buna, kadın kitlesinin söz konusu *değişimlerinin 'yönü'* denilebilir. Yani buradan sonra ortaya çıkarılmaya çalışılacak olan, popüler figür ve örnekler ışığında kadınların kişisel ve sosyal yaşantılarında meydana gelebilecek değişimlerinin, modernleşme ile sonuçlanıp sonuçlanmamış olduğunun tespitidir. O tespitin en güzel şekilde saptanabilmesi ise, bugün için gelinmiş bulunan noktaya yani kadınların toplum içerisinde yaşamakta oldukları gerçek psiko - sosyal gelişmelere bakmak zorunluluğundan geçer. Çünkü ancak o zaman modernleşmişlik kendini açıkça ele verecektir. İşte bundan yola çıkarak modern dünyanın ve modern toplumların aklındaki bütün iyimser (belki de tam tersi) düşünce ve söylemlerin, yerlerini, özülle pek de örtüşmeyen günümüzdeki göstergelere devretmiş olduğuyla söze başlanabilir. Neden mi?

Çünkü; modernliğin, en ileri teknolojiyle yürüyen dev fabrika ve işletmeleri ortaya çıkardığı pek tabi reddedilemez. Fakat o kaynakların hemen tamamının, sadece birkaç

kişinin – kuruluşun - ülkenin çıkarına çalıştığı yadsınamaz bir gerçektir. Diğer yandan; onların içi, adeta *birer canlı robota dönüşmüş* insanlarla doludur. Bunun gibi, o işletmelerin ve fabrikaların yani sağlam ekonominin dışında kalmış olan büyük kalabalıkların da görmezden gelinmesi çok güçtür. O kalabalıkların (umduklarını bulamamış olsalar dahi) akın ettikleri bu yerleri yani kentleri terk etmedikleri de hatırlanmalıdır. Terk etmenin aksine onlar, eski yaşam ve ilişkilerini bu yeni yerlere taşıyarak bir tür sürüncemede kalmayı yeğ tutmaktadır.

Öte taraftan, modern ve buna rağmen hâlâ *erkek egemen toplumlarda* (yani aslında neredeyse dünyanın tamamında), herkesin (yani aslında erkeklerin) yine *kendini* düşündüğü de bilinmektedir. Çünkü erkek egemen toplumlarda hâlâ “Terazinin bir kefesine kadınların özgürlüğü, ötekine ailenin yıkılması konulmaktadır”(Saim,2004: 109). Adı modern de olsa yine “Erkeklerin *hakları, kadınlarınsa görevleri olan bir dünyada*”(Saim, 2004: 213) yaşanmaktadır. Bu nedenle erkekler ve egemenlik sürdükleri toplum, modern dönemler de kadınları bastırmaya devam etmekte sakınca görmez. Buna karşılık olarak kadınlarsa, dışarıdan gelen - verilen ve pek de hayati olmayan görevlerle uğraşmayı sürdürmektedir.

Düşünüldüğü zaman, bu gibi görüntülerin geneline, düpedüz birer ‘eşitsizlik’ örnekleri denilebilir. Çünkü geleneksel ya da modern olsun, tüm toplumsal yapılarda Ozankaya’nın da ileri sürdüğü gibi “Eşitsizlik olaylarının ortaklaşa bir nedeni vardır: Elverişsiz toplumsal koşullarda bulundurulananların emeklerinin değer karşılığını alamamaları, ürünlerinin üzerinde kullanım haklarının tanınmaması... Özellikle, insana toplum yaşamında büyük güç ve etkinlik sağlayan temel ekonomik araçlar üzerinde denetim olanağının kadın için bulunmaması ve sonuç olarak da kadının yönetici mevkilerden, karar mevkilerinden uzak bırakılması; inançlarla gelenek ve göreneklerin, yasa ve kurumların da bu durumu sağlamlaştıırıp belirginleştirilmesi...”(Ozankaya, 1991: 397).

Bunlarla beraber ve bu eşitsizliklere rağmen modern toplumlarda istisna kadınlar da elbette bulunmaktadır; ancak *onlar, çoğunlukla azınlıkta kalmaktadır*. O azınlıktakiler içerisinde, olanları fark eden kadınların inançsızlaştığı kolaylıkla gözlemlenebilir; *bilime, çağa, teknolojiye, moderniteye karşı* inançsızlıkları açıkça tespit edilebilir.

Bu gelişmelerden bir haber olan yığınlar da unutulmamalıdır elbette. Onlar, yorulmayı daha denemeden korkan, küsüp evlerine kapanan (belki buna teşvik edilen) kadınlar olarak tasvir edilebilir. Çünkü “Kadınların rollerini (geçmişte olduğu gibi bugün de) doğurganlıklarına bağlama ya da onları, bunalım dönemlerinde işe en son alınan ve işten ilk çıkarılan bir ‘yedek – emek – gücü’ne indirgemeyi amaçlayan bir dizi uygulamayı haklı çıkarmak için, ‘ev kadınlığı ideolojisine’ ve ‘kadınlara araçsal bakış açısına’ hâlâ yaslanılmaktadır”(Michel: 98). Yani ev kadınlığı ideolojisi, her zaman geçerli bir ideoloji olmaktadır. Bunun nedeni evlerin, güç yetirilemeyeceği düşünülen modern dünyadan kaçmak için en güzel yer olmasına inandırılmışlıktır. Zaten meselenin püf noktası tam da buralarda aranmalıdır.

Birer koza olarak görülen - gösterilen *evlerdeki, kapalı kapıların ardında yaşayan kadınlar, günümüzde artık yalnız değildir*. Çünkü onların evlerinde şimdi, modernleşmenin getirileri olarak yeni yeni kapılar açılmıştır. Renkli ve iç içe geçmiş onlarca kapı... Ve işte *o kapılardan birinin üzerinde televizyonun, popüler kültürün ve büyük popüler starların isimleri yazmaktadır*. Yani popüler kültür ve starlar bu yüzden, kadınların evsel yaşamlarında *bir bakıma alternatifsiz bir yere sahip olduklarından – kılındıklarından*, kadınlar için göz bebeği veya rol modeli olmaktadırlar. Modern toplumda, kadınların çoğu için gerek televizyon gerekse popüler yıldızlar bu nedenle yani dışarıya açılan pencere düşüncesini ifade ettiklerinden ilgi odağıdır. Hem onlar aynı zamanda *eğlencelidir de, kolaydır ve tatmin edicidir*. Kısacası onlar *‘popüler kültürün modern ürünleridir’*.

Olay işte bu bağlamda değerlendirildiği zaman, onlardan görülüp alınanlar da bu kısmın en başında dile getirilmiş olan *popülerleşmiş, popülerleştirilmiş kadın modernizminin* birer parçaları olmaktadır. Ve kadınların değişim süreçleriyle popüler yıldızların etkileri arasında ilişki, işte böyle bir zemin çerçevesinde derinleştirildiğinde modernleşmeyle bağdaşır bir hal almaya başlamaktadır. Bununla beraber ev üzerine ve kadınların evsel yaşam aralıklarındaki popüler eğilimlerine değin bunca söz etmişken, hemen büyük bir parantez açarak, anlatılanları farklı açılarla biraz daha genişletmek mümkündür. Yani bu konular üzerine kafa yoran başka birilerini de anmak konunun idrakı açısından daha tamamlayıcı olabilir.

Bu doğrultuda önce ev merkezli, sonraysa boş zaman ağırlıklı söz konusu çalışmalara baktığımızda, karşımıza ilk olarak Mort'un çıktığını görürüz. Çünkü modern toplumların – dönemlerin üzerinde çalışan “Yeni Zaman kuramcısı olarak Mort, insanların vakitlerinin çoğunu ‘ev’lerinde geçirecekleri ve ‘eve dönüşün’ yeni kimlik politikaları geliştirilmesine olanak tanıyacağını vurgular. Mort’a göre insanlar kimliklerini çalışma - üretim sürecinde değil; daha çok tüketme ya da satın alma eylemleri yoluyla oluşturacaklardır”(Aytaç, Boş Zaman Üzerine Kuramsal Yaklaşımlar: Web).

Aslında Mort'un açıklamaya giriştiği tez, Yeni Zamanlar tezi olarak adlandırılmaktadır. “Yeni Zamanlar (New Times) tezi, dünyayı, toplumu ve insanı bir yeniden algılama ve yorumlama çabası olarak, dünyanın sadece teknik - nicel bir çizgide değişmediğini; nitel olarak da bir dönüşüm içinde olduğu savından hareket eder. Yeni Zamanlar tezi, kapitalist toplumların giderek bölünmüşlük, farklılaşma ve parçalılıkla nitelenir hale geldiğini, dahası modern kitle toplumunun homojenleşme, standartlaşma ve ölçek ekonomileriyle tanımlanır olduklarını ileri sürer. Yeni Zamanlar söylemi, bu bağlamda ev yaşamına ilişkin öğeleri önemsemekte, sınıf ve parti dışında kalan kimlik ve katılımları öne çıkartmaktadır. Bir başka deyişle, ev içindeki, komşu, yakın çevre, alışveriş merkezlerindeki ilişkiler, sevecen ebeveyn, sorumlu yurttaş ve çevreci rolleri de kimlik ögesi olarak önemser”(Aytaç, Boş Zaman Üzerine Kuramsal Yaklaşımlar: Web).

Vurguladıkları noktalara bakılırsa, bu söylenenlerin içerisinde yer alan (boyutları bakımından daha ziyade geneli ifade eden) toplumlar ve insanlar gibi içeriklerin, kadınlar gibi daha özelleşmiş olanlarla örtüştüğünün dolaysız (ve hatta daha anlamlı) olduğu gözler önündedir. Yani burada verilenler ya da başka metinlerde rastlanabilecek olan ‘modern toplumların evsel durum saptamalarında’, toplum içerisinde bulunan kadınlara her zaman yer verilebileceğinin – yer bulunabileceğinin ön kabulü, bir yanılgı değildir. Kaldı ki bunu tamamlar biçimde hemen eklemek gerekirse modern toplumlarda ev üzerine daha doğrusu ‘evdeki kadınlar’ üzerine yapılan yorumlarda, konu bünyesine katılan bir başka mevzu da ‘boş zaman’ kavramı olmaktadır. Çünkü tıpkı ev yaşamı – eve dönüş kavramsallaştırması gibi ve ondan daha fazla olarak boş zaman konusu da, daha çok modernlik – kapitalizm çerçevelerinde düşünülen bir konudur.

Özet olarak; bireylerin kendi kişisel ilgileri, beğenileri ve tasarrufuyla kullandıkları, en yakın anlamıyla *kişinin kendine kalan – kendine ayırdığı zaman* şeklinde

tanımlanabilecek “Boş zamana, ilk kez sistematik bir şekilde yaklaşan Veblen, ‘Aylak Sınıfın Kuramı’ adlı eserinde, boş zamanı *varlıklı sınıfın kendini sunum alanı*, boş zaman etkinliklerini de bir *tüketim metası* olarak görür. Soruna ‘gösterişçi tüketim’ olgusu açısından yaklaşan Veblen, modern toplumda her şey gibi boş zaman eylemlerine katılımın da nesneleştiği, alınır satılır hale geldiğini ve tüketim toplumunun ilkelerince belirlendiğini ifade eder... Modern toplumda boş zamanın değişen anlamı ve bu alanda ortaya çıkan etkinliklerin ideolojik ve ticari sömürüye yatkın doğası, boş zamanı bir yaşam hakkı olmaktan çıkarmakta, bu alanın ticari, endüstriyel, siyasi ve ideolojik bir av sahası olarak görülmesini beraberinde getirmektedir... Boş zamanın artışı, bu zaman diliminde etkinlik yarışına giren sektörlerde canlanmaya neden olmaktadır. Örneğin, turizm, spor, oyun, hobiler, tüketim, dinlence ve eğlenceye dayalı endüstriyel alanlarda, boş zaman üzerinde hakimiyet mücadelesi veren sektörel faaliyetlerde yoğunlaşma görülmektedir. Bu faaliyetler bir bütün olarak boş zaman endüstrisinin doğmasını beraberinde getirir. Bu durum, bireyi ya da toplumsal kesimleri boş zaman endüstrisinin direkt hedefi haline getirerek bu alanda, endüstriyel kuralların hakimiyetinin pekişmesine neden olur”(Aytaç, Boş Zaman Üzerine Kuramsal Yaklaşımlar: Web).

Yani boş zaman olgusunun; modernleşmeyle, kapitalizmle, kültür endüstrisi ve popüler kültürle iç içe yakıştırmalar yapılarak anlatılmasının, bu bileşenlerin ortaya çıkardığı ilişkilerinki kadar güçlü başka bir yolu daha yok gibidir. Dolayısıyla, bu ilişkilerin sıklık ve kaynaşmışlığıyla örülmüş olan yolun takibinde, yani üzerinde durmakta olduğumuz konu çerçevesinde, asıl merkezden (kadın modernleşmesinden) sapma riski de azalmaktadır.

Belirtmek gerekir ki, modern olarak tanımlanan içinde yaşadığımız bu zamanda, kadın ve kadın modernleşmesi, üstüne her zamankinden çok titrenen ilgi odaklarından biridir. Çünkü “Medeniyetlerin birbirleriyle çatıştığı başlıca alanlardan birisi kadın kimliğidir. Modernizm, insanoğlunun yaşam tarzını ve kadın özgürlüğünü ciddi bir tartışma sahasına çekmiştir. Kırılma ve münakaşanın çok fazla yaşandığı bu alan, kadının hayat tarzı üzerinde belirleyici olmuştur”(Gökçen, Modernleşme ve Kadın: Web). *Kadının hayat tarzı üzerinde belirleyicilik arz eden unsurlardan biri modernizmin bizzat kendisiyken, bir diğer öge de yine bir modernite çıktısı olan kültür endüstrisi - popüler kültürdür. “Popüler kültürün, özellikle 1960’lı yıllarda egemenliğindeki minör konular (kadın ve çocuk hakları; medyanın çocukları büyük adam yerine koyması, pop şarkıları*

ile dans edilmesi, mankenlerin diyet sorunları) majör konular haline getirilmeye başlanmıştır”(Uygunkan, 2007: 23). İşte bu majörleştirme yoluyla da, popüler kadın starlar, kadın yaşam ve kimliğinin modernleşme sürecinde bilinçli veya bilinçsiz olarak başköşeye oturan - oturtulan ölçülerden biri oluvermiştir.

Peki bu ilişki sürecinde kadınların popüler yıldızların etkileriyle yaşayacakları modernleşme serüvenleri nerelere varmaktadır? *Bunda, özellikle de popüler kültür ortamı içerisinde yer alan kadın sanatçılar ve starların kadın modernleşmesinden ne anladığı önemli yer tutar. Çünkü bunun bilinmesi, onların, kendilerini örnek alabilecek kadınlara modernleşme anlamında neler verebileceklerinde açıklayıcı olacaktır.*

Genel bir değerlendirme yapıldığında saptanabilir ki; *popüler kadın starların benimsemiş, kendi kültürlerine uyarlamış ve yansıtmaya koyulmuş oldukları “Modernizm; ifade sahası olarak gardırop modernciliğini seçmiştir. Gardırop modernciliğinin sonucunda, kadının toplumsal rolü ciddi bir savaş alanı haline gelmiştir. Modernizm, dış görünüş üzerinden uygulanmaya konulmuştur. Bu da esasında Batı modernizmidir”*(Tarhan, 2005: 130). Ancak kadın starların bu yönde bir modernlik anlayışa sahip olduğunu, bu tür ifadelerle yalnızca iddia etmek yeterli sayılmaz. Bunu kanıtlamak da gerekir. Bu iddianın kanıtı yani kadın starların Batı modernizmi olan gardırop modernciliğini seçtiklerinin ispatı için, onların popüler kültür ortam ve araçlarının içerisinde nasıl ve ne biçimlerde bulunduklarına yönelik bir tarama yapmak işe yarar olacaktır.

Çok fazla göstergenin arasından ayıklanarak sunulabilecek örneklerden biri olarak Timisi’nin bulgusu öne sürülebilir. Timisi’nin tespitine göre; “1960’lı yılların ortalarından 1990 yılına kadar Amerikan televizyonlarında yayınlanan programların içerik analizleri, programlarda görülen her üç erkek karaktere bir kadın karakter düştüğünü göstermektedir. *Erkek karakterler için yaş, bir ölçü olarak ele alınmazken, kadın karakterler için yaşlı olmak istenmeyen bir durumdur. Kadının kişisel karizması ve çekiciliği genç ve güzel olmakla tanımlanırken, erkek için mesleki başarı, para ve entelektüel kapasite karizmanın merkezini oluşturmaktadır”*(Timisi, 1998: 409).

Televizyon, müzik ve sinema dünyasında gözlenen, erkek ve kadın ünlülere dair söz konusu algı ve kabul farkını vurgulayan bu örnek, kadın starların o abartılmış görüntü

ve güzellik eğilimine yani gard rop modernciliğini evet benimsediklerini; ama buna bir şekilde itildiklerini göstermektedir. Bu itilmede, kadın starların yer aldıkları medya kurumlarında, öncelikli olarak erkeklerin gözü ve gücünün ağır bastığı düşünülebilir.    nk  ‘‘Yapılan akademik çalışmaların ve kuramsal eleştirilerin ortaya koyduğu durum; kadın ve medya alanındaki eşitsizlik konumunun sürdürülmesindeki üç temel eksenin başında, medyada kadın temsiliinin ataerkil ideolojiyi pekiştirir yönde olduğu gelmektedir. Bunun kaynaklarından birisi medya sektörünün hem çalışanlar hem de mesleki değerler açısından ağırlıklı olarak erkek egemen olmasından kaynaklanmaktadır. Bir diğeri ise, medyada varlık koşulunun, hakim egemenlik yapısını sürdürmek isteyen g  lere bağımlı olmasından kaynaklanmaktadır’’(Timisi, 1998: 408).

Bunlardan  ıkarılacak anlam, kadın star ve sanatçıların olabildiğine güzel, mümkün olduğunca  ık ve genç ve ne kadar çekici yani ne *kadar kadın olurlarsa* (kaba tabirle) o kadar çok i  yapacaklarıdır. Bu da  u sonucu doğurur: Batı’nın *popüler kültüründe kadın starlar üzerinde genel olarak hüküm süren kadın modernleşme anlayışı, kadınların daha kadın - di i olarak görünmeleri yönündedir*. Yani kadın starlar ne kadar güzel görünürlerse o kadar popüler, yeni ve dolayısıyla da modern sayılmaktadırlar. Onların, içinde bulundukları bu durum da ister istemez topluma ve kadınlara doğrudan yansımaktadır. İşte bu takdirde kadınların popüler starlardan almakta oldukları modern kadın imajının  er evesi de böylece çizilmiş olmaktadır.

Popüler Batı kültüründe özellikle de kadın starların üzerinde işleyen böyle bir sistemin var olduğuna, Tarhan da şiddetle katılmaktadır. Hatta Tarhan daha ileri giderek meseleyi starlardan, halk içerisindeki genel kadın kitlesine taşırken şunları söyler: ‘‘Batı kültürü, salon kadınını yüceltiyor. Anne tipi kadın ortadan kalkıyor ve kadını, erkeğin göz zevkine hitap eden bir varlığa d n   t r yor. *Bedeniyle değer bulduğunu düşünen kadın, estetik olarak kendini sürekli sorguluyor ve sonuçta zaten var olan güzellik kaygısı, gereğinden fazla besleniyor*’’(Tarhan, 2005: 108).

Tarhan örneğinden de görülüyor ki, içeriğinde bilhassa da kadın ve modernleşme olunca söz, önünde sonunda yine Batıya geliyor. Kadın modernle mesine yönelik g r   ler bir şekilde yine Batıyla temellenerek ilerletiliyor. Ancak taraftar ya da çoğu zaman karşıt tüm bu ele tirilerle Batıya bu denli yüklenmek çok da adil ve doğru bir yaklaşım olmayabilir. Çünkü hep anlatılan, hep tenkit ve kritik edilen Batı’daki kadın

modernleşmesi, kendinden son derece emin bir şekilde ileri sürülen o görüntü moderncilikinden ibaret değildir sadece. Düşünüldüğünde aynı Batı, zamanında feminizm denilen ve amacı yalnızca kadını kollamak olan fikriyatı da ortaya çıkarmamış mıdır? Üstelik Batı dünyası, feminizmi, popüler kültürün ilahlaştırılan starlarından daha önce yaratmış ve feminizmi sonuna kadar geliştirmeye çalışmıştır. Ve madem söz zaten kadın üzerine iken bir de feminizme gelmiş bulunmakta, o halde burada feminizm üzerine de birkaç cümle sarf etmek doğru olacaktır. Çünkü kadın mevzuunda feminizm son derece önemli bir yer tutmaktadır.

“Feminizm sözcüğü Fransızca’ya 1837’den sonra girmiştir. Robert Sözlüğü bu sözcüğü “*Kadınların toplum içindeki rolü ve haklarını geliştirmeyi öngören bir doktrin*” olarak tanımlamaktadır. Ancak düşünceyi eylemden ayırmak olanaksızdır. Bunun için feminizm yalnız bir tanı, öğretiyi değil; eylemleri de içermek zorundadır”(Michel: 6). Bununla beraber feminizm Batıda, pop kültürüne yenik düşerek sönüp gitmiş bir disiplin olarak da düşünülmemeli. Çünkü “1960’lı yıllarda özellikle de 1968 kuşağının dünyayı sarsan eylemleri sonucunda feminizmde yeni, etkili bir akım ortaya çıkmıştır: Neo – feminizm... Neo – feminizmin en fazla sorguladığı kurumsa, ataerkil değerlere dayanan aile müessesesi olmuştur. Bunun sonucunda Batılı ülkelerin tümünde ailede, hukuklarda erkeğe tanınan ayrıcalıklı konumun kaldırılması; yerine, ortaklığa dayalı bir yönetim fikri yerleştirilmiştir”(Unat, 1998: 7).

Yani çoğunlukla günah keçisi ilan edilen Batı, kadın modernleşmesiyle alakalı olarak salt ve tek bir ideolojiye (görüntücülüğe) yoğunlaşmamıştır. Kadını sadece görsel, cinsel ve eğlencelik bir yönle, içerikle tanımlamamıştır. Fakat her şeye rağmen, Batıda veya bir başka yerde, kadına yönelik mevcut değer ve ortamların tamamına hakim gelen kültürün yine de popüler kültür olduğu söylenebilir. Çünkü popüler kültür, okumuş – okumamış, varlıklı – yoksul herkesin ulaşabildiği hatta ister istemez içinde bulunduğu en genel kültürel ortamdır. Dolayısıyla kadın modernleşmesi gibi çeşitli açılımlarda bilim ve düşün insanlarından çok popüler karakterlerin baskınlığı son derecede kolay olmaktadır.

Böylece mesele yeniden popüler kültüre ve popüler isimlere varmış bulunmaktadır. Ancak kaleme alınan tüm bu verilerle bir karar oluşturabilmek, bir sonuca varabilmek için henüz erken denilebilir. *Çünkü hem Batılı kadın modernleşmesi sadece*

bu anlatılanlardan ibaret değildir hem de tüm bu değerlendirmelerin bir şekilde somutlaştırılması gerekir.

O somut vurguları yapabilmek için seçilmiş olan, alanında ve temsil ettiği değerlerde bir simge sayılabilecek Ajda Pekkan figürü, bu bakımdan önemlidir. Çünkü Pekkan o Batılı kadın modernizmini benimsemiş bir stardır. Aynı zamanda da o, Doğulu köklere daha yakın duran Türkiye’de var olan bir popüler bir yıldızdır. Bir ikilem gibi görünen bu durum, esasında Türkiye’nin genel popüler kültür profiline de denk düşmektedir. O nedenle Ajda Pekkan’ı ele almadan önce, sıra, genel ve çok uzun tutulmayacak bir Türk popüler kültür – star ve bunların bağlantılardaki kadın modernleşmesi tarihçesine verilmelidir.

2.3. TÜRKİYE’DE POPÜLER KÜLTÜR YOLCULUĞU VE KADIN

2.3.1. Türkiye’de Kadın Olmak

“Türkiye Cumhuriyeti’nin ‘yeni kadın’ı, rejimin simgeleştirilmesinde ön planda rol oynadı. Törenlerde şortlu gösteri yaptı, okul ya da asker üniformasıyla bayrak taşıdı ya da balolarda Batı modasına uygun gece elbisesiyle dans etti. Atatürk’ün erkek çocukların tercih edildiği, ataerki bir toplumda, kız çocuklarını evlat edinmesi de bu bağlamda anlamlı bir olguydu”
Deniz Kandiyoti

Bu konuya, çalışma boyunca hiç yapılmamış bir şeyle, bir itirafla başlanabilir... İtiraf etmeli ki; herhangi bir meselenin herhangi bir boyutunun Türkiye’de incelenmesi, Türk kültürü, geleneği ve Türk insanıyla beraber değerlendirilmesi esasen son derece güç bir iştir. Çünkü hakkında düşünülüp üzerinde kafa yorulan ve aslında her yerde, her ülke ve toplumda söz konusu olabilecek genel bir sorun, bir olgu ya da güncel bir gelişme Türkiye’de ele alındığında, Türk toplumuyla birlikte çalışıldığında ortaya bambaşka haller, bambaşka göstergeler çıkabilmektedir.

Bu, akla hemen gelecek olan objektiflik kaygısından öte bir durumdur. Bu çok kez, *Türk toplumunun gerçek anlamdaki kendine has’lığından* ileri geliyor olabilir. Öyle ki o kendine haslığın içerisinde birbirine zıt pek çok parçacık barınabilmektedir; Türkiye’nin ve Türk toplumunun renkliliği, kimi zaman az bilen bazen çok yanılan yönleri, heyecanlılığı, hem Doğululuğu hem Batılılığı, bölgeler arasındaki uçurumları, belki çok kültürlülüğü, kısmen reflekse benzer otomatik tutuculuğu ya da tam tersi; olmadık derecede teslimiyetçiliği...

Yani Türkiye ve Türk toplumunun içinde olduğu bir işi yürütürken, taşıdıkları tüm bu sıfatları bir arada düşünmek gerçekten kolay değildir. Lakin bu uğraş, zor olmakla beraber gereklidir de. Çünkü bu vasıfların neredeyse hepsi, ülke ve toplum genelinde yaşanan farklı alanlardaki gelişmelerde belirgin etkilere sahiptir. O etkiler çeşitli yerlerde değişik biçimlerde kendilerini hissettirirler; dalgalanan ekonomide, istikrarsızlık izlenimleri veren politikada, en ufak bir hassasiyette soluklanma ihtiyacı duyan demokraside, bıkmadan değiştirilip durulan eğitim anlayışında, modelde yabancı

uygulamada yerli sosyo – kültürel değer ve davranış kalıplarında veya da örneğin popüler kültürde...

Ama Türkiye ve Türk toplumu, sanki olumsuzluk gibi anlaşılan ve son *kertede kararsızlıkları vurgulayan* tüm bu yönlerini, göz ardı edilemez büyük bir özelliğiyle frenlemektedir. Türkiye'nin bu niteliği '*köklülüğüdür*'... Türkiye ciddi anlamda güçlü bir kültürel tarihe, yerli yabancı birçok unsurdan meydana gelen sosyal bir harmana maliktir. Bu hem eski hem sürekli yenilenen toplumsal mozaik, bazı yönleriyle sivrilmekte, bazıları taraflarıyla törpülenmekte ve de gittikçe değişme göstermektedir. Ancak en sonunda Türkiye, tüm bu yaşanmışlıkları (dönem dönem ayarı kaçsa da) bir şekilde balansta tutabilmektedir.

İşte Türkiye'yi kendisi yapan, özgün kılan, içerisinde hayati duyarlılıktaki dozların bulunduğu (planlanmışa pek benzemeyen) bu balanstır belki de. Başta belirtilen anlama ve açıklama zorlukları Türk toplumunun belki de bu yönünden kaynaklanmaktadır. Fakat böylesi bir *zenginlik*, muhtemel kafa karışıklıklarına bir neden olmaktan ziyade, onları hayatta sadeleştirmeye yarayacak, doğal bağlarla örülmüş bir hoşgörü dokusu şeklinde nitelendirilebilir. İşte bu kanı, Türkiye ve Türk toplumuyla, kadınıyla ilgili bu kısımda yapılacak çeşitli toplama işlemlerinde, “elde var bir” denilebilecek ilk veri olarak sayılabilir.

İkinci bir veri ise; Türkiye’de kadın olmanın neler anlattığı, Türk kadınının hangi zamanlarda ne biçim uygulama ve yaklaşımlardan, anlayışlardan geçerek bugüne geldiğine dair bulguların senteziyle yakalanabilir. Aslına bakılırsa bu sentez, yukarıda bahsedilenlerden doğrudan etkilenmekteyken aynı zamanda buraya sığmayacak kadar uzun sürebilecek bir derleme yapmak anlamına da gelmektedir. Bu da, konuyu aydınlatmaktan çok parçalayıp odağını kaydırmaya müsait bir hava yaratabilir. Ondan ötürü, Türk kadınının toparlanmaya çalışılacak olan tarihsel birikimini oluştururken, normalden biraz daha süratli davranmak en azından bu çalışma için daha uygun olacaktır.

