

**T.C.  
GAZİ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI**

**POPÜLER KÜLTÜR VE İŞÇİ GENÇLİK**

**DOKTORA TEZİ**

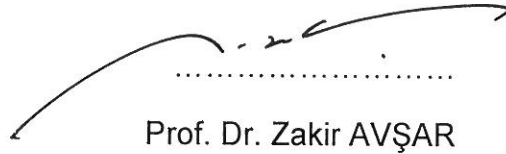
**Hazırlayan  
Mehmet GÜZEL**

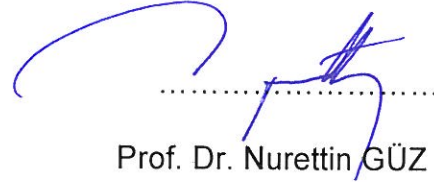
**Tez Danışmanı  
Prof. Dr. Zakir AVŞAR**

**ANKARA – 2013**

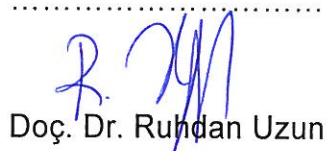
## ONAY

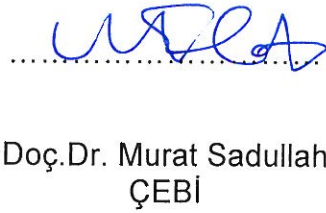
Mehmet Güzel tarafından hazırlanan "*Popüler Kültür ve İşçi Gençlik*" başlıklı bu çalışma, 18.04.2013 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oyçokluğu ile başarılı bulunarak jürimiz tarafından Gazetecilik Anabilim dalında Doktora tezi olarak kabul edilmiştir.

  
Prof. Dr. Zakir AVŞAR

  
Prof. Dr. Nurettin GÜZ

  
Prof. Dr. Nurcan TÖRENLİ

  
Doç. Dr. Ruhan Uzun

  
Doç. Dr. Murat Sadullah  
ÇEBİ

## ÖNSÖZ

Popüler Kültür ve İşçi Gençlik başlıklı bu çalışmada, gençliğin önemli bir bölümünü oluşturan işçi gençliğin yaşam biçimi, kimlik profilleri, özel hayatı, iş yaşamı, sosyal ve kültürel yaşamı ile siyasal yaşamına dair veriler, Türkiye'nin yakın geçmişini anlamada anahtar görevi gören popüler kültür olgusu çerçevesinde ele alınmıştır.

Bu çalışmada, İstanbul gibi mertopol bir kentte yaşayan işçi gençlerin yaşamının önemli bir bölümünü kapsayan popüler kültür pratikleri ve kodları yapılan alan araştırması sonucunda elde edilen veriler çerçevesinde analiz edilmeye çalışılmıştır. Araştırma, İstanbul'un çeşitli semtlerinde yer alan oto sanayi siteleri, tekstil fabrikaları ve konfeksiyon atölyeleri ile ilaç fabrikaları, metal sanayi, gıda imalat ve matbaa atölyelerinde kol emeğine dayalı işlerde çalışan, düşük gelir düzeyine sahip, çoğunlukla kentin kenar mahallerinde yaşayan 15-29 yaş aralığındaki 250 genç işçiyi kapsamaktadır.

Bu çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, popüler kültür olgusu toplumsal yaşamın üretimi olarak değerlendirilen kültür kavramı etrafında değerlendirilmiş ve popüler kültür üzerine geliştirilen kuramsal yaklaşımlar tartışılmıştır. İkinci bölümde, sınıf olgusundan başlayarak, sınıf kültürü ve işçi sınıfı kavramları tartışılmış, Türkiye'deki işçi sınıfının tarihsel gelişimi işçi gençlik ve popüler kültür olgusu bağlamında ele alınmıştır. Üçüncü bölümde ise alan araştırmasına dair veriler derlenerek grafikler eşliğinde açıklanmış ve çalışma, elde edilen bulguların değerlendirildiği sonuç bölümüyle son bulmuştur.

Çalışmanın tamamlanmasında büyük katkısı olan sayın danışmanım Prof. Dr. Zakir Avşar ve jüri üyelerine teşekkür ederim. Ayrıca, bu çalışma boyunca bana koşulsuz destek veren Güzel ailesi başta olmak üzere, sevgili Filiz Özperçin'e, Özgür Balcı'ya, Perihan Taş Öz'e, emeği geçen bütün dostlarıma ve Ankara'da ikinci ailem olan Ersoy ailesi ile beni yollarda yalnız bırakmayan kamyoncu arkadaşlara sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

## İÇİNDEKİLER

|                                                                        |                |
|------------------------------------------------------------------------|----------------|
| <b>ÖNSÖZ.....</b>                                                      | <b>i</b>       |
| <b>İÇİNDEKİLER.....</b>                                                | <b>ii</b>      |
| <b>SİMGELER VE KISALTMALAR.....</b>                                    | <b>iv</b>      |
| <b>GRAFİKLER.....</b>                                                  | <b>v</b>       |
| <br><b>GİRİŞ.....</b>                                                  | <br><b>1</b>   |
| <b>Araştırmanın Yöntemi.....</b>                                       | <b>11</b>      |
| <b>Veri Toplama Araçları .....</b>                                     | <b>11</b>      |
| <b>Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları.....</b>                      | <b>12</b>      |
| <b>Araştırmaya Temel Oluşturan Varsayımlar.....</b>                    | <b>13</b>      |
| <br><b>BÖLÜM I.....</b>                                                | <br><b>14</b>  |
| <b>KÜLTÜR KAVRAMI VE POPÜLER KÜLTÜR.....</b>                           | <b>14</b>      |
| <b>1.1. KÜLTÜR VE POPÜLER KÜLTÜR OLGUSU.....</b>                       | <b>14</b>      |
| 1.1.1. Kültür Kavramı.....                                             | 15             |
| 1.1.2. Maddi ve Toplumsal Yaşamın Üretimi Olarak Kültür.....           | 18             |
| 1.1.3. Yüksek Kültür, Halk Kültürü ve Kitle Kültürü.....               | 22             |
| 1.1.4. Popüler Kültür Olgusu, Tanım ve Özellikleri.....                | 30             |
| 1.1.5. Popüler Kültüre Kuramsal Yaklaşımlar.....                       | 36             |
| 1.1.5.1. Popüler Kültüre Olumlu Yaklaşımlar.....                       | 41             |
| 1.1.5.2. Frankfurt Okulu, Kültür Endüstrisi ve Popüler Kültür.....     | 44             |
| 1.1.5.3. İngiliz Kültürel Çalışmalar Okulu ve Popüler Kültür.....      | 48             |
| <br><b>BÖLÜM II.....</b>                                               | <br><b>57</b>  |
| <b>TÜRKİYE’DE İŞÇİ SINIFI VE GENÇLİK.....</b>                          | <b>57</b>      |
| <b>2.1. SINIF, SINIF KÜLTÜRÜ VE İŞÇİ SINIFININ TARİHİ.....</b>         | <b>57</b>      |
| 2.1.1. Türkiye’de İşçi Sınıfının Gelişimi.....                         | 68             |
| 2.1.2. 1980 Döneminin Siyasal ve Kültürel Ortamında İşçi Sınıfı.....   | 76             |
| <b>2.2. GENÇLİK OLGUSU VE TÜRKİYE’DE GENÇLİK.....</b>                  | <b>79</b>      |
| 2.2.1. Gençlik Olgusunun Kavramsal Çerçevesi.....                      | 79             |
| 2.2.2. Türkiye’de Gençliğin Tarihi.....                                | 83             |
| 2.2.3. 1980 Sonrası Dönemde İşçi Gençlik ve Popüler Kültür.....        | 90             |
| 2.2.4. Türkiye’de Gençlik Araştırmaları.....                           | 95             |
| 2.2.5. Türkiye’de İşçi Araştırmaları ve İşçi Gençlik Profil .....      | 101            |
| <br><b>BÖLÜM III .....</b>                                             | <br><b>106</b> |
| <b>ALAN ARAŞTIRMASI: İŞÇİ GENÇLİK VE POPÜLER KÜLTÜR .....</b>          | <b>106</b>     |
| <b>3.4. İşçi Gençlik Araştırmasında Elde Edilen Bulgular.....</b>      | <b>106</b>     |
| 3.4.1. İşçi Gençliğin Özel Hayatına İlişkin Veriler. ....              | 106            |
| 3.4.2. İşçi Gençliğin İş Yaşamına İlişkin Veriler.....                 | 111            |
| 3.4.3. İşçi Gençliğin Sosyal ve Kültürel Yaşamına İlişkin Veriler..... | 115            |
| 3.4.4. İşçi Gençlik, Teknoloji ve Medya Kullanımı.....                 | 124            |
| 3.4.5. İşçi Gençlik, Hayaller ve Değerler.....                         | 132            |
| 3.4.6. İşçi Gençlik, Kimlik, Siyaset ve Sosyal Katılım.....            | 139            |

|                                                       |            |
|-------------------------------------------------------|------------|
| <b>SONUÇ.....</b>                                     | <b>148</b> |
| <b>KAYNAKÇA.....</b>                                  | <b>157</b> |
| <b>EKLER.....</b>                                     | <b>169</b> |
| Ek 1 Anket Formu, Popüler Kültür ve İşçi Gençlik..... | 169        |
| <b>ÖZET.....</b>                                      | <b>174</b> |
| <b>ABSTRACT.....</b>                                  | <b>175</b> |

**SİMGELER VE KISALTMALAR**

|         |                                                                   |
|---------|-------------------------------------------------------------------|
| ADNKS   | : Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi                               |
| Akt.    | : Aktaran                                                         |
| Bkz.    | : Bakınız                                                         |
| CHP     | : Cumhuriyet Halk Partisi                                         |
| Çev.    | : Çeviren                                                         |
| DB      | : Dünya Bankası                                                   |
| DİSK    | : Devrimci İşçi Sendikaları Konfederasyonu                        |
| DP      | : Demokrat Parti                                                  |
| IMF     | : International Monetary Fund                                     |
| MEB     | : Milli Eğitim Bakanlığı                                          |
| MTTB    | : Milli Türk Talebe Birliği                                       |
| OSTİM   | : Ortadoğu Sanayi ve Ticaret Merkezi                              |
| SPSS    | : Statistical Package For Social Sciences                         |
| TİP     | : Türkiye İşçi Partisi                                            |
| TÜİK    | : Türkiye İstatistik Kurumu                                       |
| t.y.    | : Tarih yok                                                       |
| UNESCO: | United Nations Educational, Scientific and Cultural Organizations |

## GRAFİKLER

|                                                                            |     |
|----------------------------------------------------------------------------|-----|
| GRAFİK 1. İşçi Gençliğin Yaş Dağılımı.....                                 | 106 |
| GRAFİK 2. İşçi Gençliğin Cinsiyet Dağılımı.....                            | 107 |
| GRAFİK 3. İşçi Gençliğin Medeni Durumu.....                                | 108 |
| GRAFİK 4. Doğdukları Yere Göre İşçi Gençlik.....                           | 108 |
| GRAFİK 5. Yaşadıkları Yere Göre İşçi Gençlik.....                          | 109 |
| GRAFİK 6. Eğitim Durumuna Göre İşçi Gençlik.....                           | 110 |
| GRAFİK 7. İşçi Gençliğin Gelir Düzeyi.....                                 | 111 |
| GRAFİK 8. İşçi Gençliğin Gelirinden Memnuniyet Düzeyi.....                 | 112 |
| GRAFİK 9. Sosyal Güvence Durumuna Göre İşçi Gençlik.....                   | 113 |
| GRAFİK 10. İşçi Gençliğin Günlük Çalışma Saatleri.....                     | 113 |
| GRAFİK 11. İşçi Gençliğin İşteki En Büyük Sorunları.....                   | 114 |
| GRAFİK 12. İşçi Gençlik ve Boş Zamanların Değerlendirildiği Mekanlar....   | 115 |
| GRAFİK 13. İşçi Gençlik ve Boş Zamanlarını Değerlendirme Durumu.....       | 116 |
| GRAFİK 14. İşçi Gençliğin Sinemaya Gitme Durumu.....                       | 117 |
| GRAFİK 15. İşçi Gençliğin Tiyatroya Gitme Durumu.....                      | 118 |
| GRAFİK 16. İşçi Gençliğin Sanat Galerilerine Gitme Durumu.....             | 119 |
| GRAFİK 17. İşçi Gençlik ve Müzik Dinleme Alışkanlıkları.....               | 120 |
| GRAFİK 18. İşçi Gençliğin Kitap Okuma Durumu.....                          | 121 |
| GRAFİK 19. İşçi Gençlik ve Para Harcama Durumları.....                     | 122 |
| GRAFİK 20. İşçi Gençliğin Eğlence Anlayışı.....                            | 123 |
| GRAFİK 21. İşçi Gençlik ve Bilgisayar Sahipliği.....                       | 124 |
| GRAFİK 22. İşçi Gençlik ve Cep Telefonu Sahipliği.....                     | 125 |
| GRAFİK 23. İşçi Gençlik ve Televizyon İzleme Alışkanlıkları.....           | 125 |
| GRAFİK 24. İşçi Gençlik ve Televizyon İzleme Süreleri.....                 | 126 |
| GRAFİK 25. İşçi Gençlerin Televizyon Programlarını İzleme Durumu.....      | 127 |
| GRAFİK 26. İşçi Gençliğin Gazete Okuma Durumu.....                         | 128 |
| GRAFİK 27. İşçi Gençliğin Gazetede ki Bölümleri Okuma Durumu.....          | 128 |
| GRAFİK 28. İşçi Gençlik ve İnternet Kullanımı.....                         | 129 |
| GRAFİK 29. İşçi Gençlerin İnterneti Kullanım Amaçları.....                 | 130 |
| GRAFİK 30. İşçi Gençliğin Sosyal Ağları Kullanım Durumu.....               | 131 |
| GRAFİK 31. İşçi Gençlik ve Şans Oyunlarına Katılım Durumu.....             | 132 |
| GRAFİK 32. İşçi Gençliğin Şans Oyunlarına Katılım Sıklığı.....             | 133 |
| GRAFİK 33. İşçi Gençliğin Paraya Yaklaşımı.....                            | 133 |
| GRAFİK 34. İşçi Gençlik ve Hayalleri.....                                  | 134 |
| GRAFİK 35. İşçi Gençlik ve Hayallerinde İhtiyaç Duydukları.....            | 135 |
| GRAFİK 36. İşçi Gençliğin Hayallerine İnanma Durumu.....                   | 136 |
| GRAFİK 37. İşçi Gençliğin Hayatından Memnuniyet Durumu.....                | 137 |
| GRAFİK 38. İşçi Gençliğin Koşullarını Değiştirme Durumu .....              | 138 |
| GRAFİK 39. İşçi Gençlik ve Kimliğini Tanımlama Durumu.....                 | 139 |
| GRAFİK 40. İşçi Gençlik ve Sosyal Katılım (Dernek, vakıf vb. üyeliği)..... | 140 |
| GRAFİK 41. İşçi Gençliğin Üye Olduğu Kuruluşların Niteliği.....            | 141 |
| GRAFİK 42. İşçi Gençlik ve Sendika Üyeliği.....                            | 142 |
| GRAFİK 43. İşçi Gençlik ve Siyasetle İlgilenme Durumu.....                 | 143 |
| GRAFİK 44. İşçi Gençlik ve Siyasi Parti Üyeliği.....                       | 143 |
| GRAFİK 45. İşçi Gençliğin Liderleri Beğenme Durumu.....                    | 144 |

|                                                               |     |
|---------------------------------------------------------------|-----|
| GRAFİK 46. İşçi Gençliğin Yerel Seçimlere Katılım Durumu..... | 145 |
| GRAFİK 47. İşçi Gençlik ve Siyasi Parti Tercihleri.....       | 146 |

## GİRİŞ

2010 yılının sonunda edinilen verilere göre Türkiye’de genç olarak nitelendirilen 15-29 yaş grubunda 19 milyona yakın kişi vardır. Bu sayı, Türkiye nüfusunun % 26’sına denk gelmektedir. Bu gençlerin büyük bölümü kentlerde yaşamaktadır. Toplam işgücünün % 17,9’unu 15-24 yaş grubu oluştururken, TÜİK verilerine göre 15-29 yaş arası gençlerin üçte biri çalışan gençliktir<sup>1</sup>.

Bu veriler bize Türkiye’de gençliğin, toplumun önemli bir kesimini oluşturan, incelemeye değer bir kategori olduğunu göstermektedir. Ancak dikkat edilmesi gereken nokta, Türkiye özelinde gençlik denildiğinde tek bir gençlikten söz etmenin mümkün olmadığıdır, çünkü gençlik homojenlikten uzak, oldukça heterojen bir yapıya sahiptir.

Bu durum gençliği incelerken farklı kriterlere göre; üniversite gençliği, liseli gençlik, işsiz gençlik, kırsal kesim gençliği, gecekondu gençliği, işçi gençlik gibi kategorilere ayırma ihtiyacını doğurmaktadır. Ülkemizde gençlik kavramı çoğunlukla üniversite gençliği ile özdeşleştirilmiş bir kategori olarak tanımlanmakta ve daha çok bu alanda araştırmalar gerçekleştirilmektedir. Buna karşın gençliğin önemli bir bölümünü temsil eden, eğitim düzeyi düşük, kentin daha çok kenar mahallelerinde yaşayan işçi gençlikle ilgili araştırmalar ise çok sınırlıdır. Toplam işgücünün % 17,9’unu gençlerin oluşturduğu ve bu gençliğin üçte birinin işçi olduğu ülkemizde, işçi gençlik her yönüyle analiz edilmesi gereken önemli bir kategori olarak karşımızda durmaktadır.

Popüler Kültür ve İşçi Gençlik başlıklı bu çalışmada, gençliğin önemli bir bölümünü oluşturan işçi gençliğin yaşam biçimi, kimlik profilleri, özel

---

<sup>1</sup> 31 Aralık 2010 tarihi itibarıyla Türkiye’nin nüfusu 73.722.988 kişidir. Nüfusun % 50,2’sini (37.043.182 kişi) erkekler, % 49,8’ini (36.679.806 kişi) ise kadınlar oluşturmaktadır. ‘Türkiye’nin yüzde 52’sini 30 yaş altı gençler oluşturuyor. Nüfusun yüzde 26’sı 15-29 yaş arası gençlerden oluşuyor.

TÜİK’in Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi bilgilerine dayanılarak 15-29 yaş arası toplam genç insan sayısı 18.983.016’dır.

hayatı, iş yaşamı, sosyal ve kültürel yaşamı ile siyasal yaşamına dair veriler, Türkiye'nin yakın geçmişini anlamada anahtar görevi gören popüler kültür olgusu çerçevesinde ele alınmıştır. Yapılan araştırma ile Türkiye'de işçi gençliğin yaşamının önemli bir bölümünü kapsayan popüler kültür pratikleri ve kodları analiz edilmeye çalışılmıştır.

İşçi gençlik kent ortamında yaşamasından dolayı kültür endüstrisi ortamında üretilen ve tüketime sunulan popüler kültürle etkileşimi yüksek bir gençlik olarak dikkat çekmektedir. Bu yönüyle, Türkiye toplumundaki işçi gençliğin, kendine özgü bir kültürel ortam yaratması diğer bir ifadeyle işçi olmaktan kaynaklı sınıf kültürü adı verilen kültürel üretim ortaya koyması açısından hangi noktada olduğunu bu çalışmanın temel ilgi alanını oluşturmaktadır. Bu doğrultuda bugün ülkemizde özellikle de büyük kentlerde yaşamakta olan işçi gençliğin kendi yaşam pratikleri içerisinde birtakım özgün kültürel değerler üretilip üretilmediği sorusunun cevabı aranmıştır. Bu amaçla çalışmada, İstanbul gibi metropol bir kentte yaşayan işçi gençliğin, sosyo-kültürel özellikleri incelenerek, gençlerin yaşam biçimleri, kimlik profilleri, iş yaşamının özellikleri, siyasete bakışları, tüketim alışkanlıkları, eğlence anlayışları, teknoloji ve medyaya yaklaşımları özetle popüler kültür ortamıyla kurdukları bağ kapsamlı bir biçimde ele alınmıştır.

Türkiye özelinde düşünüldüğünde popüler kültür Türkiye toplumunun ve özellikle işçi sınıfının önemli bir dönüşüm yaşadığı 1980'li yıllarla birlikte siyasetten kimliğe, eğitimden eğlenceye, modadan tüketime türlü biçimlerle toplumsal hayata egemen olmuş bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Diğer taraftan, Türkiye toplumunun en önemli dinamiklerinden birini oluşturan gençlerin de 1980 sonrası yaşanan ekonomik, siyasal, kültürel gelişmelere paralel önemli bir dönüşüm yaşadığı artık kabul edilmiş bir gerçektir. Bu çalışmada bahsedilen gerçeğin analiz edilmesi için nüfusun büyük bir bölümünü oluşturan gençlerin özellikle işçi gençlerin yaşam biçimlerine odaklanılmıştır.