Eski bir millet olarak Türklerin geçmişi her ne kadar Asya’dan başlıyorsa da, Türk kadınının tarihi, yerleri yurtlarının daha belirli olduğu Anadolu’lu dönemlerden alınarak anlatılmaya başlanabilir. Anlatının bu ilk aşamasında bir ayrım çıkar karşımıza ki bu,

‘İslamiyet’ ayrımıdır. Yani kastedilen, Türk kadınının sosyal ve bireysel hayatının İslamiyet’in benimsenmesiyle çok büyük bir değişikliğe uğradığıdır.

Bu bilginin ışığıyla İslamiyet öncesindeki Türklerde kadına yönelik bakış açılarına çarpıcı bir örneği Nirun verir. Nirun’a göre: “Kadın Türklerde ailenin önemli bir şahsıdır. Kadın erkeğin yardımcısıdır... *Radloff’a göre erkeğin kadına dayak atması Türklerde duyulmamış bir olaydır...* Çocuk Eski Türklerde çok değerlidir. Kadının çocuğu olursa, ona olan sevgi ailede çok yükselir... Altaylarda kadın ve erkek arasındaki konuşma ve görüşme tamamıyla serbesttir. Genç erkekler kız ve kadınlarla konuşurken, kadın yüzünü örtmeyi düşünmez”(Nirun, 1994: 23 – 24).

Nirun’un ardından benzer bir söylemi Doğdu yapar. Doğdu’nun arkasında durduğuna bakılırsa “İslam öncesi Türklerde, Türk tarihi araştırmacılarına göre kadının büyük değeri vardır... *Kadınlar, erkeğin yanında, hayatın içinde akıl ve beden gücünü erkeklerle birlikte kullanmaktadırlar*”(Doğdu, 2005: 67).

Ancak sadece bir din değişimi – kabulü olmakla kalmayan ‘İslamiyet’in Türklerin hayatına girmesi’ ve en az bunun kadar etkili olan Arap – İran kültürü tesirleriyle, Türk kadını için işler ansızın değişmiştir. İslamiyet’le birlikte gelen pek çok dini yargı, kural ve bunları bile kırarak katılıktaki yeni sosyal inanç ve normlarla kadın, Türk dünyasında açıkça prestij ve statü yitimi yaşamıştır. Öyle ki bunu kanıtlarcasına “*Genel olarak Türkçü sosyologlar, İslam’dan sonra Türklerde kadının konumunun onun aleyhine değiştiği, kadının ikinci plana düştüğü, değer kaybettiği görüşündedirler*”(Doğdu, 2005: 67). İslamiyet’le birlikte Türk kadını için böylesi eşitsizliklerin yaşanmasına neden olarak görülebilecek iki büyük etkeni ise Doğramacı dile getirir. Doğramacı’nın gözünde “Türklerde, İslam dininin iki geleneği kadının iyice gerilemesine sebep olmuştur. Bu geleneklerden biri kadının inzivaya çekilmesi, diğeri ise erkeğin birden fazla kadınla evliliğidir”(Doğramacı, 1993: 16).

Aradan geçen onlarca beylik, devletimsi kuruluş ya da gerçek yönetim birimleri ile Anadolu’nun görüp yaşadığı iç ve dış göçlerle birçok inişli çıkışlı yeniliğin Türk erkek ve kadınlarının adeta genlerine işlediği uzun yıllar, tomar tomar sayfaları karıştırır gibi geçilip gelip Osmanlı zamanına çattığında, dikkatleri biraz daha yükseltmek gerekir. Çünkü Türk kadınının yaşamında, geçişlerinin kesilme ihtimali zayıf; buna karşılık

aktarılma potansiyeli güçlü olan Osmanlıdan gelme alışkanlık ve ideolojiler (benzer bir yoğunlukta Batı için de konuşulabilir) büyük önem taşımaktadır. Bundan sebep, farklı kalemlerden yansıyan Osmanlı'da Türk kadını akislerine biraz daha geniş yer vermek yerinde olacaktır.

Osmanlı İmparatorluğu yönetimi ve zihniyeti dahilindeki Türk kadınının durumu üzerine yapılan değerlendirmelerin çoğunda, araştırmacılar ve tarihçiler, İslamiyet ile Bizans etkilerinin ağırlığına at başı mesafede yer vermişlerdir. Yani Osmanlılı dönemlerdeki Türk kadını üzerine konuşanlar, söylemlerinde, İslamiyet ve Bizans'tan ayrılmış salt bir Osmanlı anlayışını ortaya koymazlar. Ve bu şekilde düşünen isimlerden birisi de Biricikoğlu'dur.

Osmanlıdaki kadının toplumsal pozisyonunu konu alırken, bu konuyu İslam ve Bizans unsurlarını da hesaba katarak genel bir değerlendirmeye bağlayan Biricikoğlu'na göre "Osmanlı'da kadınıla ilgili düzenlemelerin önemli bir kısmında İslam geleneklerinin etkisi bulunmaktadır. Gerçekte İslam, dönemin koşulları açısından değerlendirildiğinde kadınlara radikal ve ileri düzeyde haklar getirmiştir. İslam'ın ilk dönemlerinde kadınların alanı ile erkeklerin alanı arasında bir ayırım yapılmamıştı. Osmanlı beyliğinin devlete dönüştüğü 16. yüzyıla kadar kadın, giyimde serbest olmakla beraber, erkeklerle savaşa katılıyor, ata biniyordu. Ancak İstanbul'un fethiyle birlikte, Osmanlı Devleti'nde Bizans geleneklerinin etkisi sonucunda Osmanlı kadınları ile ilgili önemli değişimler olmuştur. Bizans İmparatorluğu sınıflı bir toplum yapısına dayanmaktaydı. Bu nedenle tarlada çalışan kadınla yönetici kesimde yer alan kadın arasında bir ayırım vardı. İstanbul'un fethinden sonra bu yapı Osmanlı Devleti'ni de etkiledi ve böylece yönetici kesim kadını kendini harem hayatı içinde buldu "(Biricikoğlu, Türk Modernleşmesinde Kadın: Web).

Sırası gelmiş ve adı geçmişken, haremle ilgili, özünde bir yanlış bilgi olan genel sanıyı Altındal'ın düzelttiği görülür. Altındal'ın belleklerde yerleşmiş bulunan Osmanlı kadını ile harem çağrışımına itirazı vardır. Bu karşı çıkmayı Altındal şu şekilde kağıda döker: "Osmanlı kadını denilince bütün dünyada nedense akla ilkin harem gelir. Harem Türk icadı değildir. Sanıldığı gibi Osmanlı icadı da değildir... Osmanlılar harem olayını Bizans ve İran'dan örnek almışlardır. Bu özeniş daha sonra kaçınılmaz bir şekilde Saray'ın çevresinde, beylerin, vezirlerin, paşaların konaklarında uygulanmaya

başlanmıştır. Poligami bu şekilde üst sınıf içinde yaygınlaşmış ve kesinlik kazanmıştır’’(Altındal, 2004: 75 – 76).

Altındal, Osmanlı kadınıyla ilgili harem olayının ayaklarını doğru yerlere bastırırken, diğer taraftan, Osmanlıda Türk kadınının medeni durumunun tartışmaya açık yönlerini hatırlatmaktadır aslında. Yani Altındal, Türk kadınının Osmanlıdaki sosyo – kültürel durumuna değin ayrıntıları aktarmak için pası yeniden Biricikoğlu’na vermektedir. Bu noktadan söze devam eden Biricikoğlu’na göre: “Bütün geleneksel toplumlarda olduğu gibi, Osmanlı toplumunda da kadınların uyması gereken bazı kurallar bulunmaktaydı. Osmanlı’da kadınların hayatını sınırlayan birçok ferman vardı ve bunlar kadınların kamusal hayattaki konumunu belirlemekteydi. Bu fermanlar genel olarak üç alana müdahale etmiştir. Bunlar; kadınların kıyafetleri, sokakta görünmeleri ve erkeklerle olan ilişkileri ile ilgili konulardır’’(Biricikoğlu, Türk Modernleşmesinde Kadın: Web).

Bu verilenlerin bir uzantısı anlamında, Osmanlıdaki Türk kadınının özel yahut medeni durumlarını daha umumi mertebelerde ele alarak kabataslak tasvir etmeye çalışan tüm incelemelerin, bazı belirli dönemler veya olayların haricinde çoğunlukla Osmanlının son 50 – 100 yılına odaklandıkları görülür. Çünkü bu dönemler bilindiği üzere Osmanlıda yenileşme, Batılılaşma, modernleşme hareketlerinin ayyuka çıktığı zamanlardır. Peki doğrudan soracak olursak, söz konusu o yılların Osmanlısında Türk kadınının hali nasıldır acaba?

Nirun, bu soruya cevaben başlangıç noktası olarak Tanzimat Fermanı’nı işaret eder. Nirun’un da karar kıldığı gibi Tanzimat, kendinden sonraki kadın ve kadın modernleşmesiyle alakalı hızlı gelişmelere ön ayak olmuştur. Çünkü “Tanzimat, memlekete pozitivizmi getirmiştir... Tanzimat Fermanı’nda kadınlar için yeni hükümler yoktur. Fakat Tanzimat’ın getirdiği yenilik zihniyeti bütün memleket işlerinde olduğu gibi kadınlara ait konularda da görülmüştür. Kızlar için ebelik öğretimi, kız rüştiyeleri (bir çeşit ortaokul) ilk defa 1858’de, kız öğretmen okulları 1870’de açılmıştır. Terzilik, öğretmenlik, hemşirelik, eczacılık vb. meslek ve sanatlarda kadınlara yer verilmesi Meşrutiyet’ten (1908) sonra başlamıştır. 1909’da Halide Edip’in kurduğu Teali-i Nisvan – Kadınların Yükselmesi Derneği ile 1913’te Nuriye Ulviye tarafından kurulan Müdafaa-i Hukuk-u Nisvan – Kadın Haklarını Koruma Derneği dikkat çekicidir. 1923 yılında ise hukuk ve tıp fakültelerine kız öğrenciler alınmaya başlanmıştır’’(Nirun, 1994: 320 – 321).

Bu gibi önemli adımların toplum nezdinde tanınıp yaygınlık kazanmaya çalışmasında ise yazılı kaynaklar ve başka derneklerin yardımlarından istifade edildiği söylenebilir. Kısa tarihsel geri dönüşler ve ileriye sıçramalarla bu yenilikleri yine Biricikoğlu aktarır: “Modernleşme çabaları sosyal alana 1860’lardan sonra gazeteler, romanlar ve piyeslerle de yansımıştır. Bu üç önemli araç, Batılı yaşama ve düşünme biçimlerinin Osmanlı’ya taşınmasında etkili olmuştur... Bu dönemde dikkat çeken bir diğer gelişme de kadın hareketinin ortaya çıkmaya başlamasıdır. Osmanlı’daki kadın hareketlerinin temel taşıyıcıları ise kadın dergileri ve dernekleri olmuştur. Özellikle II. Meşrutiyet’in ilanından sonra bu dergi ve derneklerin sayısında artış yaşanmıştır”(Biricikoğlu, Türk Modernleşmesinde Kadın: Web).

Verilen bu ilerlemeler, Osmanlıda kadın modernleşmesi bağlamında kayda değer bir alt yapı dolgusu anlamına pek ala gelmektedir. Ancak Türk kadını için asıl köklü değişikliklerin Cumhuriyet Türkiye’si ile yaşandığı kuşkusuz ki yadsınamayacak bir gerçektir. Bu nedenle Türk kadını için artık ‘cumhuriyet yılları’na geçilebilir.

Öncelikle “Cumhuriyet döneminde kadının, devletin Osmanlı - İslam geleneğiyle bağlarını koparmak için bir araç olarak kullanıldıklarını söyleyebiliriz. Kadın konusundaki tutumlar ve reformlar, eski düzenin yıkılmasının ve eskiyle bağların koparılmasının en önemli göstergelerinden biri sayılmaktadır. Bu nedenle de kadınlar 1920’lerde başlatılan modernleşme projesinin temel taşıyıcıları olmuşlardır. Kadınların konumu ve kamusal alandaki görünürlükleri bu projenin başarısını temsil etmekteydi. Kadınlar için düzenlenmiş giyim tarzı ve davranış kuralları Türk toplumunda modernleşmenin sembolünü oluşturmaktaydı”(Biricikoğlu, Türk Modernleşmesinde Kadın: Web).

Ne var ki cumhuriyet dönemindeki her şey, elbette yalnızca Batılı sembollerden ibaret değildir. Her şeye rağmen var edilebilmiş olan modern Türkiye Cumhuriyeti’nin, aynı kendisi gibi yeniden yaratılmaya çalışılan modern kadını adına yapılan yenilikler, o dönemin Avrupa’sında dahi henüz görülmemiş derinliktedir. Yani “Cumhuriyet dönemindeki kadın algılamasını ortaya koyabilmek için kadınlara yönelik yapılan reformları değerlendirmek gerekmektedir. Cumhuriyet’in kurulmasıyla birlikte kadınlara iki önemli alanda haklar verilmiştir. Bunlardan birincisi Medeni Kanun ile birlikte gelen

sosyal haklar, ikincisi ise seçme ve seçilme hakkını içeren siyasal haklardır’’(Biricikoğlu, Türk Modernleşmesinde Kadın: Web).

Başlı başlarına birer kitap konusu olan bu reformlar kadar önemsenmesi gerekli başka bir şey ise, cumhuriyetle birlikte Türk kadınına eğitim kapılarının sonuna kadar açılmaya çalışılmış olmasıdır. Bu çabanın tarihsel karşılığını tekrar Doğramacı hatırlatır: “‘Tevhid-i Tedrisat kanunu ile Türk kadınına 1926 yılından itibaren harb okulları dışında tüm eğitim kurumlarına girme hakkı tanınmıştır’’(Doğramacı, 1993: 8). Fakat Doğramacı bu hatırlatmanın sonuna baş döndürücü bir rakam da ekler: “‘Türkiye’de 1935 yılında kadınların % 90.2’si okuma yazma bilmemektedir.’’(Doğramacı, 1993: 43)

Belki biraz da bundan duyulan eksiklikle Türkiye’de kadınların yani “‘Kız öğrencilerin okuması kadar meslek sahibi, çalışan kadın imajı da Cumhuriyet’in kadın kimliğini oluşturmaktaydı. *Cumhuriyet kadınları, modern giysili, davranışlarında Batılı davranışların hakim olduğu kadınlardı. Buna karşın kadınların erkeklerle ilişkileri, aile içindeki şahsi algılanmaları geleneksel özellikler taşıyordu*’’(Biricikoğlu, Türk Modernleşmesinde Kadın: Web). İşte buraya gelince biraz duraksamak gerekebilir. Çünkü Türk kadını için konu, hiçbir zaman uzaklaşmadığı gibi yine erkekle yani aile ile bir kez daha kesişmektedir.

Türk kadını için şüphesiz ki daha fazla detaylandırılabilir olan cumhuriyetin o ilk dönemleri ve bugünleri bekleyerek ilerleyecek olan diğer zaman kesitleri, bir sonraki bölümde kısmen de olsa yeniden ele alınacağından, şimdilik bu kadarıyla tamama erdirilebilir. Fakat konuyu yarım ve kesik bir biçimde kapatmamak için (uzun geçmişinin tortularını anımsamak ve bugünlere yakın izleri de kayıta tutmak şartıyla) Türk kadını ve Türkiye’de kadın olmak ile ilgili birkaç saptama, bu metnin sonuna iliştilmelidir.

Evvela şunu söyleyebiliriz ki; 21. yüzyıldaki Türkiye, Kongar’ın deyimiyle “‘Toplumsal ve kültürel olarak Osmanlı’nın mirası ile Batı uygarlığının bir bireşimidir’’(Kongar, 2004: 15). Bu bireşimin sosyo – kültürel ve ideolojik eserleri, direkt ya da dolaylı olarak Türk kadını ve erkeğinin akla gelen her bir yönüne yansımıştır – yansımaktadır. Türk kadınında zaman zaman görülen ikili yapıların ve bir tür arada kalmışlığın en önemli nedenlerinden birisi budur.

Bir ikinci gerçeklik ise Türklerde – Türkiye’de yaşanan siyasi hamlelerin, yasaya dönük iyileştirmelerin veya içsel döngülerde görülen kadına yönelik gelişmelerin hiçbirinin, ailenin ve ailevi geleneklerin dışına çıkamamış olduğudur. İçerisinde, erkeklerin güttükleri çifte standartları, kaytarmaları ya da kadınlarca her zaman korunan sessizlikleri barındırarak sonuna kadar içselleştirilmiş bulunan bu ‘aile çıkmazını’ açıklamak, aslında zor değildir. Çünkü tartışmasız olarak “*Türkiye’de aile, alternatifsiz bir kurumdur. Ekonomik işlevini yitirse bile tüm sevgi ve üremeye dayalı işlevler ve ilişkiler halen aile içinde yürütülür. Bu durumda bir kişinin, özellikle de bir kadının aile dışında kendine bir kimlik araması olağanüstü zordur. Ailenin koruyucu kabuğundan yoksun bir kadın marjinal bir duruma itilir, toplum dışı kalır*”(Kaplan, Toplumsal Konumu ve Bu Konumunun Değişmesiyle Türk Sinemasında Kadın: Web). Yani Türkiye’de “*Kadının geçirdiği hayat tarzı, evlenmeden önce veya evlendikten sonrasına göre erkekte daha fazla düşündürücü bir durum sergilemektedir*”(Nirun, 1994: 315).

Öte yandan Türkiye’de, ‘kazanılmamış’ ve ‘herkese değil bazılarına verilmiş’ haklar ve keyif bağışlamalarla aile temelli gelenekleri aşmayı başaramamış kadın, bu kaçış cesaretinde erkekler tarafından yalnız bırakılıp ötekileştirilmektedir. Buna benzeyen ya da benzemeyen durumlarda, kadının, kendi hemcinsleriyle örgütlenebilme anlamında gerekli güç potansiyelini kurmaktan yoksun oluşu ise işin cabasıdır. Bunun sonucunda da sivil bir baskı grubu niteliğini taşıyamayan kadın, tam tersine yine toplum ve erkekler tarafından baskılanmaktadır. Kadının söz konusu baskılanmalarını, toplumun, erkeklerle kadın arasında pek de aldırış etmediği asimetrik maddi kazanç imkansızlıkları da destekleyince, böyle bir ülke ve toplumda yaşayan kadın için işler iyiden iyiye sarp sarmaktadır.

Ayrıca, kadınların çocuk yetiştirmeleri, oy vermeleri gibi toplum için son derece hayati önem taşıyan meselelerin birini ‘tanrı vergisi – emri’ diğerini ‘eş - aile gölgesi’ birer işmiş gibi algılayan Türk toplum yapısında, birey olarak kadın kimliğini edinmek de güçleşmektedir.

Öte taraftan 21. yüzyılda, Türkiye’de, televizyon ekranlarından kendilerine ‘kız çocuklarının eğitimi için halen kibarca yalvarılan’, çocukları için (karşı çıktıklarında onları öldürme pahasına) evlenmelerini en iyi yol gören ailelerin kızları – kadınları olmak da zordur.

Netice itibariyle; Türkiye gibi gündemin günü gününe değiştiği (ki bu, gerekli ödevlerden ve ana rotadan sapmalara yol açmaktadır), hep övünölen o genç nüfusun (ki bu nüfusun yarısını – belki fazlasını- kadınlar oluşturmaktadır) hâlâ az gelişmiş – gelişmekte olan ÷lke toplumlarının yazgısını paylaştığı, binlerce yıllık tarih kayıtlarının yabancılarca tutulup saklandığı, erkeklerinin ev içi ve ev dışı olarak kategorilendirdikleri iki kadın tipine inandığı (bu da taciz, tecavüz ve insan pazarlanmalarını artırmaktadır) kadın olmak zor bir yaratılış kaderi gibidir!

Türk kadınının bu kaderini değiştirilmesi içinse; ne erkeğe (eş ve babaya), ne anneye (büyük oranda sığınma çatısı olarak görölen anneye) ne de gökyüzünden gelmesi beklenen bir şeylere inanmayı bir tarafa bırakması gerekmektedir. Kadının, dünyaya ve yaşama dönerek en başta *kendine* inanması, güvenmesi gerekmektedir. Türkiye’de kadın olmayı gerçek anlamda bağımlı – eksik kılan ‘birbirine yapışmış haldeki tüm olumsuz birikimler’, her ne kadar akşamdan sabaha düzeltilemeyecek meseleler ise de, bunu yalnızca toplumdan veya devletten beklemenin pek de işe yaramadığı görölmektedir. Yani en kısa ifadeyle iş; erkeklere ve topluma rağmen en çok kadının kendisine, kendi bireysel, zihinsel ve içsel gücüne düşmektedir, iş, kadının bunlar için emek ve cesaret harcamasına bağılıdır...

2.3.2. Türk Popüler Kültürü ve Kadın

“Türkiye’deki modernleşmenin sivil toplum değil devlet eliyle, demokratik değil tepeden inme dayatmalarla yürütülen bir mahiyette olduğu; bizim modernleşme projemizin, demokratik hak ve özgürlüklerin bile devlet eliyle ‘bahşedildiği’, toplumsal gerçeklerin yazılı anayasa ve yasaların değiştirilmesi yoluyla değiştirilebileceğine inanılması bilinen bir gerçek. Bizde modernleşme semboller; camiye karşı fabrika, geleneksel ve dini kıyafete karşı batılı giyim tarzı, takvim, alfabe, dans vs. üzerinden yürütülür. Kadın, modernleşme projesinin en merkezi ve en önemli sembol unsurudur” Murat Çiftkaya

Türkiye’de kadın olmanın üzerine biraz yazıp çizdikten ve akıllardaki tahayyülü bir kez daha canlandırdıktan sonra, nakledilenlerle ilintilendirilerek bundan böyle Türkiye’de popüler kültür – kadın – modernleşme bağlantılarına bakılabilir. Fakat söz konusu bağlantılardan hemen evvel bu araştırmada gözetilmiş olan bir tercihi hatırlatmak gerekir. Bu tercih; çalışmada, Türk toplumunda, kadınında ve popüler kültüründe görülen kadın modernleşme yollarında Doğulu ve dinsel odaklı yollardan ziyade, daha çok Batıya, Batılılığa kayan eğilimlerin ele alınmasından yanadır. Önceden de belirtildiği üzere; gerek toplum geneli gerekse kadınlar gibi özelleştirilebilecek beşer kesitleri, Batılı – laik ya da Doğulu – dindar modernleşme süreç ve temellerinden herhangi birini evet, benimseyebilir. Ancak modernleşmenin ana unsurları ve çok büyük oranda gördüğü umumi kabul göz önüne getirildiğinde, modernleşmenin, örneğin türban gibi dini simgelere ya da ümmetçiliğe benzer anlayışlara değil; en başta akıl, bilim, insan, özgürlük, eşitlik gibi laik ilkelere dayanan gelişmelerle gerçekleştiği görülmektedir. İşte her şeyden önce bu sebeple, araştırmada, Türkiye’de popüler kültür ve içerisinde izlenebilecek kadın modernleşme süreçlerinin ‘Batıya’ yaslanan tarafları ve yollarının araştırılması tercih edilmiştir. Bu ara açıklamanın ardından, şimdi asıl konuya geçilebilir.

Türkiye’de modernleşme, popüler kültür ve de kadın meseleleri kendi başlarına son derece hararetli konularken, onları Türk toplumsal yapısında tepkimeye sokarak bütünleştirmeye çalışmak, daha da yoruma açık bir işe kalkışmak anlamına gelebilir. Bunun en önemli sebebi olarak ise; söz konusu üç alanının bugün itibariyle bile bir şekilde oturmamışlık sergilemeleri, kendileriyle ilgili temellerde ve kavramlarda hâlâ birörnek model ve anlayışların seçilip kabul edilmemişliği gösterilebilir.

Türkiye'nin popüler kültüründe, senelere yayılmış bulunan özel bir tarihi yolculuğa çıkıldığında, renkli ve bir o kadar da doğru anlatımıyla ilk tespitin Aymaz'dan geldiği görülür. Aymaz'ın gözüyle Türkiye'de "Hakkındaki tartışmalara ve uzlaşmazlığa bakıldığında popüler kültürün, Doğu – Batı meselesinden sonra modernleşen kültür hayatımıza ilişkin ikinci büyük sorun olduğunu rahatlıkla söyleyebiliriz. *Popüler kültür üzerinde, şüphesiz, modernleşmeyi Batılılaşma olarak yaşamış bir toplum olmamızın etkileri var.* Özellikle 1950'lerden itibaren hem hızlanmış hem de artmış bir etkidir bu. İlk sinema ve magazin dergilerimiz bize 'Holivut yıldızları'nın hayatlarını naklediyordu. İlk pop müzik parçalarımız 'ecnebi müzik' üzerine yazılmış Türkçe sözlü 'aranjman'larla ortaya çıktı. İlk çizgi romanlarımız Ten Ten, Texas ve Süpermen, bir tek bölümünü bile asla kaçırmadığımız ilk televizyon dizilerimiz Kaçak, Küçük Ev ve Dallas'tı ...'(Aymaz, 2004: 162).

Mazide kalmış birer anıdan öte, pek çok şeyi açıklamaya yardım edebilecek olan Aymaz'ın yukarıdaki sözleri arasından '*modernleşmeyi Batılılaşma olarak yaşamış bir toplum olmamız*' ifadesi, bu bölüm için kalkış noktası olarak seçilecek güzel bir yerdir. Çünkü bilindiği ve işlendikçe de görüleceği üzere *Türkiye, diğer alanlarda olduğu gibi popüler kültür bünyesindeki kadın modernleşmesini de Batı'dan örnek alarak gerçekleştirme yoluna gitmiştir.*

Bu eğilimi bir sorun veya önemli bir yanlış niteliğinde değerlendirmek mümkündür. Fakat buna paralel olarak, Türk toplumunun ve özelde Türk kadının modernleşmesinde tek ya da en büyük sorun - yanlış bu mudur acaba? Türkiye'de ve Türk kadınında (buna Türk kadın starlar da dahil) modernleşme, eğer Batılılaşma olarak görüldüyse, bugün itibariyle *Batılılaşarak da olsa* söz konusu modernleşmenin tam olarak gerçekleştirildiği söylenebilir mi? Yanıt, evet ya da hayır şeklinde verilebilecekse de, bunda popüler kültür starlarının yaklaşımları hangi bakımlardan yönlendirici olmuştur? Kısacası Türk kadınının modernleşme sürecinde bilhassa da son elli yılda popüler kültür cephesinde neler olup bitmiş – bitmemiştir? Bu soruların hepsi takdir edileceği gibi fevkalade büyük kapsamlara ışık yakmaktadır ve o kapsamları elden geldiğince açmak, bu bölüm için kaçınılmaz olmaktadır.

Bu araştırmanın temelinde korunmakta olan 'Türk kadınının değişim ve modernleşme yollarından birini, kadın starların gösterdiklerinde arıyor olabileceği'

düşüncesi, ibreyi öncelikle Türk kadının toplum içerisindeki genel sosyo – kültürel ve bireysel konumuna çevirmeyi ön koşul sayar. Fakat bundan önceki kısımda az çok tasvir edilmeye çalışıldığı ve gereksiz tekrara düşmekten çekinildiği için burada araştırılacak olan, kadının, ‘popüler starlara yönelik’ ilgilerinin ‘değişim ve modernleşme bağlamındaki’ sebepleridir. Ama söz konusu bu ilgi, Türk popüler kültürünün yapısal özellikleri kadar, Türk kadınının sosyal yaşantısının sınırlılıklarıyla da alakalıdır denilebilir. Bu doğrultuda genel bir sentez yapmayı başarmış görüldüğünden, söz, Bele’nin Türk kadınına dair fikirlerine teslim edilebilir.

Bele’ye göre “*Bir yüzyıl öncesine dek toplum içindeki yeri ‘kul’ olmaktan öteye geçemeyen Türk insanı, Batılılaşmanın ve çağdaşlaşmanın en önemli özelliği olan ‘birey’ olma statüsünü her yönüyle kazanabilmenin savaşını kıyasıya veriyor. Türk kadınının ise, toplumunun bu özel savaşımı içinde erkeğinden farklı olarak, daha da özel bir konumu var. Çünkü toplumun geçirdiği bütün değişikliklere karşılık aile yapısının hâlâ ataerkil biçimi koruduğu ve erkeğin ev dışı, kadının ev içi rol dağılımını sürdürdüğü günümüzde kadın, çağdaş yaşama uygun bir örnek oluşturma konusunda erkekten çok daha fazla bir biçimde zorlanmakta, ağır yaptırımlar ve yükümlülüklerle karşı karşıya kalmaktadır... Çağdaşlaşma konusunda karmaşık bir görünüm sergileyen, belli bir hazırlık dönemi geçirmeden bir takım sıçramalarla homojen olmayan bir gidiş gösteren Türk toplumu içinde Türk kadınının toplumsal rol dağılımındaki yeri kaygan, inişli çıkışlı bir karakter gösteriyor. Aynı bağlamda bu rol, bireysel farklılıklar ve geleneksel yapılanmalar çerçevesinde birbirinden çok değişik görünüm ve zıtlıklar sergiler duruma giriyor*” (Bele, 2001: 116 - 117).