Türkiye’de gençliğin popüler kültürle ilişkisinin giderek yoğunlaşması ve popüler kültürün, gençlerin gündelik yaşamında egemen olması 1980’li yıllardan sonra doruk noktasına ulaşmıştır. 1980’li yıllarla birlikte küresel yeniden yapılanmaya eklemlenme süreci ve uygulamaya konan neoliberal politikalar göz önüne alındığında, Türkiye’nin ekonomik, siyasal ve kültürel alanlarda önemli değişimler yaşadığı söylenebilir. Pazar ekonomisine geçişle birlikte piyasa merkezli, tüketimle biçimlenen bir kültürel ortam ortaya çıkmıştır. 24 Ocak 1980 kararlarıyla birlikte ekonomide serbestleşme, devlet müdahalesinin sınırlandırılması, kamuya ait işletmelerin özelleştirilmesi gibi yapısal dönüşümler yaşanmıştır. Özellikle ilerleyen yıllarda sermaye hareketlerinin de serbestleşmesiyle Türkiye’de neoliberalleşme süreci daha da hızlanmıştır. 12 Eylül sonrası Türkiye toplumu, kendisini siyasal alanda etkin yurttaş olmaktan koparan koşullar nedeniyle, popüler kültür etrafında tüketimle şekillenen yeni kimliklere hapsetmiş, toplumsal ve bireysel varoluşunu artık bu temel üzerinden şekillendirmeye başlamıştır. Bu nedenle Türkiye’de gençliğin popüler kültürle ilişkisinin giderek artması ve popüler kültürün gençliğin dünyasını egemenlik altına alması 1980’li yıllardan sonra doruk noktasına ulaşmıştır.

Türkiye’nin 1980 sonrasında dahil olduğu küresel iktisadi piyasa düzeninin koşulları doğrultusunda iç piyasalarda değişen üretim biçimleri ve ilişkileri, aynı zamanda sosyo-kültürel yapıda da birtakım değişim ve dönüşüm süreçlerinin yaşanmasına ve toplumda yeni davranış kalıplarının ve yaşam tarzlarının oluşmasına zemin hazırlamıştır. Örneğin büyük kent merkezlerimizde yeni yaşam biçimleri ve farklı sosyal ilişkilerin şekillendiği yeni tüketim mekânları ve alışveriş merkezleri açılmaya başlamıştır. Adeta kentte yaşayanlar için popüler kültürün önemli bir boyutunu oluşturan boş zamanı değerlendirmek, tüketme eylemi içinde olmak ile eş anlamlı hale gelmiştir (Bali, 2004). Bu dönemde Türkiye bir kitle toplumu görünümü almaya başlamış ve gündelik yaşama kitle iletişim araçlarının yaydığı kültür olan popüler kültür egemen olmaya başlamıştır. Bu anlamda popüler kültür genel olarak görüntüyü merkeze alan ve görselliği vurgulayan kitle iletişim

araçlarının ve kültür endüstrilerinin imal ettiği kültür olarak ortaya çıkmıştır. Teknolojik gelişmelerin üretim süreçleri aracılığıyla sosyal yaşamın bütün kurumsal ve kültürel ilişkilerini biçimlendirdiği bir ortamda, insanları yönlendiren en etkili araç olarak işlev gören medya ve reklam sektörü gündelik yaşamda popüler kültürü hakim kılmıştır.

Medya ve reklam kuruluşları kültür endüstrileri aracılığıyla istediği kültürel içeriği seçerek popülerleştirip ticari mal haline dönüştürebilme, istemediğini ise kenara iterek kötüleyip marjinalleştirebilme yeteneğine ve imkanına sahip hale gelmiştir. Öncelikle televizyon ve son yıllarda ise internet ağıyla yayılan ve sınır tanımayan, kültürün bu yeni versiyonunun yani kitle iletişim araçlarının yaydığı kültür anlamında medya kültürü (Kellner, 1995) olarak da nitelendirebileceğimiz popüler kültürün, tek tipleştirici ve kimliksizleştirici boyutunun Türkiye toplumunda özellikle gençleri hedef aldığı söylenebilir.

1980'li yıllarla birlikte Türkiye'de yaşanan toplumsal, ekonomik ve siyasal dönüşümlerden en fazla etkilenen kesimlerin başında çalışanların, bir başka ifadeyle işçi sınıfının geldiği söylenebilir. 12 Eylül 1980 askeri darbesi, Türkiye'de pek çok alanda olduğu gibi emek hareketi ve işçiler açısından da etkileri uzun süre silinmeyecek izler bırakmıştır. Çalışma hayatı sermayeden yana yeniden düzenlenmiş, sendikal hareket zayıflamış, ücretli emek yoksullaşmış, işçiler siyasetten uzaklaştırılmıştır. Özellikle 1980'li yıllarda uygulanmaya başlanan politikalar vasıtasıyla sermayenin işgücü üzerindeki tahakkümünün artması ve yasal değişikliklerle işgücü piyasalarının düzensizleşmesiyle işçi birlikleri ve sendikalar zayıflamıştır. Bu zayıflama ve gerileme, sınıf bilincinin önemini yitirmesine, çalışan kesimlerin ve işçi sınıfının tepkisizleşmesine neden olmuştur. Feroz Ahmad'ın (2006:247-248) da belirttiği gibi Türkiye işçi sınıfı 1980'lerde kelimenin hem gerçek hem de mecazi anlamında müthiş bir darbe almıştır. Genç işçiler ve öğrenciler hapse atılmış ve siyasetten vazgeçmeye zorlama amacıyla işkence görmüştür. Bu

gelişmelere bağlı olarak, toplumdaki sınıf temelli kültür, birliktelik, dayanışma duygusu ve mücadele kültürü erozyona uğramıştır.

1980 sonrasında kapitalist üretim sürecinin yeni örgütlenmelerinin Türkiye’de uygulanmaya başlamasıyla emeğin nitelikleri ve işgücü örgütlenmesinin farklılaştığı da söylenebilir. Bu farklılaşmaya paralel olarak, sadece üretim ilişkileri içindeki yerine bağlı olarak tanımlanan işçi sınıfı kimliği yerine; tüketim kalıpları ve gündelik hayat tarzıyla bağlantılı olarak tanımlanmaya başlayan bir işçi sınıfı kimliği ön plana çıkmıştır. Kentli işçi sınıfının tüketim kalıpları, yaşam biçimleri, popüler kültürle kurdukları bağ, siyaset ve sınıf algıları, sınıf kültürü ve kimliğinin birer ögesi olarak ele alınmaya başlanmıştır. Kapitalist toplumda bir üretim unsuru olarak değerlendirilen işçi gençlerin, aynı zamanda yaşam biçimleriyle ilişkili olarak bir tüketim unsuru olarak da ele alınması gerektiğinden hareketle bu araştırmanın merkezine popüler kültür olgusu oturtulmuştur. Bu bakış açısına paralel olarak çalışma içerisinde, işçi sınıfının özgül bir kesimini oluşturan işçi gençlikle ilgili analizlerde, şimdiye kadar sözü edilen değişkenlere 1980 sonrası yaşanan ekonomik, toplumsal, kültürel ve siyasal gelişmeler eşliğinde yer verilerek bir işçi gençlik profili ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır.

1980 sonrası dönemde ortaya çıkan değişimler, özgürlüklerin kısıtlanması, her türlü toplumsal muhalefetin bastırılması gibi etkenler, 1980’lerin başında doğan, 1990’lı ve 2000’li yıllarda “hayata atılan” gençlerin yaşamını derinden belirlemiştir. Ana akım medyada ve gündelik kullanımda “80 sonrası kuşak” olarak nitelenen, siyasete ilgisiz, kayıtsız ve yalnızlaşmış bu gençlik, kendini ifade etme, toplumsal bir kimlik kazanma, birey olma, özgürleşme, hayata dair inisiyatif alma konularında sürekli engellerle karşılaşmıştır. 1980 sonrası dönem, Türkiye’nin siyasal kültüründe bir kırılmayı simgelediği gibi, modernist gençlik anlayışından da kopuş anlamına gelmektedir. Neyzi (2011) bu noktada 1923–1950 dönemini modernleşmeci gençlik olarak değerlendirirken, 1950–1980 dönemi öğrenci hareketleri ile çatışmalı geçen ve gençliğin ulusa yönelik bir tehdit olarak algılandığını, son

dönemi ise (1980 sonrası) modernleşmeci gençliğin ciddi bir kırılmaya uğradığı, apolitik bir tüketiciler yığını olarak kurgulandığını belirtmektedir.

1980 sonrası dönemi bekli de en iyi ifade eden kavram “köşeyi dönmektir”tir; bu deyiş yozlaşmanın ve kamusal kaynakların özel amaçlar için kullanımının eşlik ettiği medya ve ekonomik liberalleşme çağında “özel” yaşamın fütursuzca sergilenişi ve tüketim merkezli yaşam biçimlerini çağrıştırmaktadır. Bu anlayışla en fazla özdeşleşen de gençliktir. Hem Cumhuriyet hem de 68 kuşağının kamusal alandaki kültürel ağırlıkları göz önüne alındığında “Özal kuşağı” ya da “1980 sonrası kuşak” olarak adlandırılan gençler, kolektif sorumluluktan yoksun, bencil ve bireyci tüketiciler olarak resmedilmektedir (Neyzi, 2011:130-131). İşte böyle bir ortamda toplumsal hayatı, yaşam biçimlerini, değerleri ve kimlikleri önemli ölçüde belirleyen popüler kültür, tüketimle, eğlenceyle, modayla, imajlarla ve hedonizmle ifade edilebilecek başat kültürel bir olgu olarak karşımıza çıkmıştır. Bu başat kültürel ortamın gençliği toplumsal ilişkilerinden, kimliğinden, pratiklerinden uzaklaştırarak popüler kültürün sunduğu türlü kimliklerle, değerlerle, ürünlerle yaşamaya başlamamasına neden olduğu söylenebilir.

İşçi sınıfı içinde önemli bir yer tutan işçi gençlik üzerine yoğunlaşan bu çalışma kaçınılmaz olarak sınıf ve kültür olgusunu birlikte ele almayı gerekli kılmaktadır. Kültür, insanların maddi varoluş koşulları ile şekillenen bir olgu olduğundan çözümlemeyi de bu sınıfsal varoluş üzerinden yapmak doğru olacaktır. Karl Marx, kültürün genel yaşam koşullarımızdan ayrılmaz olduğunu, sınıflı bir toplumda, kültürün zorunlu bir sınıfsal içerik ve anlam taşıdığını ve toplumların tarihsel gelişimlerinde insanlar ve sınıflar arası ilişkilerin değişimine bağlı olarak, kültürün de değiştiğini vurgulamıştır. Buna bağlı olarak, maddi üretim ilişkilerine ve sınıfa dayanan ve sınıfsal olarak yaratılan kültür, o sınıfın ya da grubun bütün bir yaşam biçimini ve pratiğini belirler. Bu çalışma açısından düşünüldüğünde işçi gençlerin kültürlerini

oluşturan onların bütün bir yaşamını belirleyen içinde oldukları üretim ilişkileridir. İşçi gençler, kentin yoksul mahallelerinde yaşayan emeğini düşük ücret karşılığında pazarda sunan bireylerdir. Onların yaşamını belirleyen, çalışma koşulları ve bu koşullara paralel olarak içine girdikleri yaşam pratikleridir. Maddi yaşam koşullarının getirdiği düşük ücret, eğitimsizlik, ortalamanın altındaki yaşam standartları onları sınırları ve koşulları belirlenmiş bir dünyaya bağlamaktadır. Bu nedenle de popüler kültürü sınıfsal bir toplum analizi ile açıklarken işçi gençlerin toplum içindeki konumunu ve kültürel durumunu, sınıfsal varoluşlarına bir başka ifade ile üretim ilişkileri içindeki yerlerine bakarak ele almak gerekmektedir.

Kapitalist toplumlarda popüler kültür yaşamın her alanına yayılmıştır. İşçi olsun, genç olsun, eğitilmiş, eğitimsiz olsun her kesimden insanın yaşamının içine sızmıştır. Bu nedenle, popüler kültürü sadece kitle iletişimi araçları vasıtasıyla topluma yayılan bir olgu olarak sınırlamak doğru değildir. Popüler kültür, televizyonda, gazetede, internette, alışveriş merkezinde, sinemada, giyim kuşamda, futbolda, tüketimde, sokakta, her yerdedir ve farklı görüngülerle karşımıza çıkar. Popüler kültürün temel toplumsal işlevi, var olan ilişkilerin sürdürülmesini sağlamak, başkaldırı ve özgürlük arayışını törpülemek, tüketim ve çoğunluğa uymayı teşvik etmektir. Bu nedenle popüler kültür, gündelik yaşamın kültürü olarak değerlendirilebilir. Bireyi ya da toplumu içinde olduğu gerçekliğin olumsuz yanlarından kurtarmaya yarayan gündelik, geçici ve yapay mutluluklar üreten bir kültürdür.

Popüler kültür ürünlerinde dile getirilen fantazyalar, egemen sınıfların karşısında yer alan sınıfların içinde üretilmiş olsalar bile, günümüzün teknoloji dolayimli toplumlarında aldatıcı bir karakter taşıdıkları ve dile getirdikleri toplumsal/bireysel beklentiler halk kesimlerinin gündelik pratikleri içinde ve büyük ölçüde iktidar bloğunun hegemonik kültürü bağlamında, onun tarafından biçimlendirilerek üretildiği için, gerçekliğin görülmesini engellerler. Dar anlamıyla, emeğin gündelik olarak yeniden üretilmesinin bir girdisi olan eğlenceyi içerirken, geniş anlamıyla, belirli bir yaşam tarzının ideolojik olarak

yeniden üretilmesinin ön koşullarını sağlar. Gündelik ideolojinin yaygınlaşma ve onaylanma ortamını yaratır (Batmaz, 1981: 163) aynı zamanda gündelik olandan daha yoğun olan ama onun ritmiyle iç içe geçen rutinleşmiş hazlar sağlar ve coşkusal doyumuyla disiplin oyununu da meşrulaştırır (Mutlu, 2005: 314-315). Popüler kültürün her gün yaşanan deneyimleri kapsayan inançları ve uygulamaları: yenilen yemekler, giyilen kıyafetler, birlikte vakit geçirilen insanlar ve paylaşılan dedikoduları içerdiğini vurgulayan Harrington ve Bielby (2001: 2) gibi Tony Bennet da bugün popüler kültür kavramının herkesin sevip yaptığı, tükettiği şeyler; ya da insanın köklü yaratıcı dürtülerine dayanarak ürettikleri şeyler gibi, farklı kullanımlarının bulunduğunu belirtir (Tomlinson, 1999:114).

Popüler kültürün diğer ürünler gibi endüstriler tarafından üretildiği söylenebilir (Harrington ve Bielby, 2001: 5). Bu görüşe göre popüler kültür, kitle üretim endüstrileri tarafından üretilen ürünlerin yaygın kullanım alanına dönüştürülerek kapitalist sermaye lehine dönüşüme uğratılır. Böylece popüler kültür kavramı pazarda üretilen ve satılan diğer mallar gibi, ticari bakımdan üretilen ve pazarlanan kültür yerine taşınarak (Erdoğan, 2004: 74) en genel yaşam alışkanlıklarının görsel ve sözel olarak yeniden üretilmesini sağlayan bir kitle kültürüne (Batmaz, 1981: 164) dönüşür.

Popüler kültür kavramı, bu kültürü paylaşan, tüketen insanların dahil olduğu grup ve sınıflar belirtildiği ölçüde sınıfsal niteliğe bürünebilmekte, aynı şekilde bu kavram sınıf ve grupları birleştiren kültürel yönelimlerden bahsedilmesini de mümkün kılmaktadır. Stuart Hall'un sınıf ve popüler kültür ilişkisinde ortaya koyduğu gibi kavram hem halka ait hem de yaygın anlamlarıyla kullanılabilir. Ancak popüler kültür yaygın ama halka ait değildir; halka sunulan bir kültürdür. Bu kültür kitle iletişim araçları başta olmak üzere birçok şekilde yaşamın her alanında kendisine yer bulmaktadır.

Sunduğu dünya ve dolaşıma sokmuş olduğu değerler açısından popüler kültür gençlerin dünyasında önemli bir yer tutmaktadır. Gençlerin

kendi yaşam pratiklerinden ortaya çıkmayan, dıştan dayatılan ve tüketime yönelik olarak sunulan popüler kültürün, işçi gençlerin kültürel dünyasını belirlediği söylenebilir. Diğer taraftan, her ne kadar kültürün oluşmasında tek yönlü bir ilişki varsa ve gençler bu oluşum sürecinde pasif gözükse de kültür bir mücadele alanıdır. Bu mücadeleyi belirleyen de bireylerin (gençlerin) sınıfsal konumlarına ne kadar aidiyet sağladığıdır. Burada işçi gençlerin sınıfsal konumları ve kendilerinin dışındaki dünyanın ürettiği popüler kültür arasında bir çatışma vardır.

Hall'ün (1999) belirttiği şekilde kültür, bir ittifak (razı olmak anlamında), direnç arenası ve kısmen de olsa egemenliğin (hegemonya) ortaya çıktığı ve güvence altına alındığı yer olarak tanımlanmaktadır. Bu düşünceye katılan John Storey'e göre (2000: 12) kültür alanı, hem ideolojik mücadelenin yapıldığı hem 'birleşme' ve 'direniş'lerin olduğu hem de hegemonyanın kazanılıp kaybedildiği geniş bir alandır. Bu yaklaşımdan yola çıkarak aslında kültürün önemli bir yanını oluşturan ve gündelik hayatın büyük bir kısmını belirleyen popüler kültürün de bir egemenlik alanı olduğu söylenebilir. Storey'e göre kapitalist sanayi toplumu etnik, cinsel ve sınıfsal açıdan eşitlikçi olmayan temeller üzerine oturtan bir toplum biçimi olarak algılamak gerekir. Bu eşitsizliğin olduğu temel alanlardan biri de kültürdür. Bu açıdan kültür, tabi (yönetilen) grupların, egemen grupların çıkarlarını yansıtan anlamların zorla kabul ettirilmesine karşı direndiği bir sürekli mücadele alanıdır. Bu da kültürü ideolojik kılan şeydir (Storey, 2000: 11).

Popüler kültür de bu anlamda ideolojiktir. Sadece somut üretilen ürünlerin ve kitle iletişim araçlarına yansıyan kültürel unsurların tüketimini içermez. Belirli bir yaşam biçimi, değerler, kimlik ve dünyaya bakış açısı sunar. Örneğin, popüler kültür etrafında şekillenen değerler, şans önemsemeyi, kısa yoldan köşe dönmeyi, çalışmaktan çok şansa inanmayı, gününü yaşamayı, tüketerek var olmayı, siyasetten uzak durmayı önerir. Dolayısıyla popüler kültür, kapitalizm yanlısı ideolojileri aktif olarak yayar. Tüketme, kısa yoldan para kazanma ve sınıf atlama odaklı çalışma, bireysel

başarı ile ilgili mesajlar popüler kültür ürünlerinin tipik özelliğidir. Bu bakış açısı, işçi gençlerin kendilerine dair kültürel bir ortam ve kimlik geliştirmelerini, birlikte hareket etme ve kolektif eylemde bulunmalarını engelleyerek popüler değerleri hakim kılmakla sonuçlanabilir.

Hall (1997:15) çalışan halkın, emekçi sınıfların ve yoksulların kültürü üzerinde sürekli bir mücadelenin olduğunu ve bu gerçeğin popüler kültürün temeli ve dönüşümlerine ilişkin çalışmaların başlangıç noktasını oluşturması gerektiğini belirtmektedir. Bu nedenle de işçi sınıfının bir bölümünü temsil eden işçi gençliğin kendine özgü kültürel değerlerini yaratma koşulları ve popüler kültür karşısında nasıl konumlandığını ortaya koymayı amaçlayan bu çalışmada, popüler kültür, işçi gençlerin gündelik yaşam pratikleri, iş yaşamı, hayatı algılayış biçimleri, gelecek, özgürlük ve hayalleri üzerine düşünceleri, siyasal tercihleri, toplumsal katılım düzeyleri, aileye ve topluma bakış açıları, kimliklerini ifade ediş şekilleri, medyada sunulan ürünleri ve değerleri algılayış biçimleri, para ile kurdukları bağ, harcama alışkanlıkları ve eğlence anlayışları başta olmak üzere kapsamlı bir analiz çerçevesinde ele alınmıştır.

İncelenen konu gereği farklı boyutlara ve içeriğe sahip olan bu çalışma, üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, maddi ve toplumsal yaşamın üretimi olarak kültür ve popüler kültür kavramları üzerinde ayrıntılı bir çözümleme yapılarak, popüler kültür üzerine geliştirilen kuramsal yaklaşımlar tartışılmıştır. İkinci bölümde, sınıf olgusundan başlayarak, sınıf kültürü ve işçi sınıfı kavramları üzerinde durularak, Türkiye'deki işçi sınıfının tarihsel gelişimi işçi gençlik ve popüler kültür olgusu bağlamında ele alınmıştır. Çalışmanın alan araştırmasına dair bulguların değerlendirildiği üçüncü bölümde ise elde edilen veriler grafiklerle desteklenerek, analiz edilmiştir.