Yani Bele’nin söylediklerinin satır altlarından özetle şunlar çıkıyor: *Türk kadını, çeşitli alanlarda olduğu gibi modernleşme yönündeki girişimlerinde de kendi başlarına bırakılmıyor, verecekleri bireysel kararlar ve tutacakları kişisel yolda erkekler ve genel olarak toplum tarafından, gelenekselci bir tavırla denetleniyor.* Yani olay, ister istemez yeniden ve sanki zaruri bir biçimde aileye, gelenekselliğe bir kez daha varıyor. Diğer açıdan, Bele’nin aktarmış olduğu yargıların, Türkiye’de yaşayan kadınların her kesimi için kat’ilik taşımayabileceğine dair bir açık kapı bıraktığı da görülüyor. Fakat onun anlattıklarından ortaya çıkanların, biraz daraltılarak özellikle de kırsal bölgeler gözetilerek düşünüldüğünde, bunların hâlâ geçerliliğini koruyan ifadeler oldukları kolaylıkla söylenebilir. Çünkü köy ve kırlardaki kadın nüfusu üzerindeki erkek egemenliği

ve ev hapsi bugün dahi devam etmektedir. Bele'yi desteklemekle beraber Kandiyoti de, kır yapısında başka önemli boyutların da var olduğunu vurgulamaktadır.

Kandiyoti'ye göre ‘‘Türkiye’de kırsal değişim, cinsiyetler arasında zaten var olan eşitsizliği değil; erkekler arasındaki toplumsal tabakalaşmayı derinleştirmiştir. Kırsal alandaki değişim, cinsler arası üretkenlik uçurumunu derinleştirmiştir; çünkü *erkekler yeni araçları ve tarımsal yönetimleri tekellerine alarak kadınlara el işlerini bıraktılar. Yeni tarımsal teknolojiyi ve tarım kaynaklarını denetimleri altında tutanlar, ekonomik konumlarını pekiştirdiler; kadınlarsa marjinal bir konuma itildiler*’’(Kandiyoti, 1997: 28).

Meseleye bir de karşı pencereden yani kentten bakıldığında, kır ve köyler kadar kentler, kent yaşamı ve şehirliliğin de olayın diğer bir ayağını oluşturduğu görülmektedir. Zaten modernleşme denilince bağdaşım kurulan unsurların önde gidenlerinde; iş bölümü, eğitim, kadın – erkek eşitliği, giyim – kuşam simgeleri gibi kent hayatına dönük yaşam koşulları ve göstergeleri gelmektedir. Yani bir toplumsal yapıdaki ‘‘Geleneksel sistemin etkisi altında kalan kırların karşısında kentler, modern ögeyi oluştururlar. Fabrika, mağaza, büro, kışla ve idareler hep kentlerde toplanmışlardır’’(Duvarger, 2002; 301). Ancak bunun gibi veriler sabitken yani modernleşmenin kırsaldan kentsele doğru yayılan gelişmelerle hayat bulduğu tartışma götürmezken, Türkiye’de modernleşmişliğin ifadelerinden biri olan kentlerin - kentliliğin vaziyetinin de çok iç açıcı olmadığı bilinmektedir.

Bir öz eleştiriyle yaklaşıldığında, Türkiye’de kentlere edilen göç sonrasında genel nüfusun ve kadınların, modernleşme süreçlerinde, sadece bu göçlerle önemli bir adımı geride bıraktıkları söylenebilir mi? Büyük bir ihtimalle hayır, söylenemez. Hatta köyden kente göç etmeyle her şeyin tamamlanması bir yana; tersine birçok şeyin yeni başlaması söz konusudur. Bu başlangıçta kentlere yerleşen kadınlardaki en yaygın görüngü ise uyum sorunudur. Kadınların bu kent adaptasyonlarının kapsamına, bir anlamda modernleşme süreci de denilebilir. Ve buradan itibaren kadınlar ve kent konusuna popüler kültür de kaçınılmaz olarak eklenenecektir. Çünkü öncelikle bir kentsel devinim olan popüler kültür, yine en çok da kent nüfusa tesir etmektedir. Ama nasıl?

Kandiyoti'nin bu konu üzerinde de düşünceleri vardır. Yani o, kadının modern zamanlardaki şehir yaşamını kent, ev, erkeklerle bağdaştırarak açıklarken, görüşlerine popüler kültür öğelerini de eklemeyi unutmamıştır. Bu doğrultuda Kandiyoti şunları söylemektedir: “‘Türkiye’deki metropollerin yaygın bir özelliği, kırsal kesimden şehirlere göç edenleri barındıran gecekondu bölgelerinin varlığıdır. Bu nedenle, kadınların bu ortamdaki konumları, tipik bir metropol olgusu olarak kabul edilir... Kadınların temel arzularını basit, anlaşılabilir bir dil, simge ve imgelerle sömüren *kitle iletişim araçlarına nüfuz etmiş olan kültürse, devlet okullarında sunulan yabancı burjuva kültüründen daha etkilidir*. Popüler medya tarafından aktarılan mesajlar, daha fazla tüketimin sürekli olarak özendirilmesi olarak nitelenebilir. Sonuçta; hareketliliğin ve kent yaşamına eklenmenin tek yolu olarak tüketim, gecekondu kadın nüfusunda hevesli ve gönüllü katılımcılar bulmaktadır” (Kandiyoti, 1997: 35 - 39).

Modern popüler kültürün bir yaratısı olan kitleleşme ve tüketimi de bünyesine katmış bu görüş, esasında, kent nüfusunun büyük bölümünü oluşturan alt sınıf kadınlarının durumuna dikkat çekmektedir. Alt sınıfa mensup kadınların tipik özellikleri anımsandığında; maddi yetersizlikler, az eğitim görmürlük, kültürel ortamlardan uzaklık gibi sosyo – ekonomik göstergelere tesadüf edilir. Böylece, çeşitli geliştirici unsurlardan yeterince faydalanamayan, onlara ulaşmakta zorlanan kadınlar, mensup oldukları sınıftan kaynaklanan yetersizlik - yoksunluk hislerini bastırmak için bir avutucu olarak; evlerini veya kendi kişisel tatminleri için (bütçelerince) tüketimi, popüler kültür araçlarının teşvik ettiklerini ve popüler yıldızların (en çok da görsel) takibini görüp seçebilirler.

Fakat bir de alt gelir ve sınıftan olan kadınların tam zıttı bir yaşama, fırsat ve olanaklara sahip üst sınıf mensubu kadınların durumları söz konusudur. Diğerleri kadar, belki onlardan çok bu kesim de önemsenmelidir. Çünkü *toplum içerisindeki yeşerip yayılacak olan değişim yahut modernleşme hareketlerindeki ateş fitilleri, bilinçli ve daha ilerilerde oldukları kabul edilen üst gelir – sınıf üyeleri değil midir?* Duvarger, birbirleriyle hem iç içe hem de oldukça ırak olan bu ikili sosyal yapı ilişkisini çok güzel özetlemiştir. Duvarger’e göre Türkiye gibi “Tüm gelişmekte olan toplumların ortak bir özelliği, iki ayrı nüfus kategorisinin yan yana yaşamalarıdır. Bunlar, iki ayrı ekonomik kesimle, iki ayrı değer sistemiyle, iki ayrı davranış tipiyle, iki ayrı yaşam düzeyiyle düşümdeşen kategorilerdir. İlkın, gelişmiş ülkeler insanlarına benzeyen bir azınlık vardır bu toplumlarda; bu azınlık, gelişmiş ülkeler insanlarıyla aynı teknik ve düşünsel düzeyde,

aynı ideallere ve aynı yaşam biçimine sahiptir ve bu benzerliği azami bir düzeye çıkarmak ister. Az gelişmiş ülkelerde bu azınlık çok ufaktır ve nüfusun geri kalanından çok uzaktır’’(Duvarger, 2002: 299). Ama sebep olabilecekleri etkiler ters orantıda bir kuvvete sahip olabilir. *Peki adı geçen üst sınıf mensubu kadınlar, diğerleri kadar pop yıldızı hemcinslerine tamah etmekte midir? Yani üst sınıf ve dolayısıyla daha modern (olması beklenen) o kadınların bu konuyla ilgili yaklaşımları nasıldır?*

Üst sınıftan olan kadınların popüler kültür ve popüler starlarla olan ilişkisini merak eden bu soru, aslında, Türkiye’de popüler kültürün kısa tarihçesi ve genel seyriyle yakından ilgilidir. Çünkü Türkiye’deki popüler kültüre de yön vermiş olan ideoloji (özellikle de genç Türkiye için) daha çok üst kesim tarafından takip ve devam ettirilmekte gibidir. Ve o popüler kültür ideolojisi başta popüler kadın sanatçıları ve dolaylı olarak da Türk kadınına derinden etkilemiş benzemektedir. Ancak bunların açıklamasını, Türk popüler kültür tarihi ve bunun içerisindeki kadına dönük anlayış ve yaklaşımlara göz atarak yapmak daha destekli bir hareket olacaktır.

Önce, Türkiye’de popüler kültürün yıllar içerisindeki gelişimini yansıtacak genel tarihi bir toparlama yapılabilir. Bu tarihi derleme için Sözen’in kaleme aldığı kısa notlar burada aktarılmaya değerdir. Sözen’e göre “Türkiye’de popüler kültür tarihi iki ayrı dönemde incelenebilir: İlki Tanzimat dönemi ve Cumhuriyet dönemi yeniliklerine ilişkindir. İkincisi ise 1950’lerden sonra bir kent kültürü olarak gelişme göstermiştir. Tanzimat döneminde popülerleşen – popülerleştirilen kültür Fransız kültürü ve Fransızcadır. Türkçeye yerleşen yüzlerce Fransızca kelimenin varlığı, böylesi bir popülerleşme sürecinde aranmalıdır. Fransızca konuşmak, bir Fransız gibi giyinmek, Fransız düşünürlerden ilham almak vs. *Cumhuriyet döneminin yeniliklerine bakıldığında ise, Batı kültüründen ziyade, topyekün bir Batı medeniyetine odaklanılır.* Köyden kente yoğun göçlerin yaşandığı 1950’li yıllara gelindiğinde, kültürler arası karşılaşmaların (köy – kent karşılaşması) kültürel hayatı yeniden etkilediği görülür. Türkiye’de popüler kültürün en iyi gözlemlendiği arabesk müzik ve yeni hayat tarzlarının ortaya çıkışı bu dönemdedir. 1960’lardan sonra kültürün halim söyleminde ulusal ve evrensel öğeler yer alırken, 1980 sonrası dönemde ekonomide izlenen liberal politikalar dahilinde, İslami unsurlar ortaya çıkmaya başlar. Yaşadığımız son onlu yıllarda ise halk kültürünün unsurları kent kültürü içinde yeşermeye başlar. Yeni açılan türkü barlara giden müşterilerin çoğalması, Anadolu usulü gözlemelerin ve lahmacun satışının artışıyla

mutfak ve yerel kıyafetlerin artışı gibi yerel unsurlar ön plana çıkar. *Aslına bakılırsa 1980 sonrası kültürel duruş postmodern damgası yiyen ve aslında ne olduğu pek de belli olmayan ‘topyekün popülerleşme’ üzerinedir’’*(Sözen, 2005: 6)

Sözen’in anlattıklarının temelinde, göze ters gelen ya da olaya yanlış yerden bakılarak dile getirilmiş benzeyen görüşler bulunmamaktadır. Ancak bu çalışma için Türk popüler tarihinin tamamı mühim olmakla beraber, Sözen’in bahsettiği o birinci dönem ayrı bir yere sahiptir. Çünkü o ilk yıllar, hem kadına dönük çeşitli anlayışları hem de genel olarak Türk popüler kültüründeki kadına yönelik yaklaşımları büyük ölçüde etkilemiştir. Bu nedenle, o ilk yılların üzerinde özellikle durmak gerekir.

İşte burada gerekli tarihsel yardım tekrar Altındal’dan gelir. Altındal’ın, Türk popüler kültür tarihindeki kadına ve kadınlığa dair yapılmış – yapılmakta olan *ideolojik ve sembolik göndermelere* ciddi bir şekilde dikkat kesildiği görülür. Ve Altındal, o göndermelerin zamanla, halk içerisindeki hem erkek hem de kadınların zihinlerine nasıl sinmiş olabileceğinin sinyallerini gayet net bir şekilde vermektedir. Cumhuriyetin ilk yıllarından başlayarak uzayıp giden popüler kültürdeki kadın yolculuğu Altındal’ın ağzından şöyle aktarılabilir:

“Batılı özellikle de Amerikan kadınının Türkiye kadınına örnek gösterilmesi ve Türkiye kadınlarının bu tip kadınlara benzetilmeye çalışılması ve bunun da Batılılaşma olduğu inancının yaygınlaştırılması II. Meşrutiyet döneminde başlatılmışsa da en etkin biçimde Cumhuriyet dönemine rastlamaktadır. Cumhuriyetin ilk yıllarında genel eğilim Fransız ve İngiliz kadını tipine doğrudur. Buna biraz da Alman kadınının dinamizmi karıştırılmıştır... 1923 – 1938 yılları arasında Türkiye’de kadınlardan “kadınca” konular üzerinde düşünmeleri, siyasete, iktisada kafa yormamaları ve bunun gibi önemli konuları erkeklere bırakmaları istenmiştir. Bu nedenledir ki; kentli varlıklı sınıf kadınlarının hemen hepsi, memlekette ne olup ne bittiğinden pek haberdar olmadan günlerini geçirmişler; fakat Kral Edward’ın sevgilisi uğruna tatlı tahtı bırakışını içlerini çekerekten ayrıntılarına değin bellemişlerdir! Cumhuriyet döneminde kendilerini soylu sayanlar (aileler) kızlarına, öteden beri olduğu gibi, Fransız ya da İngiliz kültürlerini aşılamaya ve kızlarını tam anlamıyla bir İngiliz leydisi ya da Fransız matmazeli gibi yetiştirmeye gayret etmişleridir... O günlerin Fransız ve İngiliz kültürlü burjuva kadınlarının halk kadınlarıyla ilgilenişleri şöyle özetlenebilir: Bu kadınların kendileriyle ilgili ilk ve en

önemli sorunları daha güzel olmak ve Avrupalı kadınlara benzeyebilmektir. Kendilerini ‘sosyete’ kabul eden kadınların gençlerinin tek uğraşı bu iken, bu şansı (yaşlarının geçkinliği nedeniyle) yitirmiş olanların tek uğraşları da yine balolar, kermesler ya da toplantılar düzenleyerek, kendi aralarında dedikoduyla karışık ‘halk’ kadınının içler acısı durumunu konuşmak, yerine göre bu kadınların yaptıklarını alaya almak, yerine göre iç çekmek, yerine göre de ‘kusurlarını’ bağışlamak hanımefendiliğini(!) göstermekten ibarettir. İşçi – köylü kadının ne günün Paris modasından haberi olmuştur ne de kimler tarafından nasıl bir yönetim biçimiyle yönetilmekte olduğunu kavrayabilmişlerdir. Buna karşılık durmaksızın çalışmış, çalıştırılmıştır”(Altındal, 2004: 122 – 139, 140).

Türkiye’de, soylu – üst sınıf kadınının neredeyse yaklaşık yüz yıl öncesindeki kişisel ve sosyal konumunu, kadınlığa ya da toplum gerçeklerine karşı duyarlılık ve düşünce durumunu özetleyen bu bilgiler, ilerleyen yıllar ve o yıllara hakim olabilecek popüler ideoloji için önemli verileri içermektedir.

Türk toplumundaki kadın nüfusu şimdi olduğu gibi elbette o günlerde de sadece üst sınıftan gelen kadınlardan oluşmamaktaydı. Ama bahsi geçen o kadınların güttüğü ideolojinin yani ‘kadının modernleşmesinde model olarak Batıyı kabulün’ zihinsel yankıları, *haklı olarak çabucak son bulmayacaktı*. Üstelik onların taşıdıkları Batılı – Batıcı ideolojinin uzantısı, zamanla başka kesim kadınlarına doğru ilerleyecekti. Çünkü *devletin bizzat kendisi de (belki dönemin koşullarıyla ve tüm iyi niyetiyle) Batılı kalkınma ve modernleşme modelini – modellerini benimsemişti*. “‘Eisenstadt’ın ‘total – bütüncü’ olarak gösterdiği Türk modernleşmesi”(Giritli, 2004: 12) kılık – kıyafet devrimi gibi sembollerle bu ideolojisini pekiştirmiş ve de resmileştirmişti. Yani açıklıkla söylenebilir ki Cumhuriyet Türkiye’sinde Batı, geçmişten beri geçerliliğini korumakta olan *bir cazibe kaynağı, ‘bir gün’ orali olunacak (olunması gerekli) olan yerd*.

Aynı şeyi bugün için de konuşmak pek ala mümkündür. Türkiye’de Batılı yollarla modernleşme anlayışı; devleti ve sivil toplumuyla, resmi ya da gayri resmi ideolojisiyle, kadın - erkek toplumun büyük çoğunluğuyla bugün de kabul görmekte olan bir modeldir. Ve *dolayısıyla bu yöndeki bir ideolojinin*; ülke ve toplum genelinde yaygın olan, gerek dönemsel gerekse güncel bir hava manasını karşılayan *popüler kültüre ve onun içerisinde var olan sanatçılara sıçraması işten bile sayılmamaktadır*. Kaldı ki popüler kültür ve starları aynı zamanda; herhangi bir eğilim veya alışkanlığın, bunları besleyen düşünce ve

inançların topluma sinmesini, onların toplum genelinde (adı üzerinde) popülerleşmesini sağlayan en büyük aracı ve yapılardır zaten. Yani her şey birbiriyle son derece alakalılık halindedir. Şimdi ise tüm bu alakalılıkları yani Batılı, Batıcı, tüketimci yahut da göstermeci tüm bu popüler kadın modernleşmesi ilişkilerini daha da özelleştirmeye, somutlamaya yani Ajda Pekkan' ve temsil ettiği imajla bağlantılandırma zamanı gelmiştir.

III. BÖLÜM

AJDA PEKKAN: BÜYÜK BİR İDDİANIN ÖYKÜSÜ

3.1. AJDA PEKKAN BİYOGRAFİSİ

“AJDA PEKKAN”

Doğum Tarihi: 12 Şubat 1946

Doğum Yeri: İstanbul / Türkiye

Ölüm : ____

Etnik Köken: Baba Türk, Anne Bulgar Türkü

Müzik Türü: Popüler Batı Müziği

Etkin Olduğu Yıllar: 1961 – Bugün

Web: www.ajdapekkan.net - www.ajdapekkan.com – www.ajdapekkan.us

Ajda Pekkan, 12 Şubat 1946 yılında İstanbul'da doğdu. Babası Rıdvan Pekkan deniz albayı, annesi Nevin Dobruca ev hanımıydı. Babasının görevi dolayısıyla çocukluğu Gölcük'te, Amerikan askerleri ailelerinin arasında geçti. Modern bir ortamda ancak ailevi sorunlar arasında geçirilen çocukluk, Ajda Pekkan'ın gençliğini etkileyen önemli bir dönem oldu.

Şarkıcı olmak için büyük heves taşıyan Çamlıca Kız Lisesi öğrencisi Ajda Pekkan, kardeşi Semiramis Pekkan'ın da desteğiyle 1962 yılında dönemin en popüler gece kulübü Çatı'nın sahibi olan İlham Gencer'e ulaştı. İlk olarak seslendirdiği Mina'nın "Il Cielo In Una Stanza" şarkısıyla kendini kabul ettirdiği Çatı gece kulübünde Los Çatikos topluluğu eşliğinde bir müddet sahne çalışması yaptı. 1963 yılında bir aile dostlarının teşvikiyle, Ses Dergisi'nin sinemaya yeni yüzler kazandırmak amacıyla açtığı kapak yıldızı yarışmasına katıldı. Ediz Hun'un erkekler dalında birinci, Hülya Koçyiğit'in bayanlar dalında ikinci olduğu yarışmada birinci seçilen Ajda Pekkan'ın profesyonel kariyeri böylece başlamış oldu. Avrupai görünümü ve cüretkar tavırlarıyla Yeşilçam'ın gözde sanatçılarından biri olan Ajda Pekkan, beyaz perdeden gelen teklifleri değerlendirmeye başladı ve 1963 yılında "Adanalı Tayfur" ile ilk kez çıktığı kamera karşısında, 1969 yılındaki son filmi

olan "Harun Reşit'in Gözdesi"ne kadar baş rollerini Ayhan Işık, Cüneyt Arkın ve Tamer Yiğit gibi sanatçılarla paylaştığı 47 film çevirdi.

Ses kabiliyeti rol aldığı filmlerdeki yapımcıların da dikkatinden kaçmadı ve pek çok filminde şarkıcı rolü üstlendi, çeşitli şarkılar seslendirdi. İlk filmi "Adanalı Tayfur"da seslendirdiği "Göz Göz Değdi Bana" şarkısı, arka yüzünde Öztürk Serengil'in seslendirdiği "Abidik Gubidik Twist" şarkısıyla birlikte 45'lik plak olarak yayınlandı. Sinemaya başlamadan önce tanışıp şarkıcılık yapabilmesi için yardım istediği ve kabiliyetine ikna ettiği Fecri Ebcioğlu, sinema yıllarında da Ajda Pekkan'la irtibatını hiç koparmadı ve 1965 yılında, kendine ait ilk plağı olan "Her Yerde Kar Var - 17 Yaşında" piyasaya sürüldü. Fecri Ebcioğlu'nun başta Fransızca olmak üzere İngilizce ve İtalyanca yabancı şarkılar üzerine Türkçe sözler yazarak ülkemize benimsettiği "aranjman" tarzının en büyük starı Ajda Pekkan, Adamo'nun ünlü şarkısını yine Adamo gibi Fransız aksanıyla söyleyerek büyük bir ilgi ve beğeniyle karşılandı. Sahnelerden sinemaya geçen sanatçıların aksine, sinemadan sahneye geçen Ajda Pekkan, peş peşe yayınlanan plaklardan sonra, 1967 yılında çıkardığı "İki Yabancı - Bang Bang" 45'liği ile aranjman dalında on binlerce plak satarak satış rekoru kırdı. "Dünya Dönüyor", "Saklambaç", "Boş Sokak", "Boş vermişim Dünyaya" ve "Üç Kalp" gibi üst üste çok başarılı plaklar yaptı. Bu yükselen trendin neticesinde yurtdışından davetler aldı ve Atina'daki Uluslararası Apollonia Müzik Festivali'nde; '68 yılında "Özleyiş" ve '69 yılında "Perhaps One Day" şarkıları ile üst üste iki kere Dünya dördüncüsü olarak müzik piyasasındaki yerini sağlamlaştırdı. Barcelona'daki Akdeniz Şarkıları Festivali'nde "Ve Ben Şimdi" şarkısı ile Türkiye'yi temsil etmesi ve şarkılarının pek çok filmde fon müziği olarak kullanılması, Ajda Pekkan'ı tüm ülkede tanınır hale getirdiği gibi, Zeki Müren'le gerçekleştirmeye başladığı gazino programlarıyla birlikte ülkenin bir numaralı yıldızı konumuna da taşınmış oldu.

Farklı ülkelerin starlarını bünyesinde barındırmaya özen gösteren Philips firması, Türkiye'den seçtiği Ajda Pekkan'ı kanatlarının altına aldı ve kayıtları Fransa'daki stüdyolarda gerçekleştirilen, Fikret Şeneş'in sözlerini yazdığı şarkılarla, Ajda Pekkan'ın diğer şarkıcılardan birkaç adım öne fırladığı yıllar başladı. Üst üste gelen hit plaklarla Ajda Pekkan'ın sesi tüm ülkede keyifle dinlendiği gibi; şık giyimi, sürekli olarak kendini yenileyen görünümü ve her zaman değişime açık tavrıyla sadece müzikte değil moda konusunda da hayranlarını sürükleyen bir ikon haline geldi. "Sensiz Yıllarda",

"Yalnızlıktan Bezdim" gibi şarkılarla fırtına gibi girdiği 70'lerin ortalarında seslendirdiği "Tanrı Misafiri", "Kimler Geldi Kimler Geçti", "Hoş gör Sen", "Sana Ne Kime Ne" , gibi ileride birer Ajda Pekkan klasiği haline gelecek şarkılarıyla Türkiye sınırlarını zorlamaya başladı. Bu üstün performansının sonucunda 1976 yılında dünyanın yedi büyük müzikholünden biri olan Paris'in ünlü Olympia müzikholünde, pek çok şarkısının Türkçe versiyonlarını seslendirdiği, ünlü Fransız şarkıcısı Enrico Macias'la seri konserler verdi.

Bir dost toplantısında Hürriyet Gazetesi sahibi Erol Simavi'nin "Ajda Pekkan'a star demek yetmez, ona ancak süperstar dersek yerini bulur" sözüyle birlikte önce sanat çevrelerinde, sonra hayranlarının arasında, daha sonra da tüm ülkede "Süperstar" ünvanıyla anılır oldu. 1977 yılında bu unvanını ilk kez resmileştiren, o güne kadar benzeri görülmemiş bir kapak dizaynı ve prodüksiyonla piyasaya sunulan, "Kim Ne Derse Desin", "Hancı" gibi şarkıların yer aldığı albümü "Süperstar"ı hazırladı. Aynı yıl Tokyo'daki Yamaha Müzik Festivali'nde "A Mes Amours" şarkısıyla elde ettiği başarılı netice, 70'lerin başında yurtdışında, Fransızca, Almanca, Japonca ve Yunanca 45'lik plakları satışa sunulan Ajda Pekkan'ın 77 ve 78 yıllarında Fransa'da oldukça ses getiren 45'lik çalışmaları yapmasına ve sonunda "Pour Lui" isimli Fransızca albümünü hazırlamasına ön ayak oldu. Paris'te yaşadığı yıllarda halk konserleri, sahne çalışmaları ve konuk sanatçı olarak katıldığı uluslararası organizasyonlar ile başarısını pekiştiren Ajda Pekkan, 1979 yılında Türkiye'de çıkardığı "Bambaşka Biri", "Haykırarak Nefesim Kalmasa Bile", "Yeniden Başlasın" gibi şarkıların yer aldığı Süperstar serisinin ikinci albümü "Süperstar II"de bir kez daha her daim zirvede olduğunu kanıtlamış oldu. 70'li yıllarda defalarca yılın sanatçısı seçildiği gibi şarkıları da liste başlarından inmedi, çeşitli ödüller kazandı.

O seneye kadar, Türkiye'yi temsil etme görevinin, eleme usulüyle belirlendiği Eurovision şarkı yarışmasına 1980 yılında ilk kez atama yoluyla Ajda Pekkan seçildi. İlk önce tespit edilen 5 bestecinin şarkılarının jüri tarafından 3'e düşürülmesiyle, "Bir Dünya Ver Bana", "Olsam" ve "Pet'r oil" ile TV ekranlarında boy gösterdi. "Pet'r oil"ın Türkiye'yi temsil etmesine karar verilen gece sonunda, ülkemizde hiç olmamış bir şey oldu ve henüz plağı satışa sunulmamış bir şarkı tüm halk tarafından ezbere söylenir oldu. Ancak kulis faaliyetlerinin yetersizliği, şarkının siyasi hicivli yapısı ve Avrupa sound'undan uzaklığı, o sıralarda Pekkan'ın Paris'teki imajının çok başka oluşu ve yarışma gecesindeki organizasyon bozuklukları neticesinde Ajda Pekkan bu yarışmada

hayal kırıklığı yaratan bir derece aldı. Süperstar'ı bir hayli küstüren bu yarışmadan sonra bir süre dinlenme kararı alıp A.B.D.'ye yerleşti. 70'lerin sona ermesiyle birlikte pop müziğin cazibesini yitirip, alaturka ve arabeske yönelindiği yıllarda "Sen Mutlu Ol" ve "Sevdim Seni" isminde hafif müzik ve alaturka sentezi iki albüm yaptı. Ancak Süperstar'ın bir türlü içine sinmeyen ve kendi isteği doğrultusunda gerçekleşmeyen, ısmarlama olarak hazırlanan bu albümler Ajda Pekkan hayranlarının beklediği renkten ve kıvamdan uzaktı. Yerli bestecilerle çalışmaktan beklediği verimi alamayan Ajda Pekkan, 70'lerde kendi önderliğinde yükselen aranjman akımına geri döndü. "Süperstar 83 Show"uyla sahnelerde fırtına gibi eserken, en başarılı çalışmalarında yanında olan Fikret Şeneş'le birlikte çalıştığı "Uykusuz Her Gece", "Son Yolcu" gibi şarkıların yer aldığı "Süperstar 83" albümüyle yeniden gönülleri fethetti. Reklam filmleri, TV programları, sahne çalışmalarıyla Süperstar, 1984 yılının sonlarında yapımcılarının ve yakın çevresinin ısrarıyla dönemin popüler gruplarından Beş Yıl Önce 10 Yıl Sonra ile bir albüm hazırladı. "O Benim Dünyam" şarkısıyla yeniden çıkış yakalayan Ajda Pekkan, şarkı yorumlarındaki üstün performansına rağmen şarkıların özensizliği ve zorlama bir albüm olmasından dolayı, yeni ekibiyle beklediği sukseyi yapamadı. 1987 yılında Ülkü Aker ve Fikret Şeneş'in sözlerini yazdığı "Kim Olsa Anlatır", "Yalnızlık Yolcusu" gibi şarkılarla, özel hayranları için eşsiz olarak nitelenen ancak hit şarkı eksikliği nedeniyle, fazla tutulmayan "Süperstar 4" albümünü hazırladı. Sonrasında yaptığı evlilik nedeniyle aldığı müziği bırakma kararı tüm müzik severleri üzse de, müzikten ayrı geçen günlerinde yaşadığı boşluk hissi neticesinde yeniden müziğe dönüş kararı verdi ve evliliğini sona erdirdi.