## **Araştırmanın Yöntemi**

İşçi gençlerin yaşamının önemli bir bölümünü belirleyen popüler kültür pratikleri ve kodlarının neler olduğu yönünde bir analizin yapıldığı bu çalışma, tarama modeli niteliği taşımaktadır. Bu tür araştırmalara tanımlayıcı araştırmalar da denilmektedir. Bu araştırmalar sonucu etkileyebilecek faktörleri değiştirmeden var olan olay ve olguları açıklamak üzere tasarlanmaktadır (McMillan, 2000:177). Araştırmaya konu olan olay, birey ya da nesne kendi koşulları içinde olduğu gibi kabul edilir (Karasar,1998:77). Bu tür araştırmalarda, bir evren veya örnekleme herhangi bir zamanda meydana gelen olay veya olgular açıklanmaya çalışılır (McMillan, 2000:196).

## **Veri Toplama Araçları**

Bir durumu var olduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan tanımlayıcı çalışma niteliğindeki (Arlı ve Nazik, 2001:5) bu tür araştırmalarda soru kağıdı (anket tekniği) ya da görüşme tekniği kullanılır (Gökçe, 1999:70). Tarama modeli niteliğindeki bu çalışmada, veri toplama tekniği olarak anket kullanılmıştır. Araştırmanın amacına yönelik olarak oluşturulan 47 soruluk anket formu, 1 Aralık 2010 – 30 Ocak 2011 tarihleri arasında İstanbul'un çeşitli semtlerinde yer alan oto sanayi sitelerinde, tekstil fabrikaları ve konfeksiyon atölyelerinde, ilaç fabrikalarında, metal sanayide, gıda imalat ve matbaa atölyelerindeki 250 genç işçiye uygulanmıştır.

İşçi gençliğe dair elde edilen veriler, işçi gençlerin popüler kültürle ilişkisi, özel hayat, iş yaşamı, sosyal ve kültürel yaşam, teknoloji ve medya, hayaller ve değerler ve son olarak kimlik, siyaset ve sosyal katılım başlıklarında ele alınmış ve işçi gençliğin yaşamına dair popüler kültür pratikleri ve kodları ortaya konmuştur.

Çalışmada işçi gençliğe dair verilerin toplanmasında anket tekniğinin yanında zaman zaman işçi gençlerle yüz yüze görüşmeler de yapılmıştır. İşçi

gençlerin yaşadıkları mahalleler, boş zamanlarında gittikleri kahvehaneler, birçok defa ziyaret edilmiş hatta anketlerin birçoğu buralarda yapılmıştır.

Araştırmaya katılan gençlerin cevapladığı anketler sonucunda elde edilen veriler, SPSS (Statistical Package For Social Sciences) istatistik programı vasıtasıyla değerlendirilmiş ve yüzdelik dilimleri grafiklerle açıklanmıştır. Araştırmacı açık uçlu sorulara verilen cevapları gruplayarak SPSS programına işlemiş ve değerlendirmiştir.

### **Kapsam ve Sınırlılıklar**

Bu çalışma, İstanbul'da gençlerin yoğun olarak çalıştığı oto sanayi sitelerinde, tekstil fabrikaları ve konfeksiyon atölyelerinde, ilaç fabrikalarında, metal sanayide, gıda imalat ve matbaa atölyelerinde yapılmıştır. Araştırmada söz konusu sektörlerde çalışan 15-29 yaş aralığındaki toplam 250 genç örneklem kapsamına alınmıştır.

Gerek çalışma ortamı, gerekse de çalışma biçimi açısından kol emeğine dayalı çalışmanın yoğun olduğu sektörler tercih edilmiştir. Tercih edilen sektörler ise oto sanayi, metal, tekstil, gıda, matbaa ve ilaç biçimindedir. Bu sektörlerin seçilmesinin öncelikli nedeni ise İstanbul il sınırları içerisinde yer almaları ve kolay erişilir olmalarıdır.

Çalışmanın konusu işçi gençlik olarak sınırlandırıldığı için diğer gençlik kesimlerinin örneğin üniversite gençliğinin bu çalışmanın dışında bırakılması uygun görülmüştür. Çünkü bu çalışmanın temel sorunsallarından bir de popüler kültürün işçi kültürüyle ilişkisini sorgulamaktır. Gerek medya aracılığıyla kitlelere ulaştırılan gerekse de kent yaşamının çeşitli ortamlarında üretilen popüler kültürün genellikle işçi gençler tarafından çok daha erişilebilir olduğu kanaatinden dolayı alan araştırmasının merkezine işçi gençlik yerleştirilmiştir.

### **Araştırmaya Temel Oluşturan Varsayımlar**

İşçi gençlik ve popüler kültür ilişkisini incelemeyi amaçlayan bu çalışmayı yönlendiren temel varsayım şudur:

-Popüler kültür alanının merkezinde gençlik yer almaktadır. Öyle ki toplumun genç kesimi, bu çalışma açısından işçi gençlik, içinde bulunduğu koşullarla bağlantılı olarak yaşamının büyük bir bölümünü kendi sınıfsal konumundan kaynaklı bir sınıf kültürü yerine, popüler kültürle şekillenen pratikler ve kodlarla biçimlendirmektedir.

Bu temel varsayıma bağlı olarak araştırma şu özel varsayımlar doğrultusunda yönlendirilmiştir:

-Popüler kültürün tüketim alanında özellikle de düşük eğitim ve gelir düzeyine sahip kentte yaşayan işçi gençlik yer almaktadır.

-Kent ortamında, kol emeğine dayalı işlerde düşük ücretle çalışan işçi gençliğin iş dışı zamanında popüler kültür başat bir konuma sahiptir. Bu nedenle işçi gençlik, yaşamının önemli kesitini popüler kültürün yaygın kodlarıyla biçimlendirme eğilimindedir.

-Popüler kültür, işçi gençlerin sınıfsal var oluşlarına paralel olarak biçimlenmesi düşünülen sınıf kültürünün oluşmasını engelleyici özellikler taşımaktadır.

## **BÖLÜM I**

### **KÜLTÜR KAVRAMI VE POPÜLER KÜLTÜR**

#### **1.1. KÜLTÜR VE POPÜLER KÜLTÜR OLGUSU**

Popüler Kültür ve İşçi Gençlik başlıklı çalışmanın bu bölümünde, araştırmanın temel eksenini oluşturan kültür ve popüler kültür olgusu üzerinde ayrıntılı bir şekilde durulmuştur. Başta iletişim kuramları ve sosyolojisi olmak üzere sosyal bilimlerin birçok alanında yoğun olarak incelenen konuların başında gelen kültür ve popüler kültür kavramları; araştırmanın diğer boyutunu oluşturan işçi gençlik ve sınıfsal paradigma üzerinden kurulan ilişkiyle birlikte analiz edilmiştir. Çünkü Swingewood'un (1996:51) da belirttiği gibi kültür tarafsız bir kavram değildir; tarihseldir, özgüldür ve ideolojiktir. Hem kavram hem de çözümleme yöntemi açısından ortada önemli bir konu vardır: Kültür bir toplumsal oluşum içindeki özgül belirlenimlerden ayrı olarak var olamaz. Kültür, toplumsal ilişki ve pratikler bütününe oluşturan toplumun -ekonomik, siyasal ve eğitsel gibi- çok sayıdaki düzlem veya yapıları içinde ve bunlar aracılığıyla gelişir. İşçi sınıfı içinde önemli bir yer tutan işçi gençlik üzerine yoğunlaşan bu çalışma kaçınılmaz olarak sınıf olgusunu ele almayı gerekli kılmaktadır. Kültür, insanların maddi varoluş koşulları ile şekillenen bir olgu olduğundan çözümlemeyi de bu sınıfsal varoluş üzerinden yapmak doğru olacaktır. Bu nedenle de popüler kültürü, sınıfsal bir toplum analizi ile açıklarken; işçi gençlerin toplum içindeki konumu ve kültürel durumlarını da sınıfsal varoluşlarına yani üretim ilişkileri içindeki yerlerine göre değerlendirmek gerekmektedir. Bu bölümde, kültür ve popüler kültür kavramları; maddi yaşam koşullarının üretimi ve sınıfsal konumla oluşturduğu bütünlük açısından ele alınmıştır.

### 1.1.1. Kültür Kavramı

Sosyal bilimler literatüründe -tıpkı popüler kültürde olduğu gibi- kültür kavramının tanımlanması konusunda da önemli bir çeşitlilik hâkimdir. Amerikalı iki antropolog Alfred Kroeber ve Clyde Kluckh n, 1952 yılında yayımladıkları bir antolojide, kültür kavramının 164 farkı tanımını derlemişlerdir (Güvenç, 1993: 95). Bu durum bize kültürün ne kadar tartışmalı bir kavram olduğunu göstermektedir.

Orhan Hançerlioğlu, (1980: 362-363) Latince'de ekip bı mek anlamına gelen "cultura" kelimesinden gelen kültür kavramının, Felsefe Ansiklopedisi'nde oldukça kapsamlı ve çok yönlü bir açıklamasını vermektedir. O'na göre kültür, çoğunlukla bir toplumun duyuş ve düşünüş birliğini sağlayan bütün değerlerinin toplamı olarak tanımlanabilir ve toplumun gelenek, görenek, düşün ve sanat değerleri gibi bütün değerlerini kapsar. Daha geniş bir ifadeyle kültür, insanların toplumsal yaşamlarında tarih boyunca ürettikleri bütün özdeksel ve tinsel (maddi ve manevi) değerler olarak tarihsel bir boyut kazanır.

Bozkurt Güvenç (2004: 14-15) de kavramın çok boyutluluğuna vurgu yaparak kültürü, "toplumun  yesi olan insanın, yaşayarak, yaparak öğrendiği ve aktarıp öğrettiği maddi, manevi her şeyden oluşan karmaşık bütün" olarak tanımlamakta ve kültürün kapsamını ise "toplumu oluşturan kişileri bir arada tutan ve birbirine bağlayan, dil ve haberleşme süreçlerini, sanatlarını, inançlarını, törelerini, hukuk ve yönetim kurumlarını, üretim ve tüketim düzenlerini de içine alır" cümlesiyle betimlemektedir.

Nermi Uygur'a (2003:17) göre ise 'kültür': insanın ortaya koyduğu, içinde insanın var olduğu tüm gerçeklik demektir. Öyleyse, kültür deyimiyle insan dünyasını taşıyan, yani insan varlığını gördüğümüz her şey anlaşılabilir. İnsanın nasıl düşündüğü, duyduğu, yaptığı, istediği; insanın kendine nasıl baktığı, özünü nasıl gördüğü; değerlerini, ülkülerini, isteklerini nasıl düzenlediği, bütün bunlar hep kültürün öğeleridir. İnsanlar arasındaki

her çeşit karşılıklı etkileşmelere, her türlü yapıp yaratma alışkanlıklarına, bütün “manevi” ve “maddesel” yapıt ve ürünlere kültür denir.