'89 yılının son günlerinde "Ajda '90" albümünü piyasaya sürdü. Pop müziğin çıkmaza girdiği, hatta unutulduğu günlerde "Yaz Yaz Yaz" , "Hayırdır İnşallah" ve "Sana Bana Yeter" ile ortalığı kasıp kavurdu. Yarısı yerli beste, yarısı aranjman olan bu albüm, Ajda Pekkan'ın muhteşem dönüşünün bir işaretiydi. Peşi sıra başlayan Rumelihisarı konserleriyle Süperstar, sevenlerini kaldığı yerden büyülemeye devam etti. '91, '93 ve '96 yıllarında çoğunlukla yerli bestecilerle çalıştığı albümleriyle, hem yeni kuşaklarla buluşmuş hem de ezeli hayranlarıyla olan bağını kopartmamış oldu. 90'ların ortalarına kadarki 30 senelik müzikal kariyerinde hiç toplama albüm yapmayan Ajda Pekkan'ın, hayranlarını çok memnun etse de kendi rızası dışında, çalıştığı plak firmalarının ticari beklentileri sonucu yayınlanan "Hoş Görsen" ve "Unutulmayanlar" albümleri piyasaya çıktı. Çeşitli sahne çalışmalarına devam ederken '98 yılında eski şarkılarının yeni

düzenlemelerini seslendirdiği "Best Of" albümü müzik marketlerdeki yerini aldı. Yüksek satış grafiği yakalayan bu albümün devamı niteliğinde, 2000 yılında 2 CD'den oluşan "Diva" albümü piyasaya çıktı. Bu albümde Ajda Pekkan'ın eski şarkılarının yeni yorumlarının yanı sıra, "Mutlu Bütün Şarkılar" ve "Aşka İnanma" gibi iki yeni şarkı ve kardeşi Semiramis Pekkan'ın eski şarkılarından "Dert Ortağım" ile "Bu Ne Biçim Hayat"ın da Ajda Pekkan yorumları yer aldı. O yılın en pahalı prodüksiyonu seçilen ve büyük başarı elde eden bu albümün şarkılarından "Bir Günah Gibi", dünyaca ünlü DJ Claude Challe'nin "Buddha Bar" serisinde yer aldı. 2000 yılında Monaco'da Monte Carlo Sporting D'été Müzikholü'nde dünyaca ünlü sanatçılarla birlikte sahne alan Süperstar, bir de "Prestige de la Turquie avec Ajda Pekkan" isminde video clip hazırladı. 60, 70 ve 80'li yıllarda pek çok filmde fon müziği olarak kullanılan Ajda Pekkan şarkılarından sonra Ajda Pekkan'ın sesi, 2001 yılı içerisinde sinemalarda gösterime giren "Cahil Periler" filminde "Bambaşka Biri" ve Meksika'da yayınlanan bir pembe dizide de "Bir Günah Gibi" şarkıları ile yer aldığı filmlere renk kattı. Sadece şarkı söyleyerek kendini istediği kadar ifade edemediğini düşünen ve 60'lardaki beyaz perde macerasını yeniden tatmak isteyen Ajda Pekkan, 2002 yılında, "Şöhret Sandalı" isminde bir sinema filminde rol aldı. 2003 yazında, üç yıllık bir ayrılığın ardından, "Sen İste" ile yeniden sevenleriyle buluşmuş olan Ajda Pekkan, bu single prodüksiyonunu takiben, Haziran 2006'da "Cool Kadın" adlı albümüne imza atmış ve Müyap tarafından Altın Plak'la ödüllendirilmiştir. En son, 2007 yılı içerisinde, "Ajda Disco'da" adıyla, birden fazla dj ile bir dizi konser gerçekleştiren Ajda Pekkan 2008 yılı içerisinde 10 şarkılık Aynen Öyle isimli yeni bir albüm ve 2009 yılında da bir Resim adlı single çıkarmıştır.

Ajda Pekkan'a 1998' yılında, profesyonel sanat yaşamının 35.senesinde, Kültür Bakanlığı'nca Devlet Sanatçısı unvanı verilmiştir. Ayrıca Ajda Pekkan'ın yaşamını ve sanat kariyerini inceleyen 4 kitap ve (bu çalışmayla beraber) 2 farklı master tezi yazılmış, 3 müzikli belgesel çekilmiş ve yayımlanmıştır. Ajda Pekkan, konser, televizyon - radyo programları ve yabancı dildekiler hariç; bugüne kadar plak ve albümlerinde yaklaşık 240 Türkçe şarkı seslendirmiştir. (Nielsen Music Control, Euro Airplay Hot – 100, www.ajdapekkkan.net)

Yukarıda uzun uzadıya aktarılmış olan Ajda Pekkan biyografisi, aslında kendi kendini ifade edebilecek kadar ayrıntılı bir kapasiteye sahiptir. Fakat Pekkan'ın biyografisi, beraberinde, bu çalışma için başka önemli temelleri de anlamlandırmaktadır.

Söz konusu temellerden en mühimi (ki çalışmadaki düğümlerin çözümü için yadsınamaz bir konumdadır) Türkiye’de var olan her kadın starın, bu araştırmanın tezini kanıtlamak için uygun görülmediğidir. İlk bakışta fazlaca iddialı duran bu kararın biraz daha yumuşatılarak açıklanmaya ihtiyacı olabilir ve bu doğrultuda şunlar söylenebilir:

Türkiye’de sinema, tiyatro, televizyon ya da müzik alanlarında Ajda Pekkan’ın yanı sıra, ünlenmiş çok sayıda kadın star ve sanatçı elbette bulunmaktadır. Ve şüphesiz ki hemen hepsinin kendilerine has kadın izleyici - dinleyici veya da hayran kitleleri mevcuttur. Ancak o kadın starların, ilişkide oldukları hayran kitleleriyle aralarındaki bağlarda, Batı temellerine dayalı modernleşme kodlarına ya hiç rastlanılmamaktadır ya da o kodlar yok denecek kadar zayıftır. Çünkü ima edilen o kadın starların en başta kendilerinin böyle bir arzu ve bunun için dolduracak alt yapıları bulunmamaktadır.

Örneğin (Batılı bir modernleşme için gerekli olanlar hatırlandığında) Türk popüler kültüründe yer almış – almakta olan çoğu kadın starın, bir yabancı dili iyi derecede bilmediği görülür. Pek çoğu, kısa ziyaretler yahut birkaç günlük alışveriş seyahatleri dışında uzun sayılabilecek bir Avrupa yaşamı deneyiminden yoksundur. Kaldı ki bu yoksunluk, modernleşmede temel alınacak o Avrupa’yı gerçek ve yakından tanıma imkanını olanaksız kılar.

Öte yandan, bu yıldızların icra ettikleri mesleklerinde (ki o mesleklerin çoğu yine Batı orjinlidir) Avrupa akım ve çizgilerinden yakalanabilecek izler son derece siliktir. Dolayısıyla işleri vasıtasıyla seslendikleri kadınlar üzerinde yüzeysel de olsa bir modernleşme mesajı kaygısı taşımazlar. Ve meselenin bir de görsellik yanı bulunmaktadır. Batılı modern bir kadın portresi çizerken, bunu Batılı kadınlara benzerlikle süslemek işin olmazsa olmaz popüler kremasıdır.

Yani Türkiye’de (özellikle de eski zamanlardan bu yana tanınıp sevilen) çoğu kadın star için bu doğrultuda tutarlı ve anlamlı savlar öne sürmek güçtür. Bunun en güzel açıklamasını, söz konusu o kadın starların biyografileri zaten dile getirmektedir. Zorlanmadan yapılabilecek çeşitli biyografik taramaların, bu düşünceyi haklı çıkaracağı kolaylıkla görülebilir. Kaldı ki söz konusu meşhur kimliklerin bazıları bunu bizzat dile getirmektedir de. Sezen Aksu, Nilüfer, Nükhet Duru veya Zerrin Özer gibi isimler,

modern kadın yahut da iyi bir yorumcu, iyi bir kadın star anlayışlarının oluşumunda, Ajda Pekkan'ın kendilerine öncülük ettiğini hemen her defasında yinelemektedir.

Örnekte Sezen Aksu, 16 Kasım 2009'da yayına başlayan TRT Müzik kanalının galasında, kendinden sonra sahneye çıkacak olan Ajda Pekkan'ı şu sözlerle anlatmış ve anons etmiştir: “Biz aslında öyle bir iş yapıyoruz ki dışarıdan bakıldığı zaman söyleyeceklerim çok inandırıcı değil. Yani bu sektörün içinde birbirine rakip gibi duran iki kadın; ama öyle değil... Hani herkesin hayatında çok özel birileri vardır. İşte benim hayatımın yol haritası da Ajda Pekkan'dır. Çünkü o ne yaptıysa onu yapardım ben ve hâlâ da yaparım aslında... Onu o kadar örnek almıştım ki müzikteki şahsiyetimi bulmam neredeyse beş yıl sürdü. Beş yıl boyunca başka birisi gibi şarkı söyledim, kendim olamadım. Ajda Pekkan iyi ki var. Çünkü bir daha öyle birisi olmayacak. O kadar cesur, o kadar gözü kara ve o kadar ağır başlı bir yandan; o kadar risk alan, o kadar özel bir kadın... Benim önümü açtığı için huzurlarınızda kendisine bir kez daha teşekkür etmek istiyorum. Ustam Ajda Pekkan...” Tıpkı Sezen Aksu gibi Nilüfer de, 8 Ocak 2010'da katıldığı bir show programında Ajda Pekkan'ı şu ifadelerle anmıştır: “Ajda Pekkan bizim öncümüzdür, ilkimizdir bizim. Ben onun fotoğraflarını biriktirirdim ve şarkı söylemeye onu taklit ederek başladım. Ben Ajda Pekkan'a hâlâ ‘Ajda’ diyerek hitap edemem. Ona saygım, beğenim ve hayranlığım sonsuzdur çünkü. Geçmişte ve hâlâ ...”

Yani sonuç olarak, (kendi jenerasyonunun da onadığı gibi) Türk popüler kültür dünyasındaki kadın starlar içerisinde Batı'ya, Batılı modern kadın imajına en yakın olanlar arasında yapılabilecek tüm kıyaslama ve karşılaştırmaların - elemelerin ardından, elde kalan önemli isimlerden biri olarak Ajda Pekkan'la karşılaşıldığı görülmektedir. Ve işte bu karşılaşma, bir anlamda, Türkiye'nin ‘popüler alanlarda’ Batı ile buluşmaya başladığı dönem ve aşamalara da denk düşmektedir. Türkiye’de bu ‘Batıcı popüler eğilimin’ belirginliğinin artmaya başladığı ilk on beş yıla ise (1960 – 1975) ayrı bir önem vermek gerekir. Çünkü o yıllar, modern kadının Batılı kadın olduğunda ısrar eden Ajda Pekkan'ın popüler olduğu ve o popüleritenin Türkiye’de müthiş bir karşılık bulduğu yıllara tesadüf etmektedir. Yani hem Türkiye hem de Ajda Pekkan için, Batılı ve Batıcı anlamdaki değişim – modernleşme hareketleri içerisinde 1960’lı yılların yeri, hiç olmadığı kadar önemlidir.

Bunun sebebiyse o yılların, dışarıya açılma tutkusunun tavan yaptığı dönüm noktalarını işaret etmesidir. Ve ülkenin, bu ‘Batıya açılma arzusu’, elbette dönemin popüler kültür ve sanatındaki yansılarda da kendini ele verir. Çünkü Türkiye örneğinin de doğruladığı gibi “*Toplumlar değişme ya da geçiş sürecini yaşadıkları dönemlerde yaygın sanatsal etkinlik içine girerler. Yeni bir üslup ortaya çıkıncaya kadar yaratıcılık altın dönemini yaşar. Her üslup; dünyaya açılan yeni bir görsel pencere, yeni bir bakıştır*”(Ulusoy, 2005: 119).

Türkiye’nin bahsi geçen 1960’lı yılları ve bu yıllardaki popüler kültür gelişimiyle Pekkan’ın sanat kariyerinin (bir anlamda biyografisinin) kesişimi; ansiklopedik ifadelerden uzak, farklı bir kaç kaleminden oluşturulacak kolajla yansıtılmaya değer görünmektedir. Bu nedenle ve yorumlamaları sona bırakmak suretiyle, kimisi gazeteci ve yazar, kimi akademisyen, kimileri de psikolog veya sanatçı olan o kalem sahiplerinin tuttukları notlarla, 1960’lı yılların genel Türkiye’si ve popüler kültürünün tablosu aşağıda yer alan metindeki gibi biçimlendirilebilir. Ateş’in, toplumsal hoşgörü anlamında “1968 Kuşağı, Türkiye’nin hiç görmediği ve bugün çok gerilerine düşmüş olduğumuz bir özgürlük ortamında yetişti ve gelişti”(Ateş, 1994: 14) diyerek andığı bu senelerin anlatıma ilk olarak Uygunkan başlamaktadır.

Uygunkan’a göre “1950 yılından itibaren Türkiye’de merkez ve çevre iller ile aradaki fiziki bağların güçlenmesi ve nüfus hareketlerinin artması kültürel alanda değişimlere yol açtı. Ancak merkez ve çevrenin ortak bir kültür etrafında (popüler kültür) buluşması 1970 itibariyle başladı”(Uygunkan, 2007: 52). Çünkü bunun öncesinde toplumun, popüler kültürü yaratacak ve onun etrafında toplanacak dinamizme hazırlanması gerekiyordu. O dinamizmi ise, toplumun içten gelen kendi sosyal devinimi kadar, dıştan esen Batı hareketleri de tetikliyordu. Öyle ki; Akkaya ve Çelik’in de gözüyle “1960’lı yıllara baktığımızda, Türkiye’deki batılılaşma özleminin ulusalcılık ile bir arada yürüdüğünü ve milli değerlerini sonuna kadar koruyan, yaşatan; ama ‘modern’ bir ülke hayalinin ön planda olduğunu görürüz”(Akkaya, Çetin, 2006; 40 – 53).

Gün geçtikçe kendi kendini kamçılayan bu toplumsal hayal, çeşitli girişimlerden sonra Dündar’ın düşüncesinde 1954 yılında bir kez daha resmileşti. Çünkü “Cumhurbaşkanı Celal Bayar, 1954 yılında tam iki ay süren uzun bir Amerika ziyareti yaptı. Ziyaretin amacı, bu uzak müttefike, yaptığı ekonomik ve askeri yardımlardan ötürü

teşekkür etmekte. Bayar, Amerika'dan öyle etkilenmişti ki, o yıllarda Türkiye'nin 'Küçük Amerika' olacağını ilan etti. Büyük müttefikimizde ne varsa bizde de o olacaktı. *Kapılar ardına kadar açıldı ve açılan bu kapılardan, adı Amerikan olan ne varsa daldı içeri... Daha on yıl önce karneyle ekmek yiyen, yerli malı haftalarında tutumlu olmayı yücelten, yoksulluğunu da zenginliğini de gizleyen bir toplum, şimdi harcıyor, tüketiyor ve tükettiğiyle övünüyordu. Artık, 'onlarda ne varsa bizde de o olması' dönemi başlıyordu... Ve bu masal diyarından yükselen sesler, Türkiye'ye ulaşmakta gecikmedi. Amerikan yardımıyla kalkınan bir ülke, elbet Amerikan müziği dinleyecekti...' (Dündar, Aynalar Belgeseli, 1997: Show TV).*

İşte tüm bu ideolojik gelişmelerle, toplum geneline hızlıca nüfuz etmeye başlayacak olan popüler Batı kültürünün, Batı müziğinin Türkiye'deki gerçek doğumuna da artık sıra gelmiştir denilebilir. Bu doğumu doğrular biçimde görülmektedir ki "Her alanda Batılılaşmanın hedeflendiği böylesi bir dönemde, Batı müziği de Türkiye'li müzisyenler tarafından yakından takip ve taklit edilir. Dönemin pek çok müzisyeninin Avrupa'da eğitim görmüş, bir dönem Avrupa'da bulunmuş ya da en azından Türkiye'de yabancı dilde eğitim veren bir kolejden mezun gençler arasından çıkması tesadüf değildir..." (Akkaya, Çelik, 2006; 40 – 53). Peki 1960 – 70'li yılların Türkiye'sinde ve popüler kültüründeki bu gelişmelerde kadın meselesi ne durumdadır? Buna verilecek yanıtlarda yine Uygunkan ilk sözü alır.

"O yıllarda Türkiye'de dergilerle ve magazinle başlayan süreçle 1950 -1970 yılları arasında kadın, büyük ölçüde erkeğe bağlı ve çalışma hayatının ikinci derece işlerinde istihdam edilmekteyken, özerkleşme eğilimi de göstermektedir. 1960 sonrasındaki ideolojik göstergeler, kadınların toplumsal hayata yüksek oranda katıldığını yansıtmaktadır" (Uygunkan, 2007: 52). Kadınların daha fazla sosyalleşme girişimlerindeki bu yüksek katılımın gözlemlendiği yer ise, kuşkusuz ki büyük oranda kentlerdir. Bu dönemde Türkiye'de "Kentte, yeni yaşam tarzları ve modalarla birlikte ekonomik ve sosyal anlamda bütün çelişkileriyle bir özgürleşmeden söz edilebilir ve bu özgürleşme, özellikle kamusal alanda, kadınlar için farklı bir hayatı hazırlar. Her türlü kamusal alanda, günün moda kıyafetleri içinde yer alan kadınların 'serbest' tavırları, artık 45'lik plaklardan yükselen şarkılarda da dile gelir.... Batı müziğinin taklit edildiği bu yıllarda, İngilizce, Fransızca, İtalyanca şarkılara Türkçe sözler yazılması yoluyla 'aranjman - düzenleme' olarak tabir edilen müzikler, gerek bu müziğin canlı icra edildiği

mekanlarda gerekse radyolarda beğeniyle dinlenilir. Aranjmanla yavaş yavaş; bireyin mutluluğu, romantizmi ve bir anlamda özgürlüğü ön plana çıkmaya başlar ve Türkiye’de pop şarkıcısı imgesi de yavaş yavaş yerleşir. Popüler medya, müziğin kendisini konu edinip bunu ön plana almaktan çok, yeni imajlarla ortaya çıkan şarkıcılar üretmeye başlar. Ve Ajda Pekkan, bu yılların en büyük yıldızıdır...’’(Akkaya, Çetin, 2006; 40 – 53).

1960’lı yıllardaki Türkiye’nin genel havasını yansıtan ve buna kaçınılmaz olarak dönemin popüler kültür görüntülerini de ekleyen bu anlatıda söz, böylece Ajda Pekkan’a gelmiş bulunur. Çünkü değinildiği üzere, o yılların popüler kültüründe ve pop müziğinde neredeyse tek pop star Ajda Pekkan’dır. Pekkan aynı zamanda, modernleşme uğrunda kendini parolayan Türk toplumunun nezdinde, Batılı bir kimliği simgeleme işinin de adeta bilirkişisidir. Ajda Pekkan’ın bu konumuna Dündar da katılır ve şunları söyler: *“Fizik olarak, hep o özendiğimiz Batılılara benzeyen ve onların dilinden şarkılar söyleyen 16 yaşındaki bu genç kız, bizlerin özlemlerine de tercüman olacak ve zamanla, savaş sonrası doğan kentli gençlerin bir simgesi haline gelecekti. O, Türkiye’nin Batı yüzüydü ve 3 kuşak boyunca da öyle kalacaktı...”* (Dündar, Aynalar Belgeseli, 1997: Show TV). Hatta o üç kuşak, Ajda Pekkan’ın bugün itibarıyla kırk beş yıldır sürmekte olan popülerliğinden dolayı neredeyse beşinci kuşakla buluşacaktı...

Türkiye’de 60’lı senelerle, hızlı bir şekilde yükselişe geçen Batı eğiliminin Ajda Pekkan’la örtüşmesini Livaneli de kaleme almıştır. “1990’larda dünyaca ünlü Newsweek dergisi ‘Türkiye’nin kimlik bunalımı’nı kapak yapınca, Zülfü Livaneli gazetede ki köşesinde Ajda ile başlayan Batı serüvenimizi şöyle anlatmaktadır: Her dönem kendi yıldızlarını yaratır. Türk toplumunun Batı’ya dönük olduğu yıllarda, o özlemin somutlaştırdığı bir ‘süperstar’ yarattık. Ajda Pekkan’ın saç şeklini her değiştirmesi basında büyük bir haber oldu. Genç kızlar onun gibi giyindi, onun gibi konuştu. Çünkü Ajda, Türkiye’nin Batı tipi yaşam özleminin popüler düzeydeki simgesiydi...”(Akt; Özpazarcık, 1998: 180).

Buraya kadar yazılanlardan görüldüğü üzere; Ajda Pekkan’ın biyografisinde popüler tarafı oluşturan satırların açılımı, böylesi bir dönem Türkiye’sinin gölgelerinde filizlenmiştir. Ve bu filizlenme gittikçe köklenmiş, bugünlere dek yaşayabilmiştir. Ancak aksedilmeye çalışılan ve adına başlangıç dönemi denilebilecek bu senelerin peşi sıra, Türkiye’de, Türk kadını ve Ajda Pekkan’ın sonraki yıllara uzanan durumlarını da ele

almak gerekmektedir. Çünkü açıklık getirilmesini bekleyen pek çok soru daha şimdiden sırada beklemektedir.

Örnekse, Ajda Pekkan uzun yıllar süren sanat kariyerinde, toplumun ve beraberinde kadınların duymakta oldukları Batılı yani modern olma yönündeki popüler arzulara ne gibi karşılıklar vermiştir? Pekkan'ın hâlâ aynı çizgide devam ettirdiği Batılı modern kadın imajının, toplumda bugün için de karşılık görmesi yani Ajda Pekkan'ın popülerliğini koruyor olması, Türk kadınlarının modern ve Batılı olma özlemlerini hala aynı şiddette besledikleri anlamına gelebilir mi? Ajda Pekkan, her zaman modern bir kadın, modern bir star imajını korurken, bu imajının geri planında hangi değerler ağır basıyor olabilir? Ajda Pekkan'ın yansıtmakta olduğu Batılı modern kadın imajının Türk kadınının gözündeki yeri nerelerdedir? Ve Pekkan, söz konusu imajının içerisini nelerle ve nasıl doldurmuştur – doldurmaktadır?

İşte bu soruların karşılıklarını aramaya birincil kaynaktan, Ajda Pekkan'ın bizzat kendi söylemlerinden hareket ederek başlanabilir. Ajda Pekkan'ın kendi özel durumunu, öncelikle bir asker kızı olmasına bağladığı bilinmektedir. Bu bağlam, aslında son derece manidar bir vurgudur. Çünkü Pekkan'ın söylemi, Osmanlı döneminden bu yana Türk toplumunda ve devlet yapılanmasındaki Batılı modernleşme anlayışlarının, askeri cephedeki gördüğü karşılıkla çakışmaktadır. Ajda Pekkan, ezelden beri işitmekte olduğu az evvelkilere benzeyen suallere, deniz albayı olan babasını da hatırlayarak yanıt vermektedir. Ve bu yanıt, Türkiye'deki söz konusu asker – modernlik anlayışına da değinmekte ve bunu kabaca özetlemekte gibidir: “Çocukluğum, babam ve onun çevresindeki Amerikan askerleri, aileleri ve Avrupa seyahatleri ile geçti. Ben Coca Cola'yı, pop corn'u, walkman'i ilk kez onlarda görmüştüm... Annem ve babam askeri balolara katılırlardı. O balolarda çok şık ve zarif yabancı askerler ve hanımları olurdu. Ben hep onları izlerdim ve çok özenirdim onlara, özellikle de İngilizcenin Amerikan aksanına... Ben Türkiye'nin Batı yüzü oldum mutlaka; fakat keşke bunları bir sistem içerisinde yapsaydım, öyle olmadı. Benim önümde bir örnek yoktu çünkü. Benim önümde de yurt dışından örnekler vardı; örneğin Sylvie Vartan'lar, Fransuazadi'ler, Mina'lar... Neticede Türk kadını beni, hep çok kuvvetli olarak gördü ve kendilerine ilke olarak, öge olarak beni de aldılar, benimsediler. Ve ilk rüzgarı ben yedim! Benden sonra gelenler birçok konuda çok daha rahat ettiler...”(Pekkan, Aynalar Belgeseli, 1997: Show TV)

3.1.2. DİSKOGRAFI

3.1.2.1.Yurtdışı Yayınları

1. I Agapi M' Afise - Alli Den Tha Vreis Opos Emena (1970 YUNANİSTAN)
2. Den Rotises Pote - San To Karavi (1970 YUNANİSTAN)
3. Zigeuner Müssen Singen - Der Große Abschied (1971 ALMANYA)
4. Ai No Omoide - Wasureenu Hito (1972 JAPONYA)
5. Babylone, Babylone - Viens Pleurer Dans Mon Ceour (1973 FRANSA)
6. Je T'apprendrai L'amour - Tu Pars Et Tu Reviens (1976 FRANSA)
7. Méditerranée - Kim Derdi Ki (1976 FRANSA)
8. Viens Dans Ma Vie - Face Á Face Avec Moi (1976 FRANSA)
9. Mediterráneo - A Mes Amours (1976 İSPANYA)
10. A Mes Amours - Satisfaction (1977 FRANSA)
11. A Mes Amours - Satisfaction (1977 JAPONYA)
12. Hancı - Méditerranée (1977 JAPONYA)
13. Et Je Voyage - Je Danse (1978 FRANSA)
14. Loin De Nous Je T'aime - Combien Je T'aime (1978 FRANSA)
15. Pet'r Oil - Le Roi Du Petrole (1980 FRANSA)
16. Pet'r Oil - Bir Dünya Ver Bana (1980 ALMANYA)
17. Prestige De La Turquie Avec Ajda Pekkan (2000 FRANSA)

3.1.2.2. Yurtiçi Yayınları (45'lik ve Single Formatında)

1. Abidik Gubidik Twist - Göz Göz Değdi Bana (1964)
2. Her Yerde Kar Var - On Yedi Yaşında (1965)
3. Moda Yolunda - Serseri (1966)
4. Seviyorum - İlkokulda Tanışmıştık (1966)
5. İki Yabancı - Bang Bang (1967)
6. Dönmem Sana - İlk Aşkım (1967)

7. Oyalama Beni - Saklambaç (1967)
8. Aşk Oyunu - Et C'est Pour Toi (1967)
9. Boş Vermişim Dünyaya - Sevdiğim Adam (1967)
10. Dünya Dönüyor - Üç Kalp (1968)
11. Kimdir Bu Sevgili - Onu Bana Bırak (1968)
12. Özleyiş - Ve Ben Şimdi (1968)
13. Boş Sokak - Çapkın (1968)
14. Ne Tadı Var Bu Dünyanın - Mesut Ol Sen (1969)
15. İki Yüzlü Aşk - Erkekleri Tanıyın (1969)
16. Durdurun Şu Zamanı - Yaşamak Ne Güzel Şey (1969)
17. Ben Bir Köylü Kızıyım - Tatlı Dünya (1969)
18. Son Arzu - Üzgün Yüzlü Dertli Akşam (1969)
19. Ay Doğarken - Sev Sen de Gönölünce (1969)
20. Sensiz Yıllarda - Olmadı Gitti (1970)
21. Yağmur - Tek Yaşanır Mı (1970)
22. Gençlik Yılları - Bilmece Bildirmece (1971)
23. Yalnızlıktan Bezdim - Gel (1971)
24. Sen Bir Yana Dünya Bir Yana - İçiyorum (1971)
25. Olanlar Oldu Bana - Çapkın Satıcı (1972)
26. Dert Bende Derman Sende - Varsın Yansın Dünya (1972)
27. Kaderimin Oyunu - Kimler Geldi Kimler Geçti (1973)
28. Babylone Babylone - Viens Pleurer Dans Mon Cœur (1973)
29. Tanrı Misafiri - İçme Sakın (1973)
30. Seninleyim - Palavra Palavra (1973)
31. Nasılsın İyi Misin - İnanmam (1974)
32. Sana Neler Edeceğim - Haram Olsun Bu Aşk Sana (1974)
33. Hoş gör Sen - Sana Ne Kime Ne (1975)
34. Al Beni - Aşk Budur (1975)
35. Ne Varsa Bende Var - Yere Bakan Yürek Yakan (1976)
36. Je T'apprendrai L'amour - Tu Pars Et Tu Reviens (1976)
37. Gözüneydın - Kim Ne Derse Desin (1976)
38. Viens Dans Ma Vie - Face Á Face Avec Moi (1977)
39. Ağlama Yarım - Sakın Sakın Ha (1977)
40. A Mes Amours - Satisfaction (1977)

41. Ya Sonra - Yeniden Başlasın (1978)
42. Pet'r Oil - Loving On Petrol (1980)

3.1.2.3. Albümleri (CD ve LP Formatında)

1. Resim (2009)
2. Aynen Öyle (2008)
3. Cool Kadın (2006)
4. Sen İşte (2003)
5. Diva (2000)
6. The Best Of Ajda (1998)
7. Ajda Pekkan (1996)
8. Ajda '93 (1993)
9. Seni Seçtim (1991)
10. Ajda '90 (1990)
11. Süperstar IV (1987)
12. Ajda Pekkan ve Beş Yıl Önce On Yıl Sonra (1984)
13. Süperstar III (1983)
14. Sevdim Seni (1982)
15. Sen Mutlu Ol (1981)
16. Süperstar II (1979)
17. Pour Lui (1978)
18. Süperstar (1977)
19. La Fete A L'Olympia (1976)
20. Ajda (1975)
21. Ajda Pekkan Volume III (1972)
22. Fecri Ebcioğlu Sunar: Ajda Pekkan (1969)
23. Ajda Pekkan (1968)

3.1.3. FİLMOGRAFI

1. Şıpsevdi (1963)
2. Kendini Arayan Adam (1963)
3. Adanalı Tayfur (1963)
4. Şaşkın Baba (1963)
5. Öpüşmek Yasak (1963)
6. Abudik Gubidik (1964)
7. Çanakkale Aslanları (1964)
8. Plajda Sevişelim (1964)
9. Kaynana Zırlıtısı (1964)
10. Avare (1964)
11. Hızır Dede (1964)
12. Koçum Benim (1964)
13. Sokakların Kanunu (1964)
14. Artık Düşman Değiliz (1965)
15. Cici Kızlar (1965)
16. Kart Horoz (1965)
17. Kolla Kendini Bebek (1965)
18. Pantolon Bankası (1965)
19. Şaka İle Karışık (1965)
20. Şepkemin Altındayım (1965)
21. Yabancı Olduk Şimdi (1965)
22. Bir Caniye Gönül Verdim (1965)
23. Şehvetin Esiriyiz (1965)
24. Babamız Evleniyor (1965)
25. Sevdalı Kabadayı (1965)
26. Taçsız Kral (1965)
27. Dalgacı Mahmut (1965)
28. Berduş Milyoner (1965)
29. Helal Adanalı Celal (1965)
30. Bir Gönül Oyunu (1965)

31. Lafını Balla Kestim (1965)
 32. Sevinç Gözyaşları (1965)
 33. Avare Kız (1966)
 34. Kara Tren (1966)
 35. Şoför Deyip Geçmeyin (1966)
 36. Seher Vakti (1966)
 37. Ümit Sokağı (1966)
 38. Düşün Gecesi (1966)
 39. Siyah Otomobil (1966)
 40. Dişi Düşman (1966)
 41. Dağda Silah Konuşur (1966)
 42. Günah Çocuğu (1966)
 43. Affet Sevgilim (1966)
 44. Ayrılık Şarkısı (1966)
 45. Erkek Severse (1966)
 46. Harun Reşid'in Gözdesi (1967)
 47. Tatlı Günler (1969)
 48. Şöhret Sandalı (2002)
- (Nielsen Music Control, Euro Airplay Hot – 100, www.ajdapekkan.net)

3.2. ŞARKILAR VE GÖRÜNTÜDEKİ KADIN OLARAK ‘AJDA PEKKAN İMAJI’

3.2.1. Ajda Pekkan ve Şarkıları

“Şarkıda adam edici bir şey olması lazım. Dünyadaki şarkılara bakın, hepsinde bir şey vardır; bir tez vardır sonunda, bir imza vardır. Bir şey öğretir sana, bir satırla bile bir şey ifade eder. Bizde hiçbir şey bulamazsın ‘seni seviyorum’dan gayn!” Fikret Şeneş

“Günü gününü tutmayan oynak bir ülkede, neredeyse son otuz yılın simgesi haline gelmek ve bütün bunları aranjman söyleyerek gerçekleştirmek...”
Serhat Öztürk

İmaj konusu ve kavramı ile ilgili konuşmalar her ne kadar tartışma götürür nitelikteyse de imaj hakkında üzerinde anlaşma sağlanmış en temel unsur, içeriği ve ifade ettiği ne ve nasıl olursa olsun, aslında *her imajın bir mesaj olduğudur*. Kaldı ki özellikle de sosyal iletişimdeki imaj mı – mesaj mı tartışmaları; zihinlerde ve hayallerde belli bir süreçte belirmiş olan veya o anki etkiyle oluşabilecek bir sosyal ya da kişisel imajın, verilmek istenen mesajlarla yarışır derecedeki kuvvetliliğine dikkat çekmektedir. Yani “Bir sosyal olayda, bir kişinin diğerini nasıl idrak ettiği önemlidir”(Nirun, 1994: 65). Ve işte bu idrak olaylarında, imaj son derece etkilidir. Bunu özellikle de modern hatta postmodern çağın kültüründe anlamlandırmak daha kolaydır. Çünkü “Postmodern kültür gerçekliğin imajlara dönüşmesi ve zamanın bir dizi ebedi şimdiler halinde bölük pörçüklenmesidir”(Featherstone, 1996: 25).

İmaj konusunun diğer önemli bir yüzü ise; toplumca tanımlanan, tasvir edilen ve imgelenen herhangi bir popüler imajın, öncelikli olarak görsel bağlarla oluşturulabileceği düşüncesidir. Çünkü görsel imaj; çeşitli verilerin - mesajların, akılda kalmaya daha müsait bir biçim aldığı örüntüler zinciridir. Bu da, esasen, görsel imajın sembolik yapısına dikkat çekmektedir. Fakat bir imajın sembolik olarak yansıtacağı ve ileteceği mesajları çağrıştırmaya yarayacak bir de içeriğinin olması gerekmektedir. Öyle ki; içi boş olan imajların hiçbirinin uzun süre kendini koruyacak bir savunmaya haiz olamadığı bilinmektedir. Bahsedilen imajsal içerikse, imaj sahibinin yapıp ettiği işlerle oluşan bir birikimle meydana gelmekte ve imajı gözlemleyenlerin tepkileriyle de

rötuşlanabilmektedir. İşte bundan yola çıkarak Ajda Pekkan'ın, ismiyle özdeşleşmiş olan söz konusu imajının oluşum öğeleri ve evreleri ele alınabilir.

Ajda Pekkan'ın bugüne kadar yaşayan imajının oturmuşluğunda ve yıllara dayanan şöhretinin sağlamlığında ilk ve en büyük etkenin, kendisinin de dile getirdiği gibi (32.Gün, 2005: CNN Türk) sinema olduğu söylenebilir. Çünkü Ajda Pekkan, müzik alanında ilerlemeye başlamadan evvel, önce Türk sinemasının beyaz perdesinde belirmiştir. Pekkan'ın 1963 yılı itibariyle başlamış olan sanat kariyerinde, sinema, televizyonun neredeyse yok sayılabileceği o yılların Türkiye'sinde çok önemli bir silahtır. Bunun farkında olan Pekkan'ın, yüzünü tüm Anadolu'da tanıtmak için sinemayı seçmiş olması bir tesadüf sayılmaz. Ancak Ajda Pekkan'ın Türk sinemasında, diğer kadın oyuncular arasında bir farklılık yaratarak yankı uyandıran popülerliğinde, yansıttığı ya da kendine sektörece biçilmiş olan kadın imajının da etkisi büyüktür.

1960'lı yıllarda yani Türkiye'de “Kapitalist gelişmenin hızlandığı ve dönemin temel niteliğini oluşturduğu dönemde Türk sinemasının birçok örneğinde yeni oluşan bir sınıflı, burjuva sınıfını temsil eden tiplerin sergilendiği dikkat çekmektedir... Bu dönemde, sinemada, yeni toplumsal sınıfları ve farklı kadın kimliklerini temsil eden tipler yaratılarak, toplumsal yapı içinde kadının durumu ortaya konulmaktadır”(Kaplan, Toplumsal Konumu ve Bu Konumunun Değişmesiyle Türk Sinemasında Kadın: Web). Ve işte yaratılan farklı kadın tiplerinden biri de Ajda Pekkan'dır

Çekirge ve Köklü, o dönemdeki Türk sinemasının kadın yıldızları ile Ajda Pekkan'ı karşılaştırarak, Pekkan'ın ifade etmiş olduğu bu yeni kadın imajının farklılığına ışık tutar. Onların: “*Ne bir yalıya gelin olarak alınır, ne de Ömerciğin saçlarını ayna karşısında tarayan bir anne olması istenirdi ondan!*”(Çekirge, Köklü, 1998: 18) şeklinde tarif ettikleri bu yeni kadın imajıyla sinemada “Cici kızlığı başkalarına bırakıyordu Ajda Pekkan. O; farklı, dokunulmamış, asexual kadını oynamıyordu kamera karşısında. Oynasa da inandırıcı gelmiyordu sanki. *Halkın ilk bakışta yüzde yüz benimseyebileceği, kendinden sayacağı bir görüntüsü yoktu...* O, Belgin Doruk gibi arka koltukta siyah eldivenli hanımefendi değil; Buick marka otomobilin ön koltuğunda dikiz aynasına şuh bakışlar fırlatan, sürekli makyajını tazeleyen kadındı...”(Çekirge, Köklü, 1998: 19).

Anlaşılan, sinemada Ajda Pekkan'ı kullanarak teşhir edilen bu yeni sarışın kadın imajı, aslında, klasik Türk kadın tipinin değişiminde duyulan bazı çıtırdama seslerinin de habercisiydi. Çünkü genel toplumsal beğeni ve eğilimleri yansıttığı kabul edilebilecek “Yeşilçam’ın klişeler kataloğunda, o güne kadar sarışın kadın demek, vamp veya kötü kadın demektir. Senaryolar hep bir esmer için yazılır, onların evlilikleri hep taş yürekli bir sarışının devreye girmesiyle bozulur; ama sonunda esas oğlan, tercihini iyi yürekli esmerden yana kullanır, ailenin birliği korunurdu. Ajda Pekkan bu geleneği yıktı... Çağdaş bir vamp oldu; ama kötü kadın olmadı. Örneğin ‘Düğün Gecesi’ filminde sarışın modern kadın rolündeydi ve bu kez o, nişanlısını esmer bir köylüye (Türkan Şoray’a) karşı koruyordu. Ve sonunda güzel esmer, kazanmak için çareyi, Ajda Pekkan gibi modernleşmekte buluyordu...’’(Dündar, Aynalar Belgeseli, 1997: Show TV). Yani sinema karelerinde, toplumda içten içe hissedilen kadınsal değişim hareketleri, bu yeni sıçrayışlarla ve Ajda Pekkan’la bir şekilde ifade bulmaktaydı.

Ajda Pekkan kısa sayılabilecek bir zaman zarfında, çoğunda başrol oyuncusu olarak yer aldığı yaklaşık elli filmde, genellikle aynı tipi yani sarışın, güzel ve modern kadını canlandırarak kişisel imajını toplum ve kadınların belleğine böylelikle yerleştirmiş oldu. Fakat Pekkan’ın, hep o anlatılan Batılı, modern kadın imajının, seslendirdiği şarkılarda çizdiği güçlü kadın portresiyle de yakından ilgili olduğu söylenebilir. Yani Pekkan’ın asıl mesleğini oluşturan şarkıları, güçlü kadını simgelemesi nedeniyle de önemsenebilecek yönleri sahiptir denilebilir. Bu anlamda, büyük bir çoğunluğu yabancı bestelerden uyarlanmış olan o şarkıların kompozisyonları kadar, Ajda Pekkan şarkılarından bazılarının sözleri de dikkate değerdir.

Ajda Pekkan, müzik sektöründeki ilk deneyimlerine rast gelen 1960’lı yılları kastederek, “Henüz bir sistem yoktu. Konsept olarak Türk pop müziği denilebilecek bir şey yoktu. Bütün bunlarla tek başıma uğraştım. Çok yanlışlar oldu zamanında, çok eleştirildim. Çünkü cover söylüyordum!... Ama sonra bu yolu ben açtım. Bu güzel bir şey değil mi?”(Pekkan, Beyaz Show, 2009: Kanal D) diyerek sorduğu o soruda geçen cover şarkıların besteleri, çoğunlukla Fransız, İtalyan ya da İngiliz bestecilere aitti. Ajda Pekkan, müzik yaşamının özellikle de ilk dönemlerinde (daha sonra üzerine özgün Türkçe sözler yazılacak olan) bu şarkıları, önce kendi orijinal dillerinde seslendirdi. Ancak Ajda Pekkan bunu yaparken, belki farkında olmadan başka bir şeye de aracılık etmekteydi. O, Batı ezgileriyle birlikte kaçınılmaz olarak gelecek olan Batı kültürünü de bir şekilde almış,

kabul etmiş ve yansıtmış oluyordu. Çünkü bilindiği gibi; kullanılan bir teknoloji veya icra edilen bir sanat, dış ya da yabancı bir kaynaktan besleniyorsa, onunla beraber o dış veya yabancı kaynağın kültürü de bir şekilde alınmaya, yaşanmaya başlanmış olacaktır.

Müzik alanındaki bu uluslar – kültürler arası kullanım ilişkisinin Türkiye ve Ajda Pekkan'da yaşanan örneği, söylediklerine bakılırsa Lull'un öne söyledikleriyle de örtüşmekte ve özetlenmektedir. Lull bu konuda şunları söyler: “Müzik çok değerli bir kültürel kaynaktır. Ancak dünyadaki kültürler birbirlerinden kopuk değildir. İletişim teknolojilerinin ve köklü bir düzenleme getirilmeyen uluslar arası ticaret uygulamalarının gelişmesiyle, dünyanın dört köşesinde kültürler ‘dışarıdan’ etkilenmiştir. Bunun sonucunda, dünyanın daha gelişkin bölgelerinden, daha az gelişkin bölgelerine olan ‘bilgi akışı’nın etkisi konusunda, özellikle son yıllarda haklılık payı taşıyan kaygılar dile getirilmektedir. Eleştirel kuramcılar ve diğer gözlemciler, kitle iletişim araçları ve teknolojilerinin ve bunların içeriğinin, ‘modernleşmek’ için materyalleri ithal etmek zorunda olan ülkeler üzerindeki etkisi konusunda kaygı duymaktadır. Bu materyallerle birlikte, alıcı ülkelerin kültürel gelenekleri ve yönelimleri ile zaman zaman çatışan değerlerle dolu program içerikleri gündeme gelmektedir” (Lull, 2000: 30).

Lull'un; küresel tesirler, merkez çevre ilişkisi ve bunlardan etkilenen sosyal akışları kapsayabilecek bu sözleri, Ajda Pekkan örnekli Türk popüler müziğiyle dolayısıyla Türk popüler kültürüyle birebir çakışıyor gibi görünmektedir. Ancak ifadenin sonu kültürel çatışmaya kadar vardığından bu noktada bir yol ayrımı söz konusu olabilir. Çünkü popüler kültür üzerinden bakılabilecek o kültürel çatışma, Türkiye'nin ve Türk pop müziğinin 1960 ve 70'lerdeki hallerinden çok; ‘şimdiki durumuyla’ benzerlik göstermektedir. Buna örnek olarak bugünün Türk pop kültüründe Anadolu rock türünün ortaya atılması veya türkü söyleyen operacılar verilebilir. Bu ve benzeri gelişmeler, bir tür sentez oldukları yönünde vurgulansalar da, onlar, kültürler arası uyumsuzluklara daha yakın yerlerde gezinmektedir. Oysa Türkiye, o dönemde, Ajda Pekkan'da da görülebileceği gibi, kültürel alanda bir kaynaştırma veya dönüştürme değil; tam anlamıyla bir benzeme ve öykünme gayretindedir. Bu gayretlerin, belki de bugünlere kadar sarkacak kültürel çatışmaları başlatmış eğilimler olduğu söylenebilir. Fakat bunun olabilirliği, doğruluğu – yanlışlığı apayrı bir münakaşa konusuna girmektedir.

Ajda Pekkan'ın yabancı dillerdeki (daha çok Fransızca ve İtalyanca) şarkı icralarına devam ederken, Türk pop müziğindeki yerini sağlamlaştırmaya ve aynı zamanda şarkılarıyla kadın dinleyiciler için bir duruş sergilemeye başladığı dönemlerse 1970'lerle yani Türkçe sözlü şarkılarla gelmektedir. Bugün itibarıyla bir tek şarkı sözü ve bestesi bulunmayan Pekkan'ın seslendirdiği şarkıların neredeyse tamamının sözlerinde Fikret Şeneş imzası vardır. Hatta Şeneş, Pekkan'ın mesleki kariyerinde söz yazarlığından daha fazla bir yere sahip olduğunu “Ajda'ya yazdığım bütün şarkıları ben seçtim” açıklamasıyla da belirtmiştir”(Akt; Dilmener, 2007: 109).

2007'de ATV'de yayınlanan Aktüel Tv adlı programda, Nükhet Duru'nun 'Türkiye'nin ilk feministi oydu' şeklinde tanımladığı Fikret Şeneş: “Ajda benim en güzel vitrinimdir ve yazdığım tüm şarkılar onun karakterine göredir” diyerek, şarkılardaki Ajda Pekkan imajının altını bir kez daha çizmiştir. Zaten “Ajda Pekkan'ın, Fecri Ebcioğlu ve Sezen Cumhuri Önal gibi erkek şarkı sözü yazarlarıyla çalıştığı dönem ile kadın şarkı sözü yazarları Fikret Şeneş ve Ülkü Aker'le çalıştığı dönem karşılaştırıldığında ve seslendirdiği şarkılardaki sözler incelendiğinde, arada ciddi bir fark olduğu göze çarpar. Fikret Şeneş ve Ülkü Aker'in kadınların dünyasından, kadınlara dair yazdığı şarkı sözleriyle birlikte, Ajda Pekkan da, artık ayakları yere basan ve daha cesur bir kadın imgesi yansıtmaya başlar”(Akkaya, Çetin, 2006; 40 – 53).

Aralarında elbette aşk ve sevgi üzerine yazılmış olanların da bulunduğu o şarkılara birkaç örnek vermek gerekirse; içlerindeki bazı dizelerle beraber onlar şöyle sıralanabilir:

Palavra Palavra (Paroles Paroles, Söz: Fikret Şeneş - Müzik: Giovanni Ferrio, 1973): “...Aynı sözler, söylediğin hep boş sözler / Kolay sözler / Hepinizde aynı taktik, aynı yalan / Beğenmedim! / Palavra palavra hepsi palavra / İnanmam sana...”

Erkek Adın (Yerevan Erepouni, Söz: Fikret Şeneş - Müzik: Kohar Symphony Orchestra, 1974): “...Mecnun Kerem gibi her şeyle girersin / Yalvarır alırken hiçbir şey vermezsin / Söyleme istemem / Seni ben tanırım / Kurbanın her kadın / Erkek adın...”

Sana Neler Edeceğim (Kan Ezzaman, Söz: Fikret Şeneş – Müzik: Elias Rahbani, 1974): Kolla kendini sıra bana geldi / Kadının fendi erkekleri yendi / Bak zaman değişti / Sabırlar tükendi / Yalvarmak çok eskidendi...”

Kime Ne (Megie Mele, Söz: Ülkü Aker – Müzik: Philippos Nikolaou, 1975):
“...Hesap soramaz bana / Kim çıkarsa karşıma / Kimin ne hakkı var ki / Karışır hayatıma / Hür doğdum hür yaşarım / Kime ne / Köle miyim sana ben / Sana ne / Zararım kendime kime ne / Sen bak kendi derdine...”

Kim Ne Derse Desin (Sway, Söz: Yeşil Giresunlu – Müzik: Normen Gimble, 1977): “...Başrolde çoğu zaman bir kadın / Peşinde bir erkek adım adım / Dünyanın kanunu besbelli / Söyler hep aynı şeyi, aynı şeyi / Kim ne derse desin aşk için / Önce hoş sonra boş gelir...”

Sakın Sakın Ha (A Far L'amore Cominciato, Söz: Ülkü Aker - Müzik: Giannino Pace - Franco Bracard, 1977): “Seni bana bir sorsalar / Ah sen nesin anlasalar / O gülen gözlerin ardında / Neler neler saklıdır / Seni bırakıp da gidenler / İnan bana çok haklıdır / Sakın sakın sakın ha yaklaşmayın yanına / İnanmayın siz ona...”

Bambaşka Biri (I Will Survive, Söz: Fikret Şeneş – Müzik: Dino Fekris, 1980):
“...Şimdi gel de gör beni / Bambaşka biri / Topladım dağılan kalbimin her köşesini / Ardından ağlayan o zavallı kız nerede şimdi / ...Seni yalvarırken görmek / Seni ağlatabilmek / Geçmiş sende geri almak bütün ümidimdi / Olmaz artık / Kapı açık / Arkanı dön ve çık / İstenmiyorsun artık...”

Bunların yanı sıra; Erkekleri Tanıyın, Eline Gözüne Dursun, Tek Yaşanır mı, Yaz Yaz gibi daha başka örnekleri de sunulabilecek olan bu şarkıların, çok derin manalar taşıyan sözler içerdiği belki söylenemeyebilir. Fakat bu şarkıların ortaya çıktıkları dönemin Türkiye’sinde, bir kadın tarafından seslendirilerek bir farklılık doğurduğu, kadınlar üzerinde bir şekilde tetikleyici etkiler yarattıkları gerçektir. Yani notasal kurguları ya da beste formlarının değerlendirilmesine girilmeyecek olan Ajda Pekkan şarkılarındaki genel temanın kadınsal içerikteki tınıları taşıdığı söylenebilir. Bunda Ajda Pekkan’ın şarkı yelpazesinin belirli bir çizgide devam etmiş olması da önemlidir. Çünkü yine Lull’un da öne sürdüğü gibi “Her yorumcu, dinleyiciye, kendine özgü mesajlar ileten bir müzik tarzı, geleneği ve repertuarı vücuda getirir. Eğer bir şarkıcı şakalar yaptıktan ve aşk şarkıları söyledikten sonra bir protesto şarkısı söylerse, dinleyici olaya bir eğlence gözüyle bakacaktır”(Lull, 2000: 69).

Ajda Pekkan şarkılarındaki kadınla ilgili temaları vurgulayan, çoğu ciddi tutumlarla yazılmış köşe yazıları, gazete haberleri yahut internet makalelerinden bazılarına ekler kısmında (üzerlerine herhangi bir yorum yapılmadan) yer verilecektir. O nedenle, şimdilik, Türk kadınına şarkılarıyla güçlü, belki feminist, kendine güvenen yani modern kadının taşıması gerekli olduğu düşünülebilecek bazı tavırları aktardığını Ajda Pekkan'ın kendisinin de onayladığı belirtilebilir. Pekkan, 25 Eylül '09 tarihinde CNN Türk'te katıldığı bir söyleşi programında (Bu Gece), Türk kadınının kendi şarkıları ile aralarında kurmuş oldukları bağı şöyle açıklar:

“Şarkılarım genelde kadınlardan taraf algılanıyor. Aslında o dönemler için çok radikal kararlardı o şarkılar... Feministler en büyük hayranlarım olmuştur hep. Bu nedenle yıllarca feministlerin safında ben de bir feminist gibi görüldüm. *Ama ben hayata unisex olarak bakıyorum. İşte bu anlamda beynimin ötesine geçebilen, beni beynimden iğfal edebilen erkeğin paçasını öperim...*”

3.2.2. Bitmeyen İradenin Bedendeki Simgesi

“Sanatçının her çağın kendi gidişi, bakışı ve jesti olduğunu ve bunun yalnızca görgü ve jestlerle değil, yüzün biçiminde bile bulunduğunun farkında olması gerekir” Mike Featherstone

“Küreselleşmenin eski adresi olan kapitalizm, tüketim ve gösteriş üzerine kurulu olduğu için bedeni önemsemiştir... Tüketim kültürü, modern toplumlarda, beden projesini toplum için bir genel etkinlik haline getirmiştir. Çağdaş toplumlar, bedeni adeta bir proje haline getirmeye yardım edecek düzenleyici inançlar ve uygulamaların bir şantiyesi haline gelmiştir. Günümüzde, özellikle tıp teknolojisi, transseksüel ameliyat ve estetik ameliyatı gibi yollarla insanların bedenleri yeniden yaratılmaktadır”

Sezgin Kızılcelik

“Bambaşka bir kadın tipidir bu. Aslında var olmayan, var olduğu sanılan bir kadın. Bir kadında birçok kadının bir araya toplanması. Ya da hiçbir kadının sahip olamayacağı bütün özelliklerin bir kadında vücuda gelmesi...”

Özen Yula

“Ajda Pekkan, Türkiye kapitalizminin en güzelleşmiş halidir” Ahmet Oktay

Ajda Pekkan'ın sinema aracılığıyla tanınmış, seslendirdiği yabancı dil ve Türkçe şarkılarla pekişmiş olan Batılı modern kadın imajında sonuncu ve önemli bir parçanın, bir kadın olarak taşıdığı görsel imajla taçlandığı söylenebilir. Fakat bu görsellik değerlendirmesinin daha başında belirtmek gerekir ki; Ajda Pekkan'ın burada bahsedilecek olan görüntü ve güzellik hadisesi, sadece estetik operasyonlara bir tutulmayacaktır. Çünkü Ajda Pekkan şahsında ele alınan şey aslında; *kırk beş yılı aşmayı becerebilmiş ve ortaya hâlâ sanat ürünü çıkarmayı başaran bir popülerlik meselesidir. Bu mesele, yalnızca şarkı söylemeyle değerlendirilemeyeceği gibi, salt güzel ve genç kadın sıfatını kovalamayla da olup bitecek bir durum değildir.* Yine de paragrafın başında izah edildiği gibi görsel imaj, popülerlik işinin bir parçası, hem de son derece önemli bir parçasıdır.

Ajda Pekkan'ın güzellik, şıklık ve gençlik arayışının, ilk çıktığı günden bu yana basında ve toplumda her zaman ilgi ve merak konusu olduğunu söylemek yanlış olmaz. Türk popüler medyasında Ajda Pekkan'ı bu yönüyle bazen takdir edici, bazen hayret edici ya da alaya alıcı pek çok haber, yazı ve yoruma rastlamak mümkündür. Esasında Pekkan'ın bu özel durumunun, insanlarda ilgi uyandırması normal kabul edilebilir. Çünkü 2009 yazı itibarıyla 63 yaşında olan popüler bir kadının, konserine mayo ile çıkmasını kadın - erkek toplumun çoğu elbette merakla izleyecek, o yazın en çok gişe yapan konserinden biri elbette bu konser olacaktır. Popüler kültür etkileşimleri ve kuralları ile

düşünüldüğünde, taşların yerlerine oturduğu bir ilişki türüdür bu. Fakat Ajda Pekkan'ın pes etmeden, hırsla sürdürdüğü bu gençlik ve güzellik tutkusu, başka bir takım şeylere dayandırılmalıdır. Bu temellendirmeye başlamadan, Ajda Pekkan isminin Türk toplumunda ne ifade ettiğini aktaran söylemlerden birine, örneğe Bayazoğlu'nun şu yazısına bakılabilir:

“...Ajda, orasından burasından çekiştire çekiştire, tıpkı oya işler gibi görünümüyle oynamaya başladı. Bu oyun, gelip 1992'lere dayandığında bambaşka bir kadın ortaya çıkardı. Ajda Pekkan, 25 yılda elinde makas, origaminin kağıt bebekleri gibi bir sürü Ajda Pekkan üretti. *Her ürettiği model, başta sosyete cephesi olmak üzere, gecekondu mahallelerine kadar moda oldu, taklit edildi.* Cinsel tercihleri çok farklı olsa da bizim Michael Jackson'ımızdı artık o. Ajda'nın değişimi yıllar boyunca gündemi meşgul etti. *Hatta millet onu izlemekten yorgun düştü, takip edemez oldu. Ama Ajda yorulmadı. Bir maratoncu gibi, bıkip usanmadan değişimini sürdürdü...*”(Akt; Çekirge, Köklü, 1998: 85).

Ajda Pekkan'ın bu değişiminin çeşitli yönlerini Bayazoğlu gibi ele alan ve Ajda Pekkan'ın özel - sanat yaşamını konu edinen kitabında, Dilmener de, sadece birkaç ay içerisinde bu mevzu üzerine oluşturulmuş onlarca gazete ve dergi haberinden bahsederken, kitap boyunca onlardan yalnızca on beşine yer verebilmiştir (Dilmener, 2007).