Kültürü fikirlerle eşleyen ve seçkin bir yaklaşımla tanımlayan M. Arlond’a göre kültür “dünyada düşünülen ve söylenenlerin en iyisi”dir (Özbek, 2006:76). Bu tanımlamanın aksine daha betimleyici ve etnografik bir tanımlama getiren Raymond Williams’a (1993: 11) göre ise kültür “bir yaşam tarzı”dır. Ona göre kültür, yalnızca sanat ve öğretimde değil aynı zamanda kurumlarda, sıradan günlük davranışlarda belli anlam ve değerleri ifade eden bir yaşam tarzına işaret etmektedir. Bu tanıma göre kültür analizi, belirli bir kültürdeki açık ya da örtük anlam ve değerlerin ortaya çıkarılması anlamına gelmektedir.

Williams (1993: 15) kültürün önceleri hayvan ve bitki yetiştirilmesi anlamında kullanıldığını, daha sonra insanın bilgi ve becerilerinin geliştirilmesini de ifade etmeye başladığını belirtir. Kavramı daha geniş bir çerçevede değerlendirerek, i) Gelişmiş bir zihin durumu ii) bu duruma varma süreçleri ve iii) bu süreçlerin araçları (sanatsal ya da entelektüel etkinlikler) olmak üzere üç ana grupta toplanan geleneksel kültür tanımını daha da aşarak “belirli bir halkın ya da sosyal grubun genel hayat tarzı” olarak tanımlamaktadır. Onun için kültür; sadece geleneksel ve entelektüel üretim biçimlerinin ifadesi olmaktan çıkarak, bugün bu karmaşık ve gereğince genişlemiş alanı kurgulayan bütün imgesel pratikleri –sanat ve felsefeyi de içerecek şekilde dilden gazeteciliğe, moda ve reklamcılığa kadar– bütün alanları kapsar hale gelmiştir (Williams,1993: 10-11).

Kültür insanların ve toplumların deneyim alanları içinde yer aldığına, onların yaşam biçimlerinin önemli bir anlatım aracı olarak kabul edildiğine göre onun bir süreç olarak ele alınması ve incelenmesi gerekir. Bu süreç bir yandan geçmişte üretilen yaşam deneyimlerinin bir ürünü olan ve bu deneyim alanını oluşturan değerleri, gelenek ve görenekleri içerirken; diğer yandan da gündelik yaşamın içinde oluşan pratikleri ifade eder. Kültür adı verilen bu

süreci toplumsal yaşamda sürekliliği olan diğer süreçlerden de soyutlamamak gerekmektedir. Bilindiği gibi toplumsal sistemin işleyişi siyasal, ekonomik ve elbette ki kültürel süreçlerin işlerliğine bağlıdır. Bu süreçler iç içe ve koşut bir işleyiş göstermek zorundadırlar. Dolayısıyla kültür bu siyasal ve ekonomik dönüşümlerin etkisinde ve yönlendirmesindedir (Alemdar ve Erdoğan, 1994: 168).

İrfan Erdoğan ve Korkmaz Alemdar (2005: 26) kültürün bütün bir insan yaşamını kapsayıcı bir özellik taşıdığına dikkat çekerek, kültürün bir egemenlik ve mücadele alanı olduğunu savunur: “İster popüler ister kitle veya sınıf kültürü olsun, isterse bir materyalin ve materyal olmayanın (düşünselin, inancın) üretimi olsun, kültürle üretilen belli biçimdeki materyal yaşam ve bu yaşamın ideolojisi ve bilincidir.” Yaşamın ideolojisi ve bilincinin üretimi de materyal kültürün üretim özellikleriyle beraber gider, onun tarafından belirlendikten sonra onunla etkileşime başlar. Bu etkileşim sürecinde sadece egemen kültürler yeniden-üretilip sürekliliği sağlamaya çalışmaz, aynı zamanda karşıt olan kültürler de üretilir ve mücadele verilir. Dolayısıyla kültür alanı, insan yaşamının tümünü kapsayan egemenlik ve mücadele alanıdır.

Kültürün çok farklı anlamları çağrıştıran değişik tanımlamaları olmasına karşın kavram üzerine yapılan bu tanımlamalar genellikle üç başlık altında toplanabilmektedir. Bunlar; a) bir birey, grup ya da toplumun (ulusun) entelektüel, ruhsal ve sanatsal gelişimini ifade etmek amacıyla kullanılan “estetik” kültür tanımı b) bir bireyin, grubun ya da toplumun (ulusun) yaşam biçiminin tümünü, faaliyetlerini, inançlarını ve göreneklerini belirtmek amacıyla kullanılan “etnografik” kültür tanımı ve c) gündelik yaşamda paylaşılan toplumsal sistemleri veya şablonları ifade etmek amacıyla kullanılan “sembolik” kültür tanımlamalarıdır (Edles, 2002: 5-6).

Kültür üzerine yapılan tanımlamalar ve tartışmalar çok çeşitlidir. Bu tanımlardan çıkarılabilecek sonuç kültürün, toplum ve insan yaşamında geçerli olan her tür etkinliği kapsadığıdır. Özetle kültür, sanatsal

etkinliklerden, eğitime; gündelik yaşamın sıradan davranış kurallarından, toplumsal yaşamın deneyim alanı içinde gelişen gelenek ve göreneklere dek çeşitlilik gösteren bir etkinlik alanını ifade eder. Ancak kültür üzerine yapılacak analizlerde bu tanımlamalar yeterli değildir. Çünkü yaşamın önemli bir boyutunu oluşturan kültürü, bir toplumdaki üretim ilişkilerinden bağımsız ele alamayız. İnsanların kendi maddi yaşam koşullarını üretirken girmiş oldukları doğrudan ve dolaylı ilişkiler, onların yaşam biçimlerini, pratiklerini, dünyaya bakışlarını, tüketim alışkanlıklarını, siyaset algılarını, kısacası bir yaşam biçimi olarak kültürlerini şekillendirir.

Bireylerin içinde yer aldıkları kültürel durum aynı zamanda sınıfsal bir konuma işaret eder. Farkında olsun ya da olmasın bireylerin sürdürdükleri ilişkiler onlara sınıfsal bir yön katar. Bu noktada sınıfsal konum ve kültür arasında bir bağ kurmak gerekmektedir. Çünkü kişinin içinde bulunduğu sınıfsal konum, kültür tartışmasının içeriğini de belirler.

### **1.1.2. Maddi ve Toplumsal Yaşamın Üretimi Olarak Kültür**

Tarih boyunca kendini toplumsal örgütlü yaşam içinde üreten insan aynı zamanda bu üretimin ayrılmaz ve bütünsel bir parçası olan kendi kültürünü de üretmiştir. Örgütlü üretim tarzı içinde oluşturulan güç ilişkileri ve eşitsizlikler o örgütlü yaşamın ifade biçimleridir ve bu ifade biçimleri kültür olarak ortaya çıkar (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 18). İnsanı insan yapan ve diğer canlılardan ayıran şey, maddi yaşamla birlikte oluşan bu kültürel çıktıların toplamıdır. Yaşamak için beslenmek, korunmak, barınmak, üremek gibi ihtiyaçların doğal olarak karşılanması gerekir. Bunları doğa üzerinde gerçekleştirmek için belirli ilişkiler gereklidir. Bu ilişki sadece doğa ile gerçekleşmez; hatta bu ilişkinin en önemli boyutu doğada varlığını sürdürmek için insanın insanla kurmak zorunda olduğu ilişkidir. İnsanların kendi aralarında zorunlu olarak kurdukları bu ilişkinin boyutu, biçimi ve içeriği kültürün kendisini oluşturur.

Bir soyutlama olarak kültür kendi başına bir anlam taşımaz; ancak sınıf yapısı, ekonomik sistem ve siyasal örgüt kapsamaları içinde bir anlama sahiptir. Bir başka ifade ile kültür, maddi üretim araçları ve ilişkilerinden bağımsız değildir. Varlıklarının toplumsal üretiminde insanlar, aralarında zorunlu, kendi iradelerine bağlı olmayan belirli ilişkiler kurarlar; bu üretim ilişkileri, onların maddi üretici güçlerinin belirli bir gelişme derecesiyle örtüşür. Aynı zamanda bu üretim ilişkilerinin tümü, toplumun iktisadi yapısının, belirli toplumsal bilinç biçimleri ile örtüşen bir hukuki ve siyasal üstyapının üzerinde yükseldiği somut temeli oluşturur. Maddi yaşamın üretim tarzı, genel olarak, toplumsal, siyasal ve entelektüel yaşam sürecini koşullandırır. İnsanların varlığını belirleyen bilinçleri değildir: tam tersine, onların bilincini belirleyen, toplumsal varlıklardır (Marx, 2011:39)

Karl Marx, burada toplumun maddi üretimi ile kültürel üretimi arasındaki bağa işaret etmektedir. Kültür, insanın belirli düzeydeki toplumsal ilişkisini ifade eder. Bu toplumsal ilişkiler de somut ve tarihsel bir içeriğe sahiptirler. İnsanın toplumsal evrimi bir bütünü, ekonomik-siyasi-kültürel birçok boyutu kapsar. İnsanların maddi varoluş koşulları, daha çok egemen üretim biçimi ve toplumsal ilişkilerin belirleyiciliği ve etkisi altında şekillenir. Kültürel üretim de bu maddi temelin yönlendiriciliğinde gerçekleşir. Örneğin, günümüzde işçi sınıfının egemen sistem olan kapitalizmden bağımsız ve kendine özgü apayrı bir kültürü yoktur. Daha çok, egemen sisteme dâhil olmuş ve sınırlandırılmış bir kültürel yapısı vardır.

T.B.Bottomore'un (2006: 113-114), Marx'ı takip ederek yaptığı kültür analiz de maddi üretimin önemi ve belirleyiciliği üzerine kurulmuştur: "Fikirlerin, kavramların ve bilincin üretimi, en başta insanın maddi faaliyeti ve ilişkileriyle, yani gerçek yaşamın diliyle doğrudan doğruya birlikte yoğrulmuştur. Tasavvur ve düşünce, yani insanın zihinsel ilişkisi, bu aşamada hala onun zihinsel davranışının doğrudan bir çıktısı olarak ortaya çıkar. Aynı şey, insanların siyasi, hukuki, ahlaki, dini ve metafizik dillerinde ifade edildiği biçimiyle zihinsel üretim için de geçerlidir..."

Marksist kültür kavramı, kültürün özgül tarihsel belirlenimine odaklanmaktadır. Bir soyutlama olarak kültür ancak sınıfsal yapı, ekonomik sistem ve siyasal örgütlenme kavramlarıyla bağlantılı düşünüldüğünde bir anlam ifade eder; kültürü alet ve makine gibi maddi üretim araçlarından ayrı düşünmek mümkün değildir. Kültürel gelişmenin niceliğini ve niteliğini belirleyen; sanat, edebiyat, felsefe ya da din değil, sanayi ve özgül üretim tarzıdır. Kültürün temelinde üretimini ve yeniden üretimini sağlayan maddi araçlar -yani, teknoloji- yatmaktadır (Swingewood, 1996:52). Bu nedenle de bu çalışmada kültür ve popüler kültür olgusuna maddi yaşamın üretimi ve sınıfsal konum açısından yaklaşmaktadır.

Marx, kültürün maddi temelini açıklarken fikirlerin de bu temelde yükseldiğini ifade eder. Kültür, sadece gündelik pratikler ve yaşam biçimi değil bir ideoloji de taşır. Egemen sınıfın düşünceleri, her çağda, egemen düşünceler olarak varlığını korumuştur. Başka bir şekilde ifade etmek gerekirse, egemen maddi güce sahip olan toplumsal sınıf, aynı zamanda egemen manevi güçtür. Maddi üretim araçlarını elinde bulunduran sınıf, aynı zamanda, zihinsel üretim araçlarını da elinde bulundurmaktadır. Bu ikisi o kadar iç içe girmiş durumdadırlar ki, zihinsel üretim araçlarına sahip olmayanların düşünceleri de egemen sınıfa bağımlıdır. Egemen düşünceler, egemen maddi ilişkilerin bir fikir şeklinde ifade edilmesinden başka bir şey değildir; yani bir sınıfı egemen sınıf yapan ilişkilerin ifadesidir (Marx, 2011: 46-47).

Sınıf üzerine yaptığı çalışmalarla tanınan emek tarihçisi E: P. Thompson (2004) da kültürü sınıf bağlamında ele almaktadır. Ona göre tarihsel, toplumsal ve kültürel eylemlerde bulunan insanlar, belirli sınıfların üyeleridir ve bu insanların eylemlerinde sahip oldukları dünya görüşleri, değer yargıları ve kültürleri çok önemli bir rol oynar. Toplumsal değişim, sadece ekonomik gelişmelerin belirlediği bir süreç değildir. Canlı, yaşayan, belli değer yargılarına sahip olan insanların eylemleriyle katıldıkları ve

dönüştürdükleri bir süreçtir. Bu anlamda yeni toplumsal ilişkilerin kurulmasında ve var olan ilişkilerin dönüştürülmesinde, sınıf kültürünün ve bilincinin oluşmasında kültürel anlayışların da önemli ve etkin bir yeri olduğunu belirtir.

Marx, kültürün genel yaşam koşullarımızdan ayrılmaz olduğunu, sınıflı bir toplumda, kültürün zorunlu bir sınıfsal içerik ve anlam taşıdığını ve toplumların tarihsel gelişimlerinde, insanlar ve sınıflar arası ilişkilerin değişimine bağlı olarak, kültürün de değiştiğini vurgulamıştır (Williams, 1997: 12). Özetle maddi üretim ilişkilerine ve sınıfa dayanan ve sınıfsal olarak yaratılan kültür, o sınıfın ya da grubun bütün bir yaşam biçimi ve pratiğini belirler. Bu çalışma açısından düşünüldüğünde işçi gençlerin kültürlerini oluşturan ve onların yaşam pratiklerini belirleyen, içinde oldukları üretim ilişkileridir. İşçi gençler, kentin yoksul mahallelerinde yaşayan emeğini düşük ücret karşılığında pazara sunan bireylerdir. Onların yaşamını belirleyen, çalışma koşulları ve bu koşullara paralel olarak içine girdikleri yaşam pratikleridir. Maddi yaşam koşullarının getirdiği düşük ücret, eğitimsizlik ve ortalamanın altındaki yaşam standartları onları sınırları ve koşulları belirlenmiş bir dünyaya bağlamaktadır. Popüler kültür de bu dünyanın önemli kültürel unsurlarının başında gelmektedir. Gençlerin kendi yaşam pratiklerinden ortaya çıkmayan, kendi gerçekliklerini yansıtmayan ve tüketime yönelik olarak sunulan popüler kültür, gençlerin kültürel dünyasını belirlemektedir. Diğer taraftan, her ne kadar kültürün oluşmasında tek yönlü bir ilişki varsa ve gençler bu oluşum sürecinde pasif gözükseler de kültür aynı zamanda bir mücadele alanıdır. Bu mücadeleyi belirleyen de bireylerin (gençlerin) sınıfsal konumlarıyla olan aidiyet ilişkileridir. Gençlerin sınıfsal aidiyetleri, sınıf kültürüne olan bağlılıkları bir sonraki bölümde ele alınmıştır.

Bu bağlamda düşünüldüğünde, bu çalışma açısından popüler kültür ve işçi gençlik arasındaki bağ daha önce de belirtildiği gibi sınıfsal konumla

açıklanabilir. Bu nedenle popüler kültür, işçi gençlerin somut sınıfsal konumlarına bağlı olarak, içinde yer aldıkları ancak üretiminden çok tüketim boyutunda dâhil oldukları, kendi gerçeklerini yansıtmayan bir kültürel varlık alanına işaret etmektedir.

### **1.1.3. Yüksek Kültür, Halk Kültürü ve Kitle Kültürü**

Bu çalışmanın çerçevesini oluşturan popüler kültür kavramıyla en fazla ilişkilendirilen kavramların başında kitle kültürü, halk kültürü ve yüksek kültür gelmektedir. Popüler kültür olgusunu daha iyi anlamlandırmak açısından popüler kültürün bu kavramlarla benzerlik ve farklılıklarını açıklamak faydalı olacaktır.

#### **Yüksek Kültür**

Kültür konusunda yapılan tartışmaların temelini sınıflı toplumların ortaya çıkması ile başlayan yüksek/alçak kültür tartışması oluşturur. Bu nedenle de tarih boyunca kültür genellikle iki ayrı kanaldan gelişmiştir. Yöneticiler ile onlara bağlı aydınların yarattığı "yüksek kültür" ve yönetilenlerin yaşamından çıkan "halk kültürleri". Bu ayrımın özellikle Ortaçağ'da çok net olduğu söylenebilir. "Yüksek kültür" aristokrasinin varoluş biçimini gösterirken, "halk kültürleri" köylülerin yaşamında önemli bir yer tutmuştur (Ahıska, 1989: 7).

Yüksek kültür tartışması aynı zamanda 19.yüzyılın ikinci yarısından sonra yoğunlaşan işçi hareketleriyle birlikte ortaya çıkmıştır. Önceleri üst sınıfın yaşam tarzı kitlelerin demokratik haklar elde etmesine karşı kullanılırken daha sonra sanatsal üretim ve değerli ürünlerin alanı içine çekildi. Yüksek kültürde, yüksek kavramıyla bir sınıfın ayırt edici özelliği ve bu ayırt ediciliğin korunması kast edilmektedir. Ana akım görüşe göre popüler kültür, yüksek kültürün öğelerine sahip değildir. Yüksek kültür seçkinler sınıfının kültürüdür: keşfedici, yaratıcı ve devrimci bir kültürdür (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 44).

Yüksek kültürün, karmaşık bir biçimi ve beğenisinin estetik ölçütleri vardır. Tüketicileri yüksek eğitilmiş kişilerdir, bu yüzden iletilebilirlik araçları, yapının kendisidir. Ürün (yapıt) çok pahalı ve değerlidir. Mülkiyeti sahipten sahibe geçebilir. Bilinen ve ünlü bir yaratıcısı vardır. Yaratıcısı yetenekli ve beceriklidir. Ürün (yapıt) özgün bir nitelik taşır. İlk değerlendirilmesi yine yüksek beğeni sahibi arkadaş grupları ya da eleştirmen topluluğunca yapılır. Ürün bir düşünceyi vurgular. Kültürel ve geleneksel önyargılardan bağımsızdır. Yaratıcıları profesyoneldir. Çoğu, sanatlarıyla geçinen sanatçılardır. Ürün yaratıcının yaratım süreciyle oluşturduğu bir düşünsel çaba ve yaratıcılıkla ortaya çıkmıştır ve ancak bu tür bir çabayı gösterenlere dönüktür (Batmaz, 2006: 98-99).

Erdoğan ve Alemdar'a göre ise (2005: 45) çoğaltmayla birlikte yüksek kültüre ait olanların kopyalarının yapılarak kolayca çoğaltılıp dağıtılması, sermaye tarafından yapılır: Sermaye değeri "ne kadar ödersen o kadar kaliteli alırsın" ile yüksek kültüre aitliği yeniden tanımlar ve ayırım bu şekilde korunur. Böylece kapitalist sınıf yüksek olanı bu şekilde kendine mal etmeye devam eder.

Erdoğan ve Alemdar (2005: 46), tüketim açısından "yüksek kültür" ve popüler veya kitle kültürü arasında, zenginlerin kendi çevreleri içinde tuttıkları mekaniksel bakımdan çoğaltılamayanlar (klasik resimler, heykeller, saraylar, ateş pahasına olanlar) ve üst tabakanın altındakilerin ulaşamayacağı bir şekilde konumlandırılmış olanlar (zenginlerin kendi düşünleri, oyunları, eğlenceleri, sporları, tatilleri) dışında, gerçekte pek de göze çarpan bir farklılığın olmadığını vurgulamaktadır. Bu durumun özellikle kitle iletişim araçlarının kullanılışı açısından, yani seyredilen programlar, okunan dergiler, gazeteler, gidilen sinemalar, görülen filmler ve dinlenen müzik açısından her sınıfın içine işlemiş olduğunu da belirtmişlerdir.

Bir nesnenin veya uygulamanın yüksek veya düşük olarak belirlenmesi, birbiriyle bağlantılı birkaç değişkene bağlıdır. Birincisi onun ulaşılabilirlik derecesidir: Daha kolay ulaşılabilir olan nesnenin düşük

olarak etiketlenmesi çok olasıdır. İkinci bir değişkense tüketiciler tarafından söz konusu kültürel metin karşısında benimsenen duygusal “mesafe/uzaklık”tır: Aşırı rasyonel veya aşırı mesafeli deneyim yüksek kültürel tüketime işaret ederken, aşırı duygusal veya az mesafeli bir deneyim düşük statüye işaret eder. Son değişken ise nesne veya uygulamanın tanımlanabilecek bir yazarının/eser sahibinin olup olmamasıdır: Yazarı olan metinler, olmayanlara göre daha yüksek kültür ürünü olarak sayılırlar (Harrington ve Bielby, 2001: 7).