Pekkan'ın kendi imajını oluşturmada - sabitlemesinde büyük yer tutan bu güzellik arayışı haberleri içerisinde önemli sayılabilecek son bir tanesi Haber Türk gazetesinde okunmuştur. Ancak bu haber, Ajda Pekkan ve kadın güzelliği konusuna yönelik bir yorum ya da yeniliği değil; Ajda Pekkan'ın (müzikteki yerinin yanı sıra) bu yönü ile de Türk popüler kültür tarihine geçtiğini yazmaktadır. 04.07.2009 habere göre 'NTV Tarih' dergisi 07.2009 tarihli sayısında Ajda Pekkan'ın 45 yıl önceki bir güzellik merkezinde bakım yaptırırken çekilmiş fotoğraflarına ve yaptığı parafin banyosunun hikayesine "Ajda Pekkan Her Dem Taze" başlığıyla yer vermiştir.

Pekkan'ın, kadınsı bir merakı, belki takıntıyı ya da kişisel mükemmeliyetçiliği artık geçmiş bulunan bu güzellik ve gençlik serüveninin, kadınlara yansıyan görsel ekolarını çözümlemek için, ilkin, bu '*bir tür doğaya direniş inadı*'nın nedenleri

sorgulanmalıdır. Söz konusu estetik nedenlere cevaben, Ajda Pekkan'ın bu mevzuyla ilgili kendi açıklamalarını aktarmadan evvel de, kalemi, bazı akademisyenlerin anlattıklarına çevirmek gerekir. Çünkü bu isimlerin hepsi; imaj, beden ve güzellikle yani tüm bunların bütünü olan görsel estetikle ilgili meseleleri; modern – postmodern çağ ve kültür ile beraber düşünmüş, böylelikle de konuyu kişisellikten dışarı çıkarmışlardır.

Marshall, şu anda burada yapılmakta olan ve başka çalışmalarda da üzerinde fikir yürütülen bu tür incelemelerin genelinden 'beden sosyolojisi' adıyla bahseder. Marshall'a göre "Sosyolojinin bedeni ihmal ettiğini iddia eden Michel Foucault'un yazılarından etkilenen ve görece yeni olan bu uzmanlık alanında çalışan sosyologlar, insanları, salt değerleri ve tutumları olan aktörler olarak değil; aynı zamanda cisimleşmiş kişiler olarak analiz etmekte; aynı doğrultuda bedenlere atfedilen değişik kültürel anlamları, hastalığa ve cinselliğe de özel bir önem vererek bunların denetlenme, düzenlenme ve yeniden üretilme biçimini irdelerler. Bedenle ilgili incelemeler, modern sosyolojik alanda çok geniş bir akım oluşturacak kadar gelişmiştir ve seks terapisi, çağdaş dans, vücut geliştirme endüstrisi, çocukların yönlendirilmesi, yiyeceklerin yararları ve lezbiyenlerle gaylerin imajları gibi çok çeşitli temaları kapsamaktadır"(Marshall, 2003: 62).

Beden sosyolojisinde ele alınanlar, bazılarının gözünde ise, Marshall'ın ifade ettiği gibi ilginç renk ve çeşitlerden ziyade; tek düze ve kalıpsal eğilimlerle alakalıdır. Çünkü başlangıçta farklı kollara ayrışıyor gibi duran bu alanların hepsi en sonunda bedende birleşmektedir. Fakat bu beden; küresel ölçekte kabul görmüş modern kapitalist kültürün biblolaştırdığı, ruhtan soyutladığı ve de metalaştırdığı bir bedendir artık.

Buna yakın sulardaki en köşeli ifadeleri Kızılçelik sarf etmiştir denilebilir. Kızılçelik'in, beden ve beden güzelliği, sağlığı, kontrolü üzerine düşünürken vardığı sonuçlarda, benzer etkenlerin baskınlığı söz konusudur. Yani Kızılçelik'in düşüncesinde, bedenin kutsanmasından, şeyselleşmesinden ve büyük oranda yalnızca görselleşmesinden; küreselleşme, kapitalizm ve tüketim kültürünün ortaya çıkardığı ideolojiler sorumludur.

Kızılçelik için "Tüketim kültürünün başat olduğu günümüz toplumlarında beden öne çıkan bir alandır... Bedenin daha güzel görünmesi, sağlığı ve kontrolü, modern tüketim toplumunun temel hedefi olarak ortaya çıkar. Artık, küreselleşen dünyada beden

ve onunla ilgili durumlar (sağlık, hastalık, güzellik vb.) birer meta konumundadır... Küreselleşmenin temeli olan kapitalist toplum, ‘yaşamın tıplaştırılması’ yoluyla insanların sağlığında ve kişilik yapılarında önemli ölçüde tahribatlar yapmıştır. Bugün artık, bütün kurum ve yapılarıyla ‘kapitalizmin tüm sosyal bedenlere yayılması’ söz konusudur. Küreselleşmenin inşa ettiği kültür, mekanları aynılaştırdığı ve standartlaştırdığı gibi insanları da aynılaştırmış ve onları birbirlerine benzetmiştir”(Kızılçelik, Küreselleşme, Beden ve Şizofreni: Web).

Bununla beraber, insan bedeninin içine düştüğü bu halin, bahsi geçen toplumsal boyutların yanında bazı kişisel durum ve sebepleri de vardır. Söz konusu bireysel pozisyonları kasteden “Bourdieu, kültürel sermayenin üç biçimini işaret ederken bunlardan birincisi olarak cisimleşmiş hali (sunum üslubu, konuşma tarzı, güzellik vb)”(Akt; Featherstone, 1996: 175) yani bedeni öne çıkarır. Ve Bourdieu’nün tespitinden sözü devralan Kızılçelik, birey – beden ilişkisine açıklık getirmek üzere bir kez daha konuya dahil olur.

Kızılçelik’e göre “*Çağımızda bireyler kültürel sermayeden yoksun olduklarından, bedensel sermayeleriyle ön plana çıkmışlardır... Küreselleşmenin biçimlendirdiği dünyamızda beden, bir tüketim nesnesi durumuna gelmiş, özellikle başkalarını kışkırtıcı bir hal almıştır. Bu süreçte beden, ‘bir nesne olarak eklemlenmiş parçalardan oluşan bir yapı’ durumuna getirilmiştir. Beden, arızalı olan parçası değiştirilerek, ötekinin erotik bakışına sunulan ve maddi değeri olan bir nesneye dönüştürülmüş, neredeyse bireyin bütün sermayesi haline gelmiştir*”(Kızılçelik, Küreselleşme, Beden ve Şizofreni: Web).

Meselenin işte bu noktasında yani ‘bedenin, günümüz bireyinin bütün sermayesi haline geldiği’ inancında, yeniden Ajda Pekkan’a yeniden dönülebilir. Çünkü Pekkan, kendisi ve bedeni ile ilgili bu fikri güdenlere sonuna kadar karşı çıkmaktadır.

Ajda Pekkan, söz konusu estetik olayıyla ilgili konuşmaktan her ne kadar haz etmese de, kendisine yöneltilen benzer içerikteki son bir soruya; “*Sanatçı olmamış olsaydım felsefeyle ilgilenirdim, ben içsel bir felsefe yapıyorum aslında*”(Pekkan, Bu Gece, 2009: CNN Türk) cevabını vermiştir. Yani Pekkan, güzellik ve imaj tartışmalarındaki estetik ameliyatlara kaymış ve böylece hep tek bir noktaya odaklanmış anlayışı değiştirmek istediğini bir kez daha beyan etmiştir.

Ajda Pekkan'ın, yaptıklarının estetik operasyonlardan öte, aslında bir tür felsefe olduğuna dikkat çektiği bu ilginç yorum, konunun tek taraflı düşünülmemesi açısından ele alınmaya değer görünmektedir. Pekkan'ın bu açıklamasının – savunmasının tutarlı bir karşılığının aranacağı yer ise, pek ala bir sanat sözlüğü olabilir. O halde, örneğin Keser'in oluşturduğu geniş kapsamlı sanat sözlüğündeki estetik kavramına göz atılarak, konuya bu doğrultuda bir yön kazandırılabilir.

Kesere göre “*Estetik*: Haz ve güzelliğin ilkeleriyle sanat eseri ve sanat eserinin algılanması ile ilgili olan; insanların güzelliğe nasıl tepki verdiği, zevkin evrensel mi yoksa görece mi olduğuyla ilgilenen felsefe dalıdır.

Estetik Özne ise: ‘Güzelliğin taşıyıcısı olan nesneye’ yönelmiş, güzelliğin değerini algılayan, belli bir estetik beğeniye sahip olan kimsedir.

Ve bunlardan beslenen *Estetizm*: *Moral, didaktik ya da konu dikkate alınmadan; sanatçının görevinin ve en önemli amacının sadece güzel olanı gerçekleştirmeye çalışmak olduğu inancıdır*” (Keser, 2005: 122, 123, 124, 125).

Ajda Pekkan'ın içsel bir felsefe yaptığı yönündeki o iddiasını, yukarıdaki birkaç tanımın eşliğiyle örtüştürerek basit bir yolla doğrulamaya kalkışmak, onay beklemeyi geçersiz kılacak bir girişim olacaktır elbette. Ancak (estetik temelli veya değil) bir felsefi düşünce ya da felsefi kaygı; bir arayış, merak ve yorulma bilmez bir irdeleme olarak kabul edildiğinde, Ajda Pekkan'ın evet, bir çeşit felsefe yapmakta olduğu ileri sürülebilir. Çünkü en kaba mantıkla bile düşünüldüğünde; güzel olanın, haz ve mutluluk gibi iyilik duygularını getireceği ve yansıtacağı, bunun da insan ve mutluluğu için doğru bir şey olduğu, kabul edilebilecek makullükteki bir görüştür. Estetiğe belki gereğinden fazla hassas! yaklaştığı düşünülebilecek olan Ajda Pekkan'ın, bedeniyle simgelemekte olduğu o görsel arayışı, (imaj stabilitesi ve popüler kültürün zorlamalarının yanında) işte bu anlayışla düşünsel bir çerçeveye oturtulabilir. Kaldı ki Pekkan, güzellik, görsellik ve yıllarla beraber (azalmanın aksine) çoğalan sanat – ruh – beden birlikteliğini, kendi yaşam ve vücudunda nasıl somutlaştırdığını bizzat kendisi de açıklamıştır.

Ajda Pekkan, imajını ve bunun korunmasını yalnızca ameliyatlar, marka ya da makyajla değil; bilinçli ve iradeli bir zihinsel süreçle oluşturduğunu ifade etmek için şunları söylemektedir:

“Her insan gibi, her kadın gibi, hele göz önünde olan bize benzer insanlar gibi ben de kendime bakmak mecburiyetindeyim. Ama herkes bunun formülünü şehir efsanesi olan estetikle özdeşleştiriyor!... Estetik anlamda radikal müdahaleler evet oldu, olabilir. Ben bunu hiçbir zaman gizlemedim; tam tersine çok açık yüreklilikle herkese söyledim, tavsiye ettim. Ama bu, sadece kendine estetik yaptırmakla olmuyor. Bundan sonrasını hep upgrade etmek lazım. *Benim üzüldüğüm insanların yanlış yönlendirilmesi, yanlış bilinçlendirilmesi. Yani bence bunların hepsi bir paket...* Vizyonun olacak, hayata bakış açın olacak, gündemi takip edeceksin, sporunu yapacaksın, iyi besleneceksin, hayatla iletişimin olacak, dünyayla entegre olacaksın, kendinle barışık olacaksın ve bir genetik mirasın olacak... Buna mukabil, yıllardır kendime verdiğim emek; gerek sesime gerek fiziğime yani *kendime yaptığım yatırım...* En önemlisi ki en önemlisi bu... Sadece güzel kadın! *Ben güzel kadın olmayı istemedim hiçbir zaman; ben özel kadın olmayı istedim.* Ve özel bir kadın oldum da. Modada öncü oldum, şarkıcıkta öncü oldum, Batı yüzü, modernlik... Derken bu kez ben kendi içimde bir paradoksa girdim. Fakat ben, şimdi o paradokstan çıktım. Tarih içinde, yaşam içinde bütün bunlar tekamül ettikçe ve kendi evrimimi yarattıkça algıladım, öğrendim ve tespit ettim. Farkına vardım. İşte bu farkındalık insanı çok başka yerlere götürüyor...”(Pekkan, Beyaz Show, 2009: Kanal D).

Estetik sorgulama, estetik düşünce, güzellik, görsel imaj ya da bunların Ajda Pekkan’la bağdaştırılması... Tüm bu yorumlamalar, çalışmanın bu bölümüne kasten dahil edilmiştir. Çünkü çalışmanın bir sonuca sabitlenmesindeki önemli zincirlerinden biri olan *Ajda Pekkan’ın, Türk kadınlarına modern kadın imajını, yalnızca güzel kadın mesajıyla verdiği düşünülmemektedir.* Buna Erdoğan’ın da katıldığı söylenebilir. Bu bakımdan Erdoğan şunları ileri sürmektedir:

“...Popülerliliğin sürekli değişim ve yenileme sürecinde olan ilericilik karakteri; standartlara göre üretilip periyodik olarak tekrarlanan imajlar ve paketleme biçimiyle verdiği yenilik duygusundandır. Moda, Coca Cola, Nike, Fenerbahçe, IBM, durmadan aynı standartlarla yeniden üretilen müzik ve sanat, meclisteki kavgalar, Ajda Pekkan’ın kendini estetik ameliyatlara yenilemesi, popüler egemenliğin değişme ve yenilenmeye

dayandığı imajını verir. Aslında, Ajda'nın fiziksel görünümündeki yenilenme dışında olanların hepsi değişimin, modernliğin, post – modernliğin veya ilericiiliğin değil, egemen tutuculuğun anlatımlarıdır. Ajda'nın değişimi; doğallığın zamanla olan ilişkisinde, doğal süreçteki insanın, zamanı dondurmaya çalışan popülere ayak uydurma mücadelesidir...”(Erdoğan, Popüler Kültürde Gasp ve Popülerin Gayrı Meşruluğu: Web).

3.4. DEĞİŞEN KUŞAKLARA – KADINLARA PARALEL DAİMA MODERN BİR AJDA

“Toplumu etkileyebilmek için nasıl olması gerekiyorsa öyle olmaya zorlanan ve kendi içsel yanını yaşayamadığı için bir yandan görünümünü fetişleştirerek toplumsal kimliğini değiştirmeye çalışan, bir yandan da toplumsal yaşamının biçimlendirilmesindeki edilgin konumunun yol açtığı yenikliğini yaşayan çağdaş insan, güç yetiremediği, değiştiremediği reel toplum karşısında dünyasızlaştırdığı kendi eksik bireyliğini kendisi için bir idole dönüştürerek narsizme çekilmektedir” Ünsal Öskay

“Ajda’nın bence ilk başarısı şu: Tipik Türk kadınının belli bir tipi vardır; ama Ajda o değil. Konseptine bakıyorsunuz; giyim tarzı Batılı, rahatlıkla İsveçli diyebilirsiniz baktığınız zaman. İngilizce, İtalyanca söylüyor; farklı bakış açıları var, yaşam tarzı farklı... Fakat Türk insanı onu benimsedi,, sevdi.. En zor olan şey bu! Türkiye’de çok azdır bunun örneği. Kendisi, bir bukailemun olmak yerine omurgasını dik tuttu ve kendi kimliğini bir bayrak direği gibi dalgalandırdı. Ve kendini kabul ettirdi... Batı konseptiyle, bu toprakların müzik renklerini en güzel harmanlayan ve kişiliğinde simgeleyen bir sanatçı oldu o. Bence en zor olan şey bu!... Güneri Cıvaoglu

Ajda Pekkan’ın, toplum ve kadınlar nazarında popüler bir kadın star olarak ifade ettiği imajın anlatıldığı ve anlatımın bitiminde, bu imajın sadece güzellik veya görsellikle özdeşleştirilemeyeceği belirtildikten sonra, bu son konuya, her imajın aslında bir mesaj olduğu yeniden hatırlanarak başlanabilir. Bu hatırlamadan hareketle de; Ajda Pekkan, *kendi yüz ve vücudunu, ilerleyen zamanla ve değişen kuşaklarla doğru orantılı olarak yenilerken*, esasında, modern gelişmelere ve yeniliklere ayak uydurmak için ‘*değişimin mecburiliğine*’ simgesel anlamda dikkat çekmektedir denilebilir. Çünkü “Devingen bir yapıya sahip olan toplum sürekli değişir, toplumsal yapı değiştikçe güzellik, çekicilik kavramları da değişiklik gösterir. Bu nedenle zamanla toplumun yıldızlaştırdığı kişiler de farklı güzellik – çekicilik ölçütlerine sahip olabilir. Yıldızı yıldız yapan ölçütlerden biri de dış görünümünün, toplumun kadın ve erkek rollerinden beklentilerini karşılayacak ya da bu rollere yenilik getirecek biçimde olmasıdır”(Uygunkan, 2007: 57). Ajda Pekkan’ın eskimesine izin vermeden yenilediği ama bir bakımdan da hiç değişmeyen imajı, en temelde işte bu mesajı yani toplumun değişen beğenilerine göre ayarlanan yeni ve çağdaş kadın olabilmek - kalabilmek mücadelesini vurgulamaktadır. Bu, Ajda Pekkan’ın kadınlara vermekte olduğu mesajlar içerisinde en önemlilerinden biridir.

Öte taraftan Pekkan, bu mücadeleyi, yaptığı işte de özenle sürdürmektedir. Çünkü bir pop star için önemlilik taşıyan ‘toplum nazarındaki güzellik – çirkinlik’ gibi ölçütler zamanla nasıl değişiyorsa; müzik altyapıları, tarzları ve beğeni anlayışları da yıllar ilerledikçe aynı kalmamaktadır. “En başta kendi özgüveni için, ne olursa olsun bir kadının mutlaka kendine ait bir işi olmalı” diyen Pekkan’ın (Pekkan, Beyaz Show, 2009: Kanal D) yürüttüğü mesleğinde de yenilikleri takip ederek, tarzını yenileyerek, genç nesil müzisyenlerle çalışarak; kıyıda köşede kalmama, rekabet etme yani yine çağa ayak uydurarak modern kalabilme savaşında olduğu görülür. *Meselenin işte bu boyutu, işi, yalnızca genç ve güzel kadın sığılığında kurtarmakta; kadının ekonomik gücünün ve ‘meslek alanlarında birey olarak yer alan kadının’ önemliliğine dikkat çekmektedir.*

Artık söylenebilir ki Pekkan, bu savaşı her bakımdan kazanmış görünmektedir. Çünkü o, müzik piyasasında bugün için de hatırı sayılır bir ürün satışına sahip, güzellik, gençlik ve şıklık konusunda hâlâ bir örnek ve bir fenomen, yaptığı işte meslektaşları ve de rakipleri arasında kendisine gösterilen saygının eksilmemiş olduğu usta bir isimdir. Yani yaşanan zaman ve şartlar içerisinde, icra edilen meslekte zamanın gerektirdiklerine ayak uydurabilmek anlamına da gelen modern birey – modern kadın kavramı, Ajda Pekkan imajında karşılık bulmaktadır. Fakat unutulmaması gereken şey, popüler kültür ortamındaki başkalaşan beğeni ve ilgilere karşı sürdürülen ayakta kalma savaşının, ancak o savaş stratejilerinin bilgisine sahip olmakla mümkün olacağıdır. Öyleyse Pekkan’ın, en başta değişim fikrinden beslenen bu hem kadın hem de popüler müzik tabanındaki modern kalma stratejilerine göz atmak gerekir.

Konu, Ajda Pekkan gibi popülerlikte yarım asra yaklaşılan bir sürece dayandığından, ara ara geçmişe dönmek, bugünü eskiyle yeniden birleştirmek, bir bakıma zaruri olmaktadır. O nedenle, bugün için bambaşka jenerasyonların ortaya çıktığı 2000’li yıllarda dahi sona ermediği görülen Ajda Pekkan’daki değişim ve modernlik serüveninin izahı, en iyi, o serüvenin başlangıç dönemlerinden yola çıkılarak anlatılabilir. Ve o başlangıçta Batının, Pekkan için birçok bakımdan bir merkez kabul edildiği bilinmektedir.

Yurtdışı, Ajda Pekkan’ın hem görsel hem de mesleki alanlarda modernliği yakalamak uğruna gerçekleştirmiş olduğu değişim ve yenilik fikirlerinde, her zaman tetikleyici bir işlev görmüştür. İşte biraz da bu Batıcı modernleşme merkezinden ötürü “Onun kişisel öyküsü; Türkiye’nin Batıya tutku ve nefretle bağlanışının özetidir adeta...

Ajda Pekkan'daki değişim tutkusu, modernleşen Türkiye'nin değişim arayışlarıyla çakışmıştır. Herkes kabuk değiştirme sancıları içinde kendini ararken, Ajda'nın kati yenileşme çağrısı toplumda karşılık bulmuştur''(Dündar, Aynalar belgeseli, 1997: Show TV). O karşılık özellikle de 1970 – 1980 arasını kapsayan dönemde, hem Ajda Pekkan için hem de onu izleyen Türkiyeli kadınlar için değişimin, en çok da aynalardan takip edilebilecek belgeleridir adeta.

Ajda Pekkan'a, Fransız besteciler ve uluslararası müzik şirketleri ile çalışmaya başladığı o on yılın, müzik kariyeri açısından çok şey kattığı bir gerçektir. Zaten ‘‘Paris, o yıllarda Türk popçularının kabesi gibidir. Herkes başarıyı orada aramaktadır. Ajda Pekkan için de hep hayalini kurduğu bir masal ülkesidir Paris... Ama gidince orda, Batının hiç tanımadığı, bambaşka bir yüzüyle tanışır. Batı; yetenek, kalite, üretim ve rekabet demektir. Ve fethedilmesi son derece zor bir kaledir’’(Dündar, Aynalar Belgeseli, 1997: Show TV). *İşte o zor kalenin fethini, ancak konuştuğu ve şarkı söylediği dili, ülkesinde icra etmekte olduğu tarzı ve beraberinde görüntüsünü de değiştirerek gerçekleştirebileceğini anlayan Pekkan'ın, mesleki anlamdaki değişim öngörüsünü ve fiziksel görüntüsünü yenileme hursunu en çok da bu yol ve yıllarda edinmiş olduğu söylenebilir.*

Hayatını ve müziğini Paris'te sürdürdüğü o yıllarda Pekkan, Türk popüler müzik ve medyasında neredeyse rakip tanımaz bir konumu elinde tutmaktaydı. Ajda Pekkan, Paris'te müzikalite ve kadına dair ne görüyor ve yaşıyorsa bunu önce kendi müziğinde ve bedeninde tatbik etmekte, sonrasında ise tüm Türkiye'ye tanıtır benimsetmekteydi. Dündar'ın anlatımıyla:

‘‘O, yeni yetişen kızların gözünde Batıya, dışarıya, güzelliğe ve özgürlüğe açılan bir pencereydi. Türkiye'ye her gelişinde, bavulundan çıkardığı giysiler önce manşet, sonra moda oluyordu. Bavulunu kapıp gittiğinde ona özenen koca bir kuşak da onunla birlikte Batının kapısını aralıyor, düşlerini Ajda'da yaşıtıyordu. O da bu misyonu taşıyabilmek için, bütün enerjisini ve parasını döküp, yaşadığı tüm zorluklara rağmen hep diri, hep yeni, hep moralli görünmeye çalışıyor ve Türkiye'ye her gelişinde kıyametler koparıyordu... *Ajda; tüketen, modernleşen kadınlar için bir model, bir eylem kılavuzuydu. O yüzden ne yapsa taklit edildi. Ama onlar daha Ajda'nın yeni saçını, yeni makyajını, yeni kıyafetini taklide çalışırken, Ajda çoktan bir yenisinin arayışına koyulmuş oluyordu.*

Böylece *hem tüketim kamçılanıyor hem de orta sınıf, yaşadığı hayatın asli unsurlarını değiştiremedikçe, tarihi değişikliklerle saçını, burnunu, kılık – kıyafetini, tipini yenileyerek teselli arıyordu*”(Dündar, Aynalar Belgeseli, 1997: Show TV).

Fakat söz konusu bu tesellilerin, zamanla derece ve sınır değiştireceği daha sonradan görülecekti. Ve Ajda Pekkan’ın Türkiye’deki bazı kadınlar üzerinde (bu bazı kadınlar, giderek birçok kadına ulaşacaktı) yarattığı etkilerden biri de bu noktada yani ‘*estetik değişim*’ alanında olacaktı.

Ajda Pekkan’ın, hem korumaya çalıştığı imajı uğruna hem de kendi kişisel gerekçeleriyle peşini bırakmadığı ‘plastik cerrahi operasyonlarıyla sonuçlanan estetik kaygı ve sorgulayışlarının’, özellikle bu günler göz önüne alındığında, zamanında bazı üst sınıf kadınlarca elde edilebilecek bir lüks olmaktan çıktığı söylenebilir. Hatta bu ‘estetik ameliyat düşkünlüğü’, artık orta tabakaya kadar inen kadınsal bir ilgi alanına dönüşmüş haldedir. Bu eğilimde kuşku yok ki; çağın getirileri, *tıp ve teknolojinin olanakları, medyanın yaygınlaştırıcı ve normalleştirici etkileri ile tüm bunların dolduruşa getirdiği popüler kültür dalgalarının özendirici etkileri de büyüktür*. Hatta bu öğeler, modern! kadınların estetik müdahaleler gibi sonu pek de belli olmayan problemlerle bu denli haşır neşir olmasında en önemli faktörler olarak kabul edilebilir. Ancak yaşanan tüm bu süreçlerin canlı bir ispatı, tanınan bilinen bir kanıtı ve de övülerek teşvik edilen bir timsali de olmalıdır. İşte bu ismin Türkiye’deki karşılığı Ajda Pekkan’dır. Yani yıllardır süren gazete ve magazin manşetleri boşa çıkmamıştır. Dolayısıyla da, Ajda Pekkan’ın Türk kadını üzerinde öncülük ettiği alanlardan birisi, işte bu estetik ve plastik arayış kovalamacaları olmuştur. Türk popüler medyasında yorulmak bilmez bu kovalamaca üzerine hâlâ yapılmakta olan haberlerden sadece birini örnek vermek gerekirse, 20.03.2003 tarihli Radikal gazetesinden yardım alınabilir. Gazetenin yayınladığı haber şöyledir:

“Dr. Teoman Doğan, Türkiye’de son yıllardaki estetik cerrahinin önlenemez yükselişini ünlü bir sanatçımıza bağlıyor: “Bu konuda Ajda Pekkan’ın hakkını yememek lazım. Kendisinin büyük katkıları oldu. *Estetik ameliyat ayıp olmaktan çıktı, normal olarak kabul edilmeye başlandı*. İnsanlar bütçelerine göre bu işleri yaptırmaya başladı ve bence bu çok önemli bir değişme. Bu durum kozmetik cerrahide Türkiye’yi çok ileri götürdü...”

Fakat, Dündar'ın *'hem tüketim kamçılanıyor hem de orta sınıf, yaşadığı hayatın asli unsurlarını değiştiremedikçe, tarihi değişikliklerle saçını, burnunu, kılık – kıyafetini, tipini yenileyerek teselli arıyordu'* olarak adlandırdığı bu süreçte, Ajda Pekkan'ın temsil ettiği popüler kadın imajının öncelikle bir araç olduğu unutulmamalıdır. *Bu araçsal ilişkinin, halk içerisindeki kadınlar tarafından düşünüldüğünde ifade ettiği anlam; iç burukluklarının tüketimle, manipülasyonla giderilmesi yolunda bedenlerdeki makyajlara - kamuflajlara dönük olan bir araçsallık manasına gelir.* Mesele Pekkan açısından değerlendirildiğinde ise; *“Toplumun cesaretli, yenilikler konusunda bilgi sahibi kanı önderleri olarak görülen kişiler, yeni tüketim alanlarının kitlelere ulaşmasında, popüler kültürün oluşmasında önemli etkiye sahiptirler”* (Uygunkan, 2007: 42) tezinin bir kez daha doğrulanması söz konusu olmaktadır.

Bununla beraber, bu tezin Türkiye’de hala geçerliliğini koruduğu söylenebilir. Ancak isim Ajda Pekkan yerine, şimdi, başka bir popüler karakterde karşılık buluyor olabilir. Çünkü Ajda Pekkan ile Türkiye’deki kadınlar arasında gerçekleşen söz konusu o etkilenme dalgalarının şiddeti, bugünlere dek aynı grafik eğrisinde ilerlememiştir. Bunda pek çok sebep etkindir.

Söz konusu nedenler sıralanmaya çalışılırsa, öncelikle, üzerinden konuşulan ortamın popüler kültür ortamı olduğu unutulmamalıdır. Yani starlar da dahil her şeyin değişken, sınırların muğlak ve ilişkilerin uzun soluktan uzaklarda olduğu bir ortamdır bu. İkinci bir neden olarak ise, 1990’ların başı itibariyle Türkiye’de, popüler müziğin ve pop starların yeniden patlaması yani bir anlamda örnek modellerin çoğalması gösterilebilir. Bunların haricinde; hep anlatılan o 60’lı ve 70’li, 80’li yıllarındaki ‘Türkiye’nin dışarıya açılma ve kabuğundan sıyrılabilme heyecanının’ düşüşe uğraması ve Türkiye’nin Batıdan ziyade sanki Doğuya – Doğululuğa doğru daha çok kaymaya başladığı da önemli bir etkindir.

Ajda Pekkan cephesinden düşünüldüğünde birer dezavantaj gibi duran bu gelişmeler, kayıp bahaneleri değil; tam tersine aslında Ajda Pekkan’ı bu günlere taşıyan öğelerin bir bütünüdür. Çünkü 1990’lı ve 2000’li senelerde, Türk pop müziğinde yeni kuşaklarca taklit ve takip edilen yeni genç starların, çocukluk ve ilk gençlik yıllarında örnek aldıkları isimlerin ve kadın imajının başında Ajda Pekkan gelmektedir. Yani Ajda Pekkan imajının bugün de tutuluyor olmasında, zamanında kendi ilklerini yaşattığı bu

yeni kuşak şarkıcılarda, kendi imajının izlerinin bulunması etkilidir. Ayrıca Pekkan'ın kendi kişisel kabiliyetleri de es geçilmemelidir. Netice itibarıyla söylenebilir ki:

Ajda Pekkan; Türk popüler kültüründe önemli bir yerde, pop müzikte hem klasikler hem de yeni trendler içerisinde iş yapar bir konumda, popüler medya içerisinde yine haber niteliği taşıyan ve Türk kadınının karşısında olabildiğince aynı tazelikteki imajıyla, bugün için de başarıyla yer almaktadır. Ajda Pekkan'la ilgili en temelde öne sürülebilecek şey, onun yalnızca moda ve kadın konularında bir ikon olduğu değil; iradenin, çalışmanın ve inadin (ama tüketimle ama popülist oyunlarla) popüler bir simgesini teşkil etmesi ve bununla ilgilenebilecek, bunu fark edecek kadınlara bu mesajları veriyor olmasıdır. Pekkan'ın söz konusu daha çok imaja dayanan mesajının, toplum içerisinde bugün için de bir ifade buluyor olmasını açıklamaya Kırtunç'un şu sözleri yeterli görünmektedir:

“Genel kabul gören tanımına göre; bir olgu, bir kişi veya bir nesnenin ne denli yaygın ve popüler olduğu, o kişi, nesne veya olgunun çağının, insani inanç ve değerlerini ne oranda yansıttığıyla doğru orantılıdır. Yani ne denli yaygın ve popülerse, çağının ruhunu o denli iyi yansıtmakta demektir”(Kırtunç, Popüler Kültür Araştırmaları: Web).

O halde sonuçta genel olarak kadınlar, özelde ise Türk kadınları için; güzellik, şıklık, cesaret, feminen bir tarz ve bu alanlardaki başarı, dün olduğu gibi bugün için de son derece önemli vasıflardır. Bu vasıfların; bireysellik, 'gerçek modernliğe dönük olan' değişim, cinsiyet ayrımcılığına karşıtlık yahut da ekonomik özgürlükler için hayati faktörler olup olmadığı ise, kadınlarca gerçek anlamda ve yaşamda sorgulanılıyor veya bunlardan endişeleniliyor gibi durmamaktadır.

IV. BÖLÜM

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Bu inceleme, gerek ismine gerekse içeriğine bakıldığı zaman görülen başlıklardan ötürü; renkli ve romantik öğelere dokunan, aynı zamanda hem tarihi hem de güncel ve kurcalanmaya değer konuları ele alan bir araştırma olarak değerlendirilebilir. Bu değerlendirme, çalışmaya derinlik kazandırdığı kadar aslında, araştırmanın sahip olduğu genişlik nedeniyle karşılaşılmaması muhtemel olan güçlükleri de açığa vurmaktadır. Çünkü içerdiği tüm başlıkların bir bütün olarak birleştirilmeye uğraşıldığı bu çalışmada, o başlıkları ayırıştırabilmek zor olmuştur öncelikle. Fakat başka incelemelerde kendi başlarına ayrı ve büyük alanlar olarak ele alınmış olsalar da bu üç temel konu, yani ‘modernleşme - kadın değişim ve modernleşmesi’, ‘popüler kültür’ ile bunların somutlandığı ‘Ajda Pekkan imajı’, bu araştırmada netice itibariyle sentezlenmiş bulunmaktadır. Yani aralarında güçlü neden – sonuç ilişkileri barındıran ve durmadan birbirlerine müdahale eden bu üç ana tema, en nihayetinde bir sonuçta karar kılmıştır.

Çalışmaya başlarken, genel olarak toplumların ve özel olarak kadınların, çeşitli değişim aşamalarını takiben hayata geçirecekleri modernleşme süreçlerinin ‘farklı yollarla’ gerçekleşebileceği biliniyordu. Modernleşmenin, kadın modernleşmesinin ne demek olduğu, ne olması gerektiği de öyle... Ve daha önce belirtilmiş olan söz konusu farklı modernleşme yolları arasından popüler kültür ortamı özellikle seçildi. Bu seçimde, bireysel modernleşmeye atıfta bulunurken, içinde yaşadığımız modern çağın başat eğilimlerinde, popüler kültürden ve (starlar başta olmak üzere) popüler kültür araçlarından akan mesajların, insanlar ve özellikle de kadınlar üzerindeki kuvvetlilik derecesine karşı duyulan merak ağır basmıştır. Öyle ki; Yüksel’in de belirtmiş olduğu “Mayer, GTudor ve Morin’in yıldız ve izleyici ilişkisine dair yaptıkları çalışmalardan elde ettikleri verilere göre, yıldızın ağırlıklı izleyici kitlesi kadınlar ve ergenlerdir. Kitlenin bir kısmını da erkek eşcinseller oluşturmaktadır. Bunun nedeni; kadınlar, ergenler ve eşcinsellerin, hemen hemen her toplumda egemen olan heteroseksüel yetişkin

erkek söylemi tarafından dışlanmaları ve baskılanmalarıdır. Haskell, Dyer'in 'erkeklerden çok kadın yıldızların' hem erkek hem de kadınların fantezilerinin odağı olduğu görüşünü destekler. Erkek izleyici için kadın yıldız, farklılaşmış bir sevgi nesnesi, ideal kadını bulma aracı iken kadın izleyici için kadın yıldız, model alınacak bir örnektir. Kadın yıldız, toplumdaki kadınlara yenilikler sunar, yansıtır ve bu yeniliklerin sürekliliğini sağlar''(Akt; Uygunkan, 2007: 66 - 67). Fakat popüler kadın aktörlerle halktan kadınlar arasındaki söz konusu bu ilişkiler; aslında ne kadın yıldızların ne de popüler kültürün tek başına becerebilecekleri bir iş değildir. Buna daha çok (çalışma içerisinde ayrıntılarıyla verilmiş olan) modern çağ gelişmelerinin; özüyle örtüşmeyen, ikircikli, yanlış yönlendirici ama aynı zamanda buna son derece özendirici gelişmelerinin bir uzantısıdır denilebilir.

İşte bu incelemede, elde edilen bu bulguların doğruluğuna ve gerçekliğine karşı beslenen inanç doğrultusunda yola çıkılmıştır. Ve yapılan uzun okumalar, medya izlenimleri ve bunların karşılaştırmaları - örtüştürülmeleriyle, popüler kültürün ve dolayısıyla popüler kadın aktörlerin sundukları yeniliklerin, kadın modernleşmesiyle anlamlı ilişkiler taşıyıp taşımadıkları araştırılmıştır. Çünkü gerek popüler kültür gerekse popüler kadın yıldızlar da birer modernleşme ürünleridir. Ve sonuç itibariyle popüler kadın karakterlerin hemcinslerine yönelik yansıttıkları fikir ve eylemlerin (güzellik, şıklık, kadınlık, en ünlülük), kuramsal bazdaki bireysel modernleşme ilkelerinden (kadın – erkek eşitliği, özgürlük, fırsat eşitliği, kadının ekonomik kalkınmışlığı, bireysellik vs.) 'başka' olduğu görülmektedir. Üstelik bu başkalığın, Türkiye'nin yanı sıra, pek çok anlam ve alandaki modernleşme evrelerinde ve kıstaslarında öncü kabul edilen, örnek alınan Avrupa - Batı için de geçerli olduğu söylenebilir. Bundan da, popüler kültürün ülke ve toplum sınırlarını aşan aynı ya da benzer bir 'genel yapı'ya sahip olduğu sonucu ortaya çıkar. Yani popüler kültür her yerde ya da daha doğru bir ifadeyle çoğu yerde bildik popüler kültürdür. Hal böyleyken, onun içinde yer alan popüler kadın starların farklı konulardaki anlayışları olsun, kadın modernleşmesi doğrultusundaki zihniyetleri ve pratikleri olsun bu genel fikriyata (yüzeysel ve eğlenceye kaçan modernleşme anlayışına) uygun düşmektedir – düşe gelmektedir.

Bu durumun yani asıl modernleşme temelleri ile popüler modernleşme eğilimlerinin çakışmamasının, bir çelişki, bir yanılgı olduğuna karar verilebilir. Fakat bu kararın kesinliği tartışmalıdır. Çünkü Rowe'un da dediği gibi belki de "Hiçbir kitap,

popüler kültür alanına hakim olduğunu meşru bir şekilde iddia edemez. Alanın kapsamı ve değişebilme yeteneği o ölçüye varır ki; herhangi bir açıklama, bir plağı dinlemiş ya da televizyondan yayınlanmış herhangi bir spor olayını izlemiş olan herhangi bir kimsenin uzmanlık iddiasında bulunabileceği bu konuya ancak sınırlı baskınlar düzenleyebilir’’(Rowe, 1996: 36).

Diğer taraftan, popüler kültür ve akla gelen tüm ürünlerindeki söz konusu çelişki, esasen hayatın ta kendisinde de yaşana gelmektedir. Yani artık (aslında herkesin bildiği gibi) kuramlar ve idealler, nutuklar başka; gerçek yaşam koşul ve göstergeleri bambaşkadır. Bu nedenle de, ‘popüler kültür ve popüler karakterler, savunulduğu gibi yapay duygusallığı, kurmaca gösterişi veya sahteliği değil; aksine, aslında hayatta zaten var olan, toplumsal yaşamda birebir yaşanan gerçeklikleri dışa vurmaktadır’.

Çalışmanın Türkiye üzerine odaklanan bölümlerinde ise, yapılan saptamaların, buraya kadar aktarılanlarla büyük oranda benzerlik gösterdiği söylenebilir. Ancak Türkiye’ye dair varılan sonuçların netliğinde, zaman zaman kararsızlıklara düşülmemiş de değildir. Çünkü Türkiye; kadın, kadın modernleşmesi ve içinde bu değerlere dönük irili ufaklı parçalar barındıran popüler kültür ilerleyişlerinde, son derece zıt kutupları aynı potada bulunduran; ama onları kaynaştırmayı başaramamış gibi görünen bir yapı sergilemektedir. Türkiye’nin türlü gerekçelerle ortaya çıkan bu tereddütleri, bölgeler, kuşaklar ya da cinsiyetler arasındaki (esasinda uçurumlara kadar varan) ayrımları aşmakta; aynı bölge, kuşak ve cinsiyetler içinde dahi ikililikler göstermektedir. Bu manada Türk toplumunun ve Türk kadınının, modernleşmeyi henüz tam anlamıyla gerçekleştir(e)meden post - modern ifade ve görüntüleri yaşadıkları bile iddia edilebilir.

Öyle ki; çalışmada ele alınan Ajda Pekkan, o Batılı modern kadın imajına, görüntüsüne, yabancı dil bilmesine, mesleki eğitimine, yurtdışındaki başarılarına dayanılarak; TRT tarafından, Avrupa’nın en orta yerindeki (Hollanda’daki) Eurovision yarışmasına siyah bir perukla (TRT çok sonra, bunun Türk kadını imajının korunması için yapıldığını beyan etmiştir) ve Türk – Arap karışımı bir oyun havasıyla gönderilmemiş midir? Yani Türkiye’deki kadınının değişimine ve modernleşmesine dair bugünlere kadar uzanan sosyal, siyasi, geleneksel ya da popüler gelişmelerin neredeyse tamamı (bunda Türk kadınının demografik özellikleri de belirleyicidir), gerçekten kendine özgü ve tutarsız bir bünyeye sahiptir.

Bunların yanı sıra bir de, Türk kadınına neredeyse elli yıldır koruduğu, alt yapısını sağlamlaştırmaya çalıştığı Batılı yani sorgusuz sualsiz ‘=’ modern kadın? imajını yansıtan Ajda Pekkan vardır. Ajda Pekkan’ın, toplum ve kadınların takdirine açık ve onların gözleri önünde bu zamana kadar yapıp ettikleri (ki çalışmada bunların anlatımına başlı başına bir bölüm ayrılmıştır); sanatsal, kültürel veya (kimilerince) psikiyatrik bakımlardan ister övülsün ister yerilsin, sonuna kadar incelenip eleştirilsin fark etmez... Onun en sonunda bir pop star olduğu unutulmamalıdır. Pekkan, Türkiye’de starlık kavramının oluşum ve ifadesinde artık sarsılmaz bir mertebede, hatta kendisine yakıştırıldığı üzere ‘Süperstarlık’ derecesinde olabilir. Fakat bu derecenin görüldüğü veya tartışıldığı ortamın popüler kültür ortamı olduğu unutulmamalıdır. Yani kadın modernleşmesinde işin starlara, star imajlarına bırakılacak olan (geri) tarafı, ortaya çıkacak tablonun son rötuşları olabilir-di ancak. Sonuç olarak Ajda Pekkan veya gibilerinin sanatsal terbiyesi, müzikalitesi, kadınları etkileme güçleri ya da kadın modernleşmesi üzerine savundukları ideoloji ne yönde ve hangi dolulukta olursa olsun; bir stardan veya ‘star imajından’ yani popüler kültüre özgü yaklaşımlarından ‘daha fazlasını’ beklemek doğru değildir. Peki, doğru olan nedir?

Doğru olan, kadınların, beklenti ve izlenimlerini karşılamaya çalıştıkları başlıca merciinin ‘öncelikle kendileri’ olmasıdır. Kadınlar kimi zaman el emeğiyle, kimi zaman kol gücüyle, bazen de dirsek çürütmeyle; ama ‘her zaman’ algı ve fikirleri açık, gerçeklere bağlı bir zihinle ‘kendileri’ olmalıdır. Kadınlar (popüler kadın modernliğinin ısrar ettiği gibi) önce dişi değil; ‘birey olarak’ kadın kişi olmalıdır!

Aslında hepsi birer öneri olan bu ifadeler, özleri itibariyle ‘esaslı bir mücadelenin’ karşılığını anlatmaktadır. Ve herhangi bir mücadele tek taraflı olmayacağından, ortada, bu sayılanların gerçekleşebilirlik değerini azaltan, kaydedilecek gelişmeleri tökezleterek, tüm girişimlerin önüne takoz koyan birileri ya da belli bir sistem var gibidir... Kuşkuyla karışık bu sorunun yanıtı ise, kimsenin bilmediği bir sır değildir: Erkekler ve toplum...

Kadın konulu bütün çalışmalarda olduğu gibi, bu araştırmada da, erkeklerin ve gelenekselci ya da kapitalist toplumun onayladığı ve kadını gerileten her türlü ayrımcılığın üzerine sayfalarca konuşulabilir, konuşulmuştur da. Ancak burada, erkeklere ve erkek insiyatifindeki topluma, sadece bir hususta hak teslimiyetinde bulunmak bile kafi gelip meselenin anlaşılmasında son derece açıklayıcı olabilir. Bu da onların,

kadınlara karşı gönüllülükle yürüttükleri neredeyse tek büyük destek olarak; kadınların annelikte uzmanlaşmalarına, başka bir mesleği var ya da yok, şu veya bu olsun tüm kadınların ‘ev’de ustalaşmalarına veya ‘dışarıda ötekileşmelerine’ yardım etmeleridir! Üstelik açıkça ve de yüz binlerce yıldır... Ama sonra, bunca çarpıklığın ardı sıra; popüler kültür ve popüler anlamdaki kadın modernleşme girişimleri yadsınır. Örneğin müze gezmek, örneğin fotoğraflar çekip - kesip biriktirmek, şarkı arşivleri yapmak, örneğin estetik ameliyat olmak veyahut da modayı takip etmek; küçümsenir, acınır, dışlanır... Adına popüler kültür denir ve sonuna kadar eleştirilir! Yani popüler kültür ve ondan alınanlar, dünyanın siyasi geleceği ve para kavgaları gibi (hepsi ‘erkek işi addedilen’ ve sanki önceden planlanmamışçasına, sanki sonuçları zaten bilinmiyormuşçasına davranılan) onca önemli mesele dururken; hem ahmaklık olarak değerlendirilir, hem de yine işlevsiz görülen o hobilerle kadınlar ‘yalnızca ve memnuniyetle oyalanır’. Bu süreçte çok önemli bir şey daha ola gelir; demokratik olmayan bir düzen devam eder, statüko korunur, çifte standartlar muhafaza edilir, kadın ötekileştirilir ve sistem bu şekilde sürüp gider...

İşte bu sebeplerledir ki, kişisel ya da toplumsal derecede olsun, insanlar arasında atfedilen önem ve değer hiyerarşisinde hangi yerde bulunursa bulunsun; insanların – kadınların (popüler ya da elit de olsa) bir duyguya, düşünceye, ideale, sanata, sanatçıya inanmasından, bağlanmasından ötürü, kendilerine veya mensubu oldukları topluma; mesela terör gibi, insan ticareti gibi, mesela irtica gibi herhangi bir tehlike yahut zarar gelmeyeceği söylenebilir. Tarhan’ın da çok güzel özetlediği gibi, evet “Kadın; sosyal hayatta, düşünceleri ve ürettikleriyle kendini göstermelidir. Yalnız unutulmaması gereken nokta, ideal sosyal kimlik olarak kadına yakışan role, toplumun onu teşvik etmesi gerektiğidir”(Tarhan, 2005: 132).

O nedenle de iş, aslında adalettedir, eşitlikte, şeffaflıkta ve sağduyudadır. Kendine, diğerlerine, sosyal kurumlara ve de kadın – erkek tüm topluma karşı duyarlılıktadır. Çünkü ancak böylelikle bilinçli, başarılı, özgürlükçü, kadın - erkek iki yanı da tam ve işinin ehli yani yüksek nitelikli ‘asıl modern topluma – kadına’ ulaşılabilir. Modern toplumlarda yalnız böylelikle azalır kutuplaşmalar, görmezden gelmeler, kınayıp geçiştirmeler... Yani en özet ifadeyle söylenebilir ki; her bir bireyin - kadının kendine özel ve özgür, yetkin olacağı bir toplum kararı ve umudu, ilkin bunları istemekten, bunlar için çalışmaktan ve onların gerçekleştirilebilirliğine ısrarla inanmaktan geçer...

KAYNAKÇA

YAZILI KAYNAKLAR

Akkaya, A. – Çelik, F. , 2006, **60'lardan 70'lere 45'lik Şarkılar**, İstanbul, BGST Yayınları

Altındal, Aytuç, 2004, **Türkiye'de Kadın**, İstanbul, Alfa Yayınları

Arhan Faruk, Demirer Temel, Hozatlı Umur, Orhangazi Özgür, Özbudun Sibel, 1999, **Medya Eleştirisi ya da Hermes'i Sorgulamak**, Ankara, Öteki Yayınevi

Ateş, Toktamış, 1995, **68'li Olmak** (3. Basım), Ankara, Umut Yayıncılık

Aymaz, Göksel, 2004, **Popüler Gerilim**, İstanbul, Yeni Hayat Kütüphanesi

Batmaz, Veysel, 2006, **Medya Popüler Kültürü Gizler**, İstanbul, Kara Kutu Yayınları

Baudrillard, Jean, 2003, **Tam Ekran**, Çeviren: Bahadır Gülmez, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları

Bele, Tansu, 2001, **Kadın Yazın Siyasa**, İstanbul, Pencere Yayınları

Bilgin, Nuri, 1995, **Kolektif Kimlik**, İstanbul, Sistem Yayıncılık

Çağın, Kenan, 2003, **Popüler Kültür ve Sanat**, Ankara, Altınküre Yayınları

Çekirge Pınar, Köklü Nuh, 1998, **Profili Olmayan Kadın - Bir Süperstar'ın Yaşamından**, İstanbul, Cep Kitapları

Demiray, Uğur (Edt), 2003, **Genel İletişim**, Ankara, Pagem A Yayıncılık

Dilmener, Naim, 2007, **Hür Doğdum Hür Yaşarım - Ajda Pekkan Kitabı**, İstanbul, Everest Yayınları

Doğdu, Süleyman, 2005, **Kadının Serüveni - Kadın ve Yaratılışı**, Ankara, Demet Kitap

Doğramacı, Emel, 1993, **Atatürk'ten Günümüze Sosyal Değişmede Türk Kadını**, Ankara, Atatürk Araştırma Merkezi

Dorsay, Atilla, 1994, **Ajda Pekkan'ın Yüzü ya da Değişimler Çağı**, İstanbul, Varlık Yayınları

Duvarger, Mourice, 2002, **Siyaset Sosyolojisi** (6. Basım), Çeviren: Şirin Tekeli, İstanbul, Varlık Yayınları

Featherstone, Mike, 1996, **Postmodernizm ve Tüketim Kültürü**, Çeviren: Mehmet Küçük, İstanbul, Ayrıntı Yayınları

Freud, Sigmund, 2000, **Kitle Psikolojisi**, Çeviren: Kamuran Şipal, İstanbul, Cem Yayınevi

Gimpel, Jean, 2004, **Ortaçağda Endüstri Devrimi** (5. Basım), Çeviren: Nazım Özüaydın, Ankara, Tübitak Popüler Bilim Kitapları

Giritli, İsmail, 2004, **Bir Ulusal Modernleşme İdeolojisi Olarak Atatürkçülük**, Ankara, Atatürk Araştırma Merkezi

Göksel, Nevbahar, ‘**Gençlerde Giyim Modası ve Kimlik İlişkisi**’, Çelenk, Semih (Edt), 2007, **Yedi**, İzmir, Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Yayını

İmançer, Dilek (Edt.) ‘**Toplumsal Cinsiyet Oluşumuna İlişkin Kuramsal Yaklaşımlar**’ 2006, **Medya ve Kadın**, Ankara, Ebabil Yayıncılık

Kandiyoti, Deniz, 1997, **Cariyeler Yurttaşlar Bacılar – Toplumsal Kimlikler ve Dönüşümler**, İstanbul, Metis yayınları

Keser, N. , 2005, **Sanat Sözlüğü**, Ankara, Ütopya Yayınevi

Kızılçelik, Sezgin, 2000, **Frankfurt Okulu (Eleştirel Teori)**, Ankara, Anı Yayıncılık

Kocacık, Faruk, ‘**Tüketim Toplumu ve Türkiye’de Tüketici Sorunları**’, Erkul, Ali (Gen. Yay. Yönetmeni), 2000, **Sosyal Bilimler Dergisi** (Sayı 24), Sivas, Cumhuriyet Üniversitesi Yayınları

Kocacık, Faruk, 2003, **Toplumbilim Ders Notları**, Sivas, Cumhuriyet Üniversitesi Yayınları No: 92

Kongar, Emre, 2004, **21. Yüzyılda Türkiye** (35. Basım), İstanbul, Remzi Kitabevi

Kongar, Emre, 2006, **Toplumsal Değişme Kuramları ve Türkiye Gerçeği** (11. Basım), İstanbul, Remzi Kitabevi

Lull, James, 2000, **Popüler Müzik ve İletişim**, Çeviren: Turgut İbلاغ, İstanbul, Çivi Yazıları

Marshall, Gordon, 2003, **Sosyoloji Sözlüğü**, Çeviren: Osman Akınhay, Derya Kömürçü, Ankara, Bilim ve Sanat Yayınları

McGregor, Craig, 2000, **Pop Kültür Oluyor**, Çeviren: Gürol Özferendeci, İstanbul, Çivi Yazıları

Mete, Mehmet, 1999, **Televizyon Yayınlarının Türk Toplumu Üzerindeki Etkisi**, Ankara, Atatürk Kültür Merkezi Başkanlığı Yayınları Sayı: 189

Michel, Andree, ... , **Feminizm**, Çeviren: Şirin Tekeli, ... , İletişim Yayınları

Mutlu, Erol, 1999, **Televizyon ve Toplum**, Ankara, TRT Eğitim Dairesi Başkanlığı

Nirun, Nihat, 1991, **Sistemantik Sosyoloji Yönünden Sosyal Dinamik Bünye Analizi**, Ankara, Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Atatürk Kültür Merkezi Yayını Sayı: 56

Nirun, Nihat, 1994, **Sistemantik Sosyoloji Yönünden Aile ve Kültür**, Ankara, Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Atatürk Kültür Merkezi Yayını Sayı: 73

Oktay, Ahmet, 2002, **Türkiye’de Popüler Kültür**, İstanbul, Everest Yayınları

Ozankaya, Özer, 1991, **Toplumbilim** (7. Baskı), İstanbul, Cem Yayınevi

Öskay, Ünsal, 2000, **XIX. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişimin Kültürel İşlevleri**, İstanbul, Der Yayınevi

Özer, Ömer, 2004, **Yetiştirme Kuramı: Televizyonun Kültürel İşlevlerinin İncelenmesi**, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları No: 1578

Özkalp, Enver (Edt.), 2005, **Davranış Bilimlerine Giriş** (4. Baskı), Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları

Özpazarcık, İsmail, 1998, **Alaturka Hayatlar Alafranga Masallar – Şahsi Tarihimiz ve Biz**, İstanbul, Altın Kitaplar Yayınevi

Rowe, David, 1996, **Popüler Kültürler Rock ve Sporda Haz Politikası**, Çeviren: Mehmet Küçük, İstanbul, Ayrıntı Yayınları

Saim, Hikmet, 2004, **Kadının Gizli Dünyası** (3. Basım), İstanbul, Arıon yayınevi

Sözen, Edibe, ‘**Popüler Kültüre Yorumcu Yaklaşım**’, Kahya, Birgül Alev (Edt), 2005, V. Türk Kültür Kongresi **Kitle İletişim, Bilişim, Medya, Popüler Kültür**, Cilt XVI , Ankara, Atatürk Araştırma Merkezi Başkanlığı

Storey, John, 2000, **Popüler Kültür Çalışmaları Kuram ve Metotlar**, Çeviren: Koray Karaşahin, İstanbul, Babil Yayınları

Tarhan, Nevzat, 2005, **Kadın Psikolojisi**, İstanbul, Nesil Yayınları

Timisi, Nilüfer, ‘**Medya ve Kadın: Temel Sorunlar**’, Çitci, Oya (Edt.), 1998, **20. Yüzyılın Sonunda Kadınlar ve Gelecek**, Ankara, Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü – İnsan Hakları Araştırma ve Derleme Merkezi

Tong, Putnam Rosemaria, 2006, **Feminist Düşünce**, Çeviren: Zafer Cihirlioğlu, İstanbul, Gündoğan Yayınları

Ulusoy, Demet, 2005, **Sanatın Sosyal Sınırları**, Ankara, Ütopya Yayınevi

Unat, Abadan Nermin, ‘**İdeoloji Açısından Kadın Araştırmaları**’, Çitci, Oya (Edt.), 1998, **20. Yüzyılın Sonunda Kadınlar ve Gelecek**, Ankara, Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü – İnsan Hakları Araştırma ve Derleme Merkezi

Uygunkan, Sanem Bengü (Arşt. Görv.) , 2007, **Yıldız Sistemi ve Popüler Kültür Arasındaki İlişki: Türkiye'nin Süperstar'ı Ajda Pekkan Örneği** (Master Tezi), Eskişehir Anadolu Üniversitesi

Yula, Özen, 2001, **Jartiyer Kırbaç ve Baby – Doll'ün Ötesindekiler**, İstanbul, Doğan Kitap

Wagner, Peter, 2003, **Modernliğin Sosyolojisi**, Çeviren: Mehmet Küçük, Ankara, Doruk Yayımcılık

İNTERNET KAYNAKLARI

Aytaç, Ömer, (<http://web.firat.edu.tr/sosyalbil/dergi/arsiv/cilt12/sayi1/231-260.pdf>)

Biricikoğlu, Hale,

(http://cws.emu.edu.tr/en/conferences/2nd_int/pdf/Hale%20Biricikoglu.pdf)

Çiftkaya, Murat, (<http://www.karakalem.net/?article=1697>)

Erdoğan, İrfan, Beşevli, Solmaz, (<http://www.irfanerdogan.com/kitaplar/sinemabook.pdf>)

Erdoğan, İrfan,

(<http://www.scribd.com/doc/13011008/Populer-kulturde-Gasp-ve-Populerin-Gayri-Mesruluu-Irfan-Erdogan>)

Gökçen, Emel, (<http://www.sosyalhizmetuzmani.org/modrnleşmevekadın.html>)

Hira, İsmail, Şan, Mustafa Kemal,

(<http://www.daplatform.com/images/frankfurtokulu.pdf?PHPSESSID=6c23c158b366>)

Kaplan, F. Neşe, (<http://www.iticu.edu.tr/kutuphane/dergi/d4/M00058.pdf>)

Kayıkçı, Mustafa, (http://www.universite-toplum.org/pdf/pdf_UT_311.pdf)

Kızılçelik, Sezgin, (<http://www.cumhuriyet.edu.tr/edergi/makale/496.pdf>)

Kongar, Emre, (<http://www.kongar.org/medyanotu/popkültürvepopstaryarismasi>)

Lahur, Kırtunç Ayşe, (http://www.kulturad.org/images/goc_kirtunc_konusma.html)

Özeren, Alp, (http://www.muzikegitimcileri.net/bilimsel/bildiri/A-Ozeren_3.pdf)

Sağer, Turan, (http://sbe.erciyes.edu.tr/dergi/sayi_24/13-%20_273-291.%20syf._.pdf)

Pektaş, Hafize, (<http://www.gau.edu.tr/bildiriler/Bildiri5.pdf>)

Rzayveda, Roida, (http://www.hbektasveli.gazi.edu.tr/dergi_dosyalar/34-413-421.pdf)

Yürür, Deniz, (<http://kisakes.files.wordpress.com/2008/10/modernizm-kapitalizm.pdf>)

www.ajdapekkan.net

www.ajdapekkan.com

www.ajdapekkan.us

www.aksam.com.tr

www.bugun.com.tr

www.sabah.com.tr

www.radikal.com.tr

TELEVİZYON

32. Gün: Süperstar: 2003, Hazırlayan – Sunan: Mehmet Ali Birand, Yönetmen: Mehmet Polat, CNN Türk

Aktüel TV: 2007, ATV

Aynalar Belgeseli: Süperstar; 1997, Hazırlayan – Sunan: Can Dünder, Yönetmen: Musa Çimen, Danışman: Ünsal Öskay, Kültür Bakanlığı Arşivi, Show TV

Beyaz Show: 2009 (Ajda Pekkan), 2010 (Nilüfer), Hazırlayan – Sunan: Beyazıt Öztürk, Yönetmen: Kadir Burnalı, Erhan Öz, Kanal D

Bu Gece: 2009, Hazırlayan – Sunan: Saba Tümer, CNN Türk

Hayatımızın Fon Müziği Belgeseli: Kimler Geldi Kimler Geçti; 2007, Yönetmen: Nedim Hazar, NTV

Şeffaf Oda: 2009, Hazırlayan – Sunan: Güneri Civaoğlu, Yönetmen: Berk Yaman, Kanal D

TRT Müzik Kanalı – Gala Gecesi, 2009, Yönetmen: Erhan Cerrahoğlu

EK 1: BAZI DENEME METİNLERİ VE GAZETE HABERLERİNDE AJDA PEKKAN

Profili Olmayan Kadın – Pınar Çekirge, Nuh Köklü

“O herkese aitti. Düşlerimizin yaratıcısıydı. Modern, sığ, yapay efsanelere şiddetli gereksinimimiz vardı çünkü... Üretilen, pazara sunulan, simli imajlara da...

Aykırı ve farklıydı... Süperstardı. Toplumun tartışılmaz ilgi odağıydı... Ve toplumdan uzaktı... Kitle iletişim araçları süperstar'ı sıradan insanlarla bir ayara getiriyor, onları bilgilendiriyor, kışkırtıyordu...

Eksik, güdük bırakılmış tutkularımızı, özlemlerimizi ona yükleyecek, onunla, süperstar'ımızla özdeşleşecektik. Bunun temelinde teşhirciliğimiz, aşağılık duygularımız yatıyordu kuşkusuz... Bir de güvensizliğimiz...

Kendi dünyamızın, hayat biçimimizin dışındaki bir yaşamı çekeliyor oluşunu ilgiyle, imrenerek, öfkeyle, bir o kadar da benimseyerek izliyorduk süperstar'ın. Evlenmesi, boşanması, şarkıları, aşkları, estetik operasyonlarıyla popüler ikonumuzdu o... İyi bir hançeresi, arabeske yatkın bir gırtlığı vardı... Modern, yenilikçi, güzel, şık, kusursuz kadın figürünü taklit ediyordu. Hem de büyük bir başarıyla...

Tam bir sürü psikoza, kitle histerisi içindeydik. Onu alkışlarken gerçekte alkışladığımız, beğendiğimiz 'kendimiz'dik. Sahneye iç çamaşırı giymeden ilk kez kendinin çıkması, Cumhurbaşkanlığı seçimleri esnasında yapılan oylamaların birinde adının oy pusulasına yazılmış olması günlerce tartışıldı. O süperstar'dı..

Yüksek kültürlü müzik adamları için 'şarkıdaki maymun' (Fikret Kızılok'un, adına bestelediği şarkının ismidir); sivilcesi henüz patlamış, anket defterlerine, annesinden azar işitme pahasına yapıştırdığı genç erkek fotoğraflarının ışıltısında süslenen kızlar için 'estetik mucize'ydi. Perihan Mağden'e göre; estetik saplantısıyla dünyada Michael Jackson ile yarışabilecek düzeyde arabesk bilim kurgu yaratıyordu...

Adını yazmamızı istemeyen ünlü bir psikolog için; pamuk prensesin üvey annesini yaya bırakacak derecede hırslı ve ‘müptezel bir narsist’i o... Vazgeçilmez oldu. Üstkimlikti. Ayrıcalıklıydı. Toplumbilimsel bir olguydu.

Yetenek, sunuş, zamanlamanın kozmik birleşmesi yaratmıştı onu. Hep gündemde kaldı. El üstünde tutuldu. Büyük başarıları, başarısızlıkları izledi. Ama o, her defasında Ertuğrul Özkük’ün belirttiği gibi ‘küllerinden doğdu; doğmayı bildi... Zeki Müren, Türkan Şoray ile Türk basınında en çok yer alan, fotoğrafları yayımlanan sanatçıydı. Gerçekler nicedir ‘out’, düşlerle sıvanmış imajlar ‘in’di. Yaratılan her imajın, reklamın peşine takılıyorduk aldırmaksızın... Açgözlü müydük ne?

Bir şarkıyla, bir filmle ‘star’(?) olup, dört gün sonra unutulmuş, unutulacak olanlara inat, Ajda Pekkan 1963’ten 1983’e kadar gerçek bir star; 1983’ten günümüze hep ‘süperstar’ olarak kaldı... Ve kalacak!

Zeki Coşkun’un ifadesiyle, o da bir misyonerdı. ‘İki Yabancı’yla taçlanan aranjman dönemlerini anımsayın’’ diye devam ediyor Coşkun: ‘Melodiyle beraber duyarlılık, yaşıntı, kültür de ithal ediliyordu. Bunun aracısı, sunucusu, seslendiricisi olma misyonunu taşıyordu Pekkan. Paris – Olympia günlerini hatırlayın. Yine misyoner: Ülkemizin dışarıdaki temsilcisi. Ve tabi ki Eurovision var. Ancak; her türlü ithalat – ihracat yapıldıktan sonra süperstar olunuyor; öyle kolay değil! Sıradan bir misyon da değil bu. Sorun da burada galiba. Hiçbir misyon ezelden ebede sürmüyor, bir yerde bitiyor. Sonra da bugünün Ajda’sı olunuyor. Konjonktüre denk düşen ses, kişi, kimlik olarak hızla yükseliyor...

Söylenenler, yazılanlar, anılara sinmiş şarkılarıyla Ajda Pekkan bir simgeydi... Bir efsane... Ve süperstar. Eskimekten korkan, konuşurken yerli yersiz Fransızca, İngilizce sözcüklere sığınan; kaliteli hayatı, seyahate çıkmayı, first class uçmayı, hayvanları- özellikle kedileri-seven, kendi deyişiyle ‘ekstrem tenakuzlar içinde’ yaşayan bir ‘süperstar ’’ (Çekirge, Köklü, 1998: 7-10)

Ajda Pekkan'ın Yüzü – Atilla Dorsay

“Ameliyat üstüne ameliyat mı olmuştu? İnsan ömrünün belli yerlerde ne kadar zaman harcadığına değin istatistikler okuruz zaman zaman: Uykuda şu kadar yıl, televizyon başında şu kadar yıl diye... Onun ise şu kadar yılı belki de estetik cerrahi masalarında mı geçmişti?

Allahın yarattığına bu denli ‘müdehale’ doğru muydu? Dünya üzerinde kim bilir kaç milyon – milyar kadın, yaratıldıkları gibi kalmaya mahkumken, üstelik yaratıldıkları gibi kalmaktan mutlu ve memnunken, o niye olduğu gibi gözükmekten, gözüktüğü gibi olmaktan bu denli kaçıyor, niçin “Tanrım beni baştan yarat” şarkısını bu denli sık söylüyordu? Ülkede ve dünyada bu denli sorun varken, o niçin “Bir elinde cımbız / bir elinde ayna / umurunda mı dünya? Şiirini bu denli içtenlikle okuyordu?

Sonra, artık onca ameliyat görmüş o yüz, gerçekten de “makyaj tutmuyor” muydu? Çeşitli kereler gerilmiş, salınmış, kırışıklıkları alınmış, doğallıkla oynanmış o deri, yüzün daha da güzelleşmesi için kaçınılmaz olan bu boyaları, allıkları, rimelleri, pudraları kabul etmiyor; bunlar deri üzerinde iz bırakmadan kayıp gidiyor muydu? O, güzel olmasına onca uğraşmış yüz, sonunda “doğanın intikamı”na mı uğramıştı, kimi korku filmlerindeki gibi insancılığını mı yitirmişti, bir garabet, bir ucube mi olmuştu?

Yılbaşı gecesi birbirinden cicili bicili, bol eğlenceli, her biri zengin programlı birer gazino sahnesi görünümündeki televizyon ekranlarına bakarken, doğrusu baş merakımız buydu. Ne TRT’nin Mısır’dan getirdiği söylenen dansözün sıskalığı, ne özel kanallarda görülmemiş biçimde açılıp – saçılan yeni usul oryantallerimiz, ne şu, ne bu... İlla da onun, süperstarımızın ameliyatlı yüzü... Bakalım affetmeyen spot ışıklarında nasıl duracak, Tanrı’nın yarattığına bunca insan eliyle değişikliği nasıl yansıtacak?

Ve sonunda o yüz gözüktü. Bu, gerçekten de kusursuz bir kadın yüzüydü. Güzeldi. Alımlıydı. Kendinden emindi. Sedef gibi, parlak ve gergin bir ciltte, sabah çiyeine aç bir gül goncası gibi açılan ağız, neler neler vaat etmiyordu ki! Uzun kirpiklerin gölgelediği gözler, çapkınlığın artık erkeklerden çok kadınlığa yaraşır bir nitelik olduğunu düşündürüyordu. Burun, çene, hafif çıkı şakaklar; yüzün kişiliğini veren tüm bu coğrafi

konturlar ve çerçeveler de kusursuza yakındı. Süperstarımız, yaptıklarında başarılı olmuş, amacına erişmiş, bize kadın güzelliği denen o eşsiz dünya ve Tanrı lütfundan parlak bir yansıma getirmişti.

Her kadın gibi evinde oturabilir, Allah vergisi fiziğiyle yetinebilir, kısmet olan bir evliliği yapıp çoluk – çocuğa karışabilir, en zengin bir kocayı tavlayıp sosyete partilerinde boy göstermekle mutlu olabilirdi. Yeterince ünü, yeterince parası, yeterince güzelliği vardı. Önünde açılan yolların da haddi hesabı yoktu...

Ama o, başka bir yolu seçmişti. Sanıldığıının tersine kolay olan bir yol değildi bu... Zor bir yoldu, İncil'deki deyimle bir 'dar kapı' idi. Olabildiğince güzel olmak, Tanrı'nın verdiklerinin yanı sıra, vermediklerini de fiziğine katmak... Sürekli, bir toplumun idolü olmak, güzelliği temsil etmek, kusurları yok edip var olmayan güzellikleri de güzelliğine eklemek... Yaptığı, belki de Doktor Frankenstein'ın yaptığına benzer bir işti: Sanki ve neredeyse yeni bir yaratık yaratmak... Biraz da, temel kusurlarını ve yaşın kaçınılmaz biçimde getirdiği eskimeyi, yıpranmayı, deri sarkmalarını, iç burucu kırışmaları, üzücü çizgileri yok ederek hep taze, hep güzel, hep genç bir yüz yaratması açısından, Oscar Wilde'ın Dorian Gray portresini anımsatan bir çaba...

Ama o, tüm bu çabaya, belki de sanıldığı kadar kişisel ve bencil olmayan bir amaç uğruna girişmişti. Koca bir topluma sürekli güzellik duygusu vermek, kendinden emin ve kendine güvenen bir kadının zamana meydan okuyuşunu simgelemek... Yaratışla, doğayla, zaman ve onun getirdikleriyle amansızca oynamak... İstencin, direncin, inadın damgasını yüz ve beden güzelliğinde somutlaştırmak...

Bu nedenle, o yüzü hayranlıkla, takdirle, kıvançla izliyorum. Süperstarımızın belki artık ebedilik statüsüne kavuşmuş güzelliğinden keyif duyuyorum. Tüm bu çaba ve tüm bu sonuç, kendini topluma adamanın belki çok farklı, ama çok içten bir göstergesi değil mi? '(Dorsay, 1994: 135 - 137)

60'lık Barbie Bebek Ajda Pekkan - Türe Özçelik - 11.08.2007 - Akşam

5 bin kişilik Açık hava Tiyatrosu, tamamıyla dolu. Yarıdan çoğu kadın. Kadınların da yarıdan çoğu 35 yaş üstü. Yani genç kalmanın yollarını araştırma halinde olanlar. Ve Ajda görüldü. Alkışlar cansız, pür dikkat Ajda izleniyor. Nefesler tutulmuş. Kimsenin sahneye falan baktığı yok. Gözler iki yana yerleştirilmiş dev ekranlarda. Kafalardaki soru tek; Gerçekten o kadar genç mi?

Sarı metalli elbisesi ve koca metal küpeleriyle bir Hollywood starından farksız. Çok da narin... Barbie bebek kıvamında. Kıyafetleri hazırlayan Ece Sükan'ın benim kızımdan bile çok Barbie'si olmalı. Saçı, beresi, aksesuarları ve ayakkabılarıyla bir Barbie gardırobu hazırlamış Ajda için. 'Mükemmel' demek abartı olmaz.

Yok gözleri kapanmıyor, yok tükürüğünü tutamıyor deyip dursunlar. Ajda Pekkan, pek çok kadını kendine hayran edecek kadar genç ve güzeldi. Pek çok erkeği demiyorum, çünkü kadınlar kolay kolay başka bir kadına hayran olmazlar. Hani hepimizin bildiği tüyolar vardır ya yaşı ele veren. Çene yanları, gıdı, boyun, kol altları ve sırt eğrisi gibi. İşte bunların hiçbirinden yoktu Ajda Pekkan'da. Özellikle, arkadaşım Yasemin çok çabaladı bir şeyler bulmak için ama nafile...

Ajda Boyada Kadınları cezp edecek – Magazin Servisi – 13.03.2008 – Star

Gülen Boya'nın yeni yüzü olan ve 2008 yılı içerisinde markanın reklam filmlerinde rol almaya başlayan Ajda Pekkan ile çekilen ilk reklam filmi yayınlandı. Boyacı ve nalburların yanı sıra bir diğer önemli hedef kitlesi olan kadınlara da büyük önem veren Gülen Boya, Ajda Pekkan ile çekilen yeni reklam filminde kadınlara, boyanın yaşamlarının bir parçası hatta bir yaşam tarzı olduğunu göstermeyi amaçlıyor.

Gülen Boya'nın, Türkiye'de giyim ve modada örnek alınan, sesiyle her zaman gündem oluşturan, bu özellikleri ile kadınlar tarafından her zaman sevilen ve büyük marka değeri taşıyan bir isim olan Ajda Pekkan'la aynı ortak değerlere sahip olduğu belirtildi. Bu nedenle "Yıllarca Genç Kalır" sloganı kullanıldı. Filmde Ajda Pekkan'ın "Bambaşka Biri" şarkısı kullanılıyor.

Ajda Yıllarca Genç Kalır – Şirin Sever – 12.03.2008 – Sabah

Ajda Pekkan'ın 1 Milyon dolarlık sözleşme imzaladığı Polisan Gülen Boya ilanları dün bütün gazetelerde yayımlanmaya başladı. Açıkçası, aylar öncesinden bu anlaşma haberini duyururken 'Ajda Pekkan ve boya reklamı ne alaka?' diye düşünmüştüm, nasıl bir sonuç çıkacağını da merak etmiştim. Gördüğüm kadarıyla 'cuk oturmuş'. Slogana baksanıza: 'Yıllarca Genç Kalır'. Siz bu slogana bundan iyi isim bulabilir miydiniz? Telsim reklamında Cem Yılmaz'ın Pekkan'a "Ne o, gerginsiniz bugün Ajda Hanım!" sözleri de hafızalardan uzun süre silinmemiş, slogan haline gelmişti. Demek ki Ajda Pekkan kendisiyle, genç kalma savaşıyla, bu takıntısıyla eğlenmeyi bilmesinin de büyük payı var bu işte kuşkusuz.

Arkamı Dön ve Çık Tavrımı, Ben Sende Tutuklu Kaldım'a Tercih Ederim –

Aycan Saroğlu – 11.10.2006

Nihal Bengisu: Ajda Pekkan sivridir. Onu sevmeyen daha çok kişi vardır. Beğeniriz beğenmeyiz; ama mesela fiziksel görünümü üzerindeki yenileyici, reformize edici tavrı farklı bir insanlık durumudur. Bunu çok itici bulanlar olduğu kadar, bunun aslında bir iddia olduğunu, altında bir felsefi duruş olduğunu düşünenler de vardır. Kadın kimliği bağlamında taraftarları ve karşıtları olması bakımından, iddialı bir duruşu vardır. Süperstar denmiştir; ama Ajda Pekkan, hiçbir zaman Sezen Aksu kadar genel bir kabule ulaşmamıştır. Ben Ajda Pekkan şarkılarını severim. 'Kapı açık arkamı dön ve çık' edebiyatını, 'ben sende tutuklu kaldım' edebiyatına tercih ederim.

Bir Ajda Boyu Yol – Murat Meriç – 17.03.2007 – Radikal

Kimileri onu 60'lı yıllarda çevirdiği filmlerle tanıdı, kimileri 70'lerde yaptığı 'hoppidi' şarkılarla... 80'lerde memleket popunun yüzünü ağartan yorumlara, 90'larda 'Yaz Yaz Yaz' gibi sağlam ve etkili şarkılara imza attı. 2000'li yıllarda üretimine biraz olsun ara verdi belki; ama buna rağmen hep gündemde kalmayı başardı. 1977 yılında 'kazandığı' unvanı bugüne kadar başarıyla taşıdı ve ona fazlasıyla layık olduğunu gösterdi.

Estetikleri ve aşklarıyla da konuşuldu; ama hatırlanan şey hep şarkıları oldu: Tam adıyla Ayşe Ajda Pekkan zoru başararak dört kuşağın kalbine taht kurdu.

Ajda Pekkan için 'memleketin Batıya dönük yüzü' tanımını kullanmak yanlış değil. Yakın zamanda İstanbul dergisi için bir söyleşi yaptığımız Nino Varon, 'Ajda Pekkan'dan söz etmeden önce durup iki kere düşünmek gerek' diyor ve şu üç cümleyle onu anlatıyor: "Ajda modernliğe çok açık bir kadın. Türkiye'nin geldiği bu noktada Avrupalı kimliğiyle çok önemli bir görünüme sahip. Şunu söyleyeyim; 'modern kadın' imajını, bizim kuşak Ajda'yla benimsemiştir.

Popun emekleme döneminde yaptığı plaklarla hatırı sayılır bir hayran kitlesi edinen Pekkan, 70'lerde bu müziğin popüler olmasını sağladı. O yılları sevgiyle anıyorsak, o dönemin şarkılarını bıkmadan dinliyorsak, bunda Ajda Pekkan'ın payı çok büyük. 80'lerin kısır ortamında birbiri ardına patlattığı bombalarla karanlığa delikler açtı. 90'lı yılların pop patlamasında geride duruyor gibi görünürken o yılların müziğini etkileyecek çalışmalar yaptı. Hep öncü oldu, hep önde oldu. Çağdaşlarının önünde gitti. Katalizör vazifesi gördü, tepkimeyi hızlandırdı ve pop müziği bir değil, üç değil, onlarca yıl ileriye taşıdı. Yazının başında Ajda Pekkan için 'dört kuşağın sanatçısı' tanımını kullandık. Elbette bununla kalmayacak: Daha nice kuşaklar Ajda Pekkan şarkıları dinleyerek yaşlanacak.

Estetiğin Kraliçeleri – Magazin Servisi – 10.22.2006 – Bugün

İnternette magazin haberciliği yapan Uçankuş sitesi 'Estetik sizce en çok hangi ünlüye yakışıyor' konulu bir anket düzenledi. Anketin zirvesine Deniz Akkaya yerleşti. Onu; ikinci sıradaki Ajda Pekkan takip etti

'Estetik sizce en çok hangi ünlüye yakışıyor' anketi yapıldı. Ankete 16 bin 442 ziyaretçi katıldı. Ve ankette; 4962 oy, yani yüzde 30.42'lik bir oranla eski manken Deniz Akkaya uzak ara birinci sırayı aldı. Oyların yüzde 18.34'ünü alan pop müziğin Diva'sı Ajda Pekkan, site ziyaretçilerine göre Akkaya'dan sonra estetiğin en çok yakıştığı ikinci isim 3021 oyla ikinci olan süperstar...

Estetiğin Top 10'u – Magazin Servisi – 24.08.2007 – Sabah

Kadınların estetik yaptırma tutkusu plastik cerrahide her gün başka bir yeniliğin çıkmasına neden oluyor. İstanbul Tıp Fakültesi'nden Estetik ve Plastik Cerrah Prof. Dr. Ufuk Emekli; Teknikler gelişirken kadınların istekleri ise hep aynı kalıyor: Jennifer Lopez kalçası, Ajda Pekkan burnu ve Pamela Anderson göğsü.....

Glorya'dan Ajda'ya Övgü – Okan Işık – 02.07.2007 – Bugün

Dünyaca ünlü popçu Gloria Gaynor, önceki akşam Beşiktaş'taki Bahçeşehir Üniversitesi Kampüsü'nde muhteşem bir konser verdi.

35 yıldır sahneyi kimseyle paylaşmayan Gaynor, 'I Will Survive' adlı şarkısını 'Bambaşka Biri' adıyla Türkçe okuyan Ajda Pekkan ile düet yaptı. Ajda Pekkan'ı öven Gloria Gaynor, 'Birçok ülkede birçok sanatçı bu parçayı seslendirdi ama ilk kez başka bir sanatçı ile birlikte söyledim. Ajda Pekkan'la aynı sahneyi paylaştığım için gurur duyuyorum' diye konuştu.

İşte MTV'nin Yaşlı Dediği Ajda – Magazin Servisi – 19.11.2006 – Sabah

MTV'nin yaşlı diye klibini yayınlamadığı Ajda Pekkan, konserinde 2 bin kişiyi seksiliği ve şarkılarıyla hayran bıraktı

Yerel yayına başlayan MTV Türkiye, yayın kriterleri arasına 30 yaş sınırı aldığı için Ajda Pekkan ve Sezen Aksu'nun kliplerinin de yaşları nedeniyle kanallarında yer bulamayacağını açıklamıştı. Kanalin Türkiye patronu Esra Oflaz'ın açıklamaları müzik dünyasında büyük tepki çekerken Ajda Pekkan, yıllara meydan okuyan fiziği ve performansı ile çıktığı bir konserinde daha çok gençlerin oluşturduğu kalabalık seyirciyi coşturdu. Süperstar Ajda Pekkan, Bostancı Gösteri Merkezi'nde önceki gece 2 bini aşkın seyirciye konser verdi. Sanatçı 2 saat boyunca sahnede dans edip şarkı söyledi.

Yeni şarkıları ve imajıyla her dönem gençlerin ilgisini çeken Ajda Pekkan, adeta her devrin moda belirleyicisi gibi çalışıyor. Çünkü Pekkan, siyah taytı, saten mini eteği ve

üzerindeki dantelli elbisesiyle sahnede yine moda dergilerinden fırlamış gibiydi. Ajda Pekkan BKM'nin organize ettiği konserde Elif Mısırlı'nın tasarladığı 3 ayrı elbiseyi giydi. Pekkan'ın başarısının ardında yıllardır uyguladığı yöntemler bulunuyor. Sanatçı şan eğitimini ihmal etmiyor. Konser olmasa bile haftada bir şan eğitimi almayı bırakmıyor. Konserden bir gün önce yine şan eğitimi alıyor. Giyeceği kıyafetler bir hafta öncesinden hazırlanıyor.

Repertuvarını ve programını kendisi belirleyen Süperstar Ajda Pekkan iki gün boyunca orkestrası ile prova yapıyor. Sahnede terlememek için koşu bandına çıkan sanatçı konser öncesi yarım saat koşarak mutlaka ter atıyor. Sanatçının verdiği konseri izleyen ünlü prodüktör Erkan Özerman, 'Ajda'nın son senelerde en güzel şarkı söylediği ve aradaki esprilerle devleştiği bir konserdi. İlk defa onu kusursuz buldum. Seyirci, Ajda ve müzik zirvede buluştu' yorumu yaptı.

Kimler Geldi Kimler Geçti – Feride Kahler – 14.04.2007

Türkiye uzun zamandır 'demokratikleşiyoruz' diyerek, köylülüğünü kentlere taşıdı durdu. Oysa 'kentleşme' dedikleri, kırsal yaşamın kurallarına göre yaşamaya şartlanmış çok sayıda insanın, nüfusça daha yoğun ve aslında daha sofistike ve ince değer yargıları gerektiren kentlere taşınması değildir.

Kentleşme, gelişme demektir. Kentleşme, kırsal yörelere ait değer yargılarının kentsel değer yargılarına seri ve tutarlı şekilde dönüşmesidir.

Eğer Türkiye gibi gelişme sancıları içindeki bir toplumda, kadın olarak onurunuzu korumak ve kendinizi geliştirmek kaygısını güdüyorsanız, sağlıklı kentleşme -yani kentli değer yargılarının ve kuralların işlerlik kazanması- sizin için yaşamsal önemde demektir.

Bunların Ajda Pekkan'la ne ilgisi mi var?

Ajda Pekkan (kendisi bilse de bilmese de) uzun yıllar Türkiye'deki kentli kadınların rol modeli oldu. Çarpık ve tepkisel, yani çiğ bir feminizm değil, gücünü kadın olmanın gururundan alan bir tutum sergiledi.

Kadınlar ona imrendi, erkekler önünde saygıyla ve hayranlıkla eğildi.

Söyleme, istemem! Yalandır her şeyin. Beni sevsen bile kalbim hiç bilmesin sen nesin.. (Erkek Adın, 1974) diyebilmek bir kadın için ne anlama gelir, bir düşünün.. Değil mi ki kadınların hepsi sevilme ister, o kadar ki bunu duymak ve hissetmek için nice yalanlara ve iltifatlara kanarlar, nice ihaneti ve hakareti sineye çekerler... Yalan söylediğini bildiğiniz bir erkeğe "Beni sevsen bile kim olduğunu bilmek istemiyorum, çünkü her şeyin yalan.." diyebilmek büyük bir cesaret ve özsaygı ifadesi değil midir?

'Palavra.. Palavra..' şarkısı mesela.. (Şarkının aslı, Dalida'nın Alain Delon'la düet yaptığı enfes bir çalışmadır ve benim için modası asla geçmeyecek.) Kadın gururunun ne kadar yüceltildiğini hissetmiyor musunuz o şarkıda?

Tarlanın Taşısına Kadının Sarı Saçısına Güç Yetmez – Selahattin Duman –
09.07.2006 – Vatan

Doğu insanındaki 'sarı tutkusu' ile 'sarı kuşkusu' at başı gider. Kafirler düşmandır. Kafirlerin çoğu da sarışındır. O zaman bize sarıdan hayır yoktur. Bu birinci tez. Sarışın kadınsa az bulunduğundan erkeklere daha çekici gelir. Sarı saç, fiziki özelliklerini paraya çevirmeyi tercih eden potansiyele sahip kadınların rengidir. Bu ikinci tez.

Zaman değişti. Bizde bir Batılılaşma merakı çıktı. Kendimizi Avrupalıya benzeteceğiz derken denemediğimiz şebeklik kalmadı.

Sonunda hafif meşrepliğin rengi olan sarışınlık, kadın milletinin statü belirleme gayreti yüzünden en makul şeylerden biri odu. Eline para geçenin koştura koştura kuaföre gitmesinin sebebi budur.

Bizde bu iş uzun süre Ajda Pekkan'a endeksliydi. Bir hikmet-i müteal kadın milleti kıblesini Ajda Pekkan'a göre ayarladı... O, saçını sarıya mı boyadı? Bütün memlekette sarışın patlaması olurdu. Ajda Pekkan kızıl saça heves ettiğinde de gizli polis 'N'oluyoruz?' Kızıllar aldı başını gidiyor diye alarına geçerlerdi... Allahtan kadın editörler dergi sektörünü işgal etti de kadınlığımızın üzerindeki Ajda Pekkan etkisi makul seviyeye indi...

EK 2: AJDA PEKKAN FOTOĞRAFLARINDAN BİR DERLEME