Yüksek/alçak kültür gibi ayrımların yapılamayacağını söyleyen Harrington ve Bielby (2001: 8) bu durumu şu şekilde değerlendirir: “Kültür statik bir varlık olmaktansa dinamik bir süreçtir ve yüksek/düşük ayrımı, kendileriyle meşgul olan sosyal grubun da değişebileceği gibi, zaman içinde değişebilir. Örneğin sessiz filmler günümüzde sanat filmleri olarak görülürler fakat üretildikleri dönemde kitlesel izleyiciler için üretilmişlerdir (ve tüketilmişlerdir). Benzer bir dönüşüm Shakespeare’in oyunlarında da gözlemlenebilir. Bu açıdan, yüksek ve düşük kategorileri giderek belirsiz şekilde tanımlanabilmektedir”.

Yüksek ve popüler kültürün birbirine karşıt olduğu, ilkinin estetik ölçütlere uyduğu, ikincisininse estetik olmayan nedenlerle var olduğu savunan Herbert J. Gans, (2005: 103) birçok beğeni kültürü olduğunu savunur. Yüksek kültür yaratıcıya yönelik olduğundan ve yaratıcıları da iyi eğitim görmüş, iyi yetiştirilmiş kimseler olduğundan, öteki kültürlerden çok daha düzenli, çok daha yoğun olarak soyut, toplumsal, siyasal ve felsefi konulara ve sorunlara eğilir. Bu yönelim, yüksek kültürün bütün temel sorunlarla ilgilendiği, aşağı kültürlerin de bunları göz ardı ettiği anlamına gelmez (Gans, 2005: 112-113).

Gans’a (2005: 45)göre popüler kültürle yüksek kültür arasındaki önemli bir fark, izleyicilerin sayısı ve çeşitliliğiyle ilgilidir. Yüksek kültür ülkenin bütününde belki yarım milyonu geçmeyecek, küçük bir grup insana hitap ederken, popüler bir televizyon programı 40 milyonun üzerinde izleyiciyi

çekebilir. Buradan hareketle, son otuz yıldır, yüksek kültür sistemi ve kutsal bir yüksek kültürle, onun tamamlayıcısı olan günlük bir popüler kültür arasındaki güçlü ayrımın aşındığı söylenebilir. Bu aşınma, üretim düzeyinde, ... drama, sirk ve vodvil gelenekleriyle ilişkili gösteri sanatlarının ortaya çıkmasında; bale ile modern dans arasındaki sınırın gittikçe incelmesinde ... ve örneğin fotoğraf, caz, new age müziği ve el işi sanatlarının gittikçe önem kazanmasında görünür hale gelmiştir ( Gans, 2005: 154-155).

### **Halk Kültürü**

Halk kültürü, üretiminden tüketimine kadar bütün aşamalarında halk içinden çıkan, halkın yaşamının bütünleşik parçası olan, halka ait olandır. Tarihsel olarak kitle kültüründen öncedir (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 48).

Halk kültürünün biçimi basittir. Her türlü duyu ya da gelenek aracılığı ile doğrudan aktarılabilen ya da iletilebilen bir yapıdadır, anonimdir. Pazar için üretilmez, herkes için parasızdır. Kişiden çok, kullanımı açısından grup mülkiyetindedir. İçinden çıktığı grubun değer yargılarını içerir ve iletir. Bu kültürün ürünlerini üreten ve tüketenler arasında toplumsal statü farkı yoktur. Üreticiler ve sunucular amatördür. Ürün tüketiciye dönüktür (Batmaz, 2006: 97). Sanayi öncesi dönemde insanların yaratıcı çalışmalarının sonucu ortaya çıkan kültürel faaliyet ürünlerinin sergilendiği, standart ve derin anlamı olmayan bir kültürdür (Rowe, 1996: 21).

Halk kültüründe üretici ve tüketici potansiyel olarak özdeşdir. Ürün, üreticiden veya tüketiciden tam olarak yabancılaştırılmaz, bundan çok her ikisi tarafından paylaşılan ortak yapısal kodları gösterir. Buna göre gerek üretici gerekse tüketici, aynı görevler dizisi içinde yer alır. Her ikisi de her iki rolü üstlenebilir (Ress, 1999: 364).

Halk kültürü, iş ve dinlenmenin birbirini tamamladığı, birbirine zıt olmadığı, bitişik ve iç içe olduğu dönemin kültürüdür. Endüstrileşmeyle birlikte fabrika sistemi, zamanı yeni biçimde örgütlemeye başlar; iş yerinde harcanan zamanla iş dışında harcanan zaman ayrılığını getirir: İş yerinde harcanan

zaman insanın hayatını devam ettirebilmek için "para kazandığı" zaman olur. Bu süreçte kapitalizm, kişileri tüketime sevk etmede, bireylerin moda ve gösteriş ardında koşmasında, mal alarak ve tüketerek mutluluğu aramasında önemli rol oynar ve halk kültürünü katleder, katletmediğini ise kitle kültürü veya popüler kültür şekline dönüştürür: Alınan ve satılan mal haline sokar (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 49-50).

Tarımcı köy ahalisinin gündelik hayatını biçimleyen halk (folk) kültürü, insanların kendileri tarafından üretilip ve paylaşarak tüketilmekteydi. Folk kültür ikliminde insanlar geçimlerini topraktan sağlarken kendi kilimlerini de kendileri dokur, kendi müziklerini de kendileri yapar, kendi oyunlarını da kendileri oynar, kendi eğlence biçimlerini de kendileri üretirlerdi. Uzmanlaşmanın asgari düzeyde olduğu, işbölümünün bulunmadığı, mesleki çeşitlenmenin görülmediği, ev ve iş ortamlarının birbirinden kesinkes ayrılmadığı tarım toplumlarında gündelik yaşam kültürü de ayrışmamış halde folk kültür olarak karşımıza çıkmaktaydı (Atay, 2007: 92). Popüler kültür ise farklı toplumsal değişme süreçlerinin vuku bulduğu bir sosyo-ekonomik dönüşüme işaret etmektedir. Popüler kültür, ticari ve endüstriyel etkinliğin çiftçiliğin yerini aldığı, ev ve iş yeri arasında kesin bir ayrışmanın olduğu, iş bölümü ve uzmanlaşmanın kaçınılmaz hale geldiği modern hayatın içinde, insanların gündelik ihtiyaçlarını kendilerince değil başkaları tarafından karşıladıkları bir yaşam biçimine işaret etmektedir. İnsanlar bu aşamada artık başkalarınca üretilen ürünleri satın alarak tüketmektedirler (Atay, 2007: 92). Bir zamanlar halkın oyunu olan futbol, zaman içinde halkın elinden alınarak medya yoluyla homojen (türdeş) bir izleyici kitlesi olarak tanımlanan topluluğa sunulan ticari ve kitlesel bir eğlence biçimine dönüştürülmüştür (Bennett, 1999: 69).

Bigsby (1999: 89) de bazı halk kültürü formlarının modern zamanlarda, kitle iletişim araçlarında ve kültür endüstrisi piyasasında var olmaya devam ettiğini; ancak bu varoluşun ya turistik, tarihi, folklorik nitelikteki bir nostalji öğesi ya da piyasa koşullarına uyarlanmış ve otantik köklerinden koparılmış

yeni şekliyle birer ticari mal biçiminde tasarlanarak anlam ve içerik kaymasına uğradığını vurgulamıştır. Bu bağlamda günümüz Türkiye'sinde de popüler kültür teriminin daha çok halk kültürünü değil de özellikle içinde kırsal veya taşraya ait unsurlar taşıyan kent kültürünü çağrıştırdığını söyleyebiliriz (Saktanber, 2003:267).

Kent yaşamının genişlemesi ve çeşitlenmesiyle meta olarak tüketilmeye başlanan popüler kültür ürünleriyle halkın, yani sömürülen ve bağımlı konumdaki yönetilen sınıfların kendiliğinden ürettiği folklor ürünlerini birbirine karıştırmamak gerektiğine dikkat çeken Ahmet Oktay'a (1994:18) göre popüler kültürle karıştırılmaması gereken folklorik ürünler halkın gündelik yaşamının dolaysız yansımalarını içerdikleri ve dış etkilerle dönüşüme uğramadıkları için hem gerçeklik düzeyleri hem de otantiklikleri açısından önemlidirler.

### **Kitle Kültürü**

Kitle toplumu yaklaşımına bağlı olarak geliştirilen kitle kültürü kavramının sanayileşme ve kentleşme sürecinin bir ürünü olduğu kabul edilir. Kentleşme ile birlikte birbirine benzeyen, yalıtılmış, bireyliklerinden soyutlanmış insanlardan oluşan homojen bir toplumsal yapılanma süreci olarak beliren kitle toplumunun, kültürel alandaki üretimini kitle kültürü biçiminde gerçekleştirdiği iddia edilir. Buna göre böyle bir toplumsal ortamda oluşan kültürel oluşum da aynı şekilde standardize, homojen özellikler taşır. Aktarımı kitle iletişim araçlarıyla sağlanan kitle kültürü ürünlerinin toplumun özellikle egemen kesimleri tarafından kitleleri etkileme ve yönlendirme aracı olarak kullanımına da dikkat çekilmektedir. Kitle kültürü, kitle toplumu kavramıyla bitişik bir kavramdır. Batılı kapitalist toplumların 19.yüzyılın sonundan itibaren, atomlaşmış bireylerden oluşan türdeş bir toplum haline geldiğini varsayan bu kavram, toplumsal grup ve sınıfların varlığını yok sayan bir kurama yaslanmaktadır. Böylelikle kitle kültürü kavramını kullananlar, çoğunlukla, yalnızca sanatı dışarıda bırakarak modern toplumlarda tek bir kültür olduğunu varsaymaktadırlar (Özbek, 2006: 89).

Bu bağlamda kitle kültürü kavramı kültür endüstrisi kavramıyla da bir iç içelik göstermektedir. Frankfurt Okulu düşünürlerinden Adorno ve Horkheimer, kültür endüstrisini kitle kültürü ile birlikte gelen hatta bazen onun yerine de geçebilen yeni kapitalist düzenin egemen güçlerinin önemli bir denetim aracı olarak görürler. Buna göre kitleler, kitle iletişim kanallarından kendilerine dayatılan kültürel pratikleri edilgin bir tavırla alırlar (Erdoğan ve Alemdar, 1994: 198).

Kitle kavramı, sınırları belirsiz bir kavram olmakla birlikte (Kızıldağ, 2001: 19) günümüzde sayısı belli olmayan insan çokluğunu anlatır. Louis Dollo't'a göre (1991: 47-48) kitle, bireyden çok "elit" in karşılığı olarak ve kimi zaman "bireyler topluluğu" anlamında kullanılmaktayken başka bir tanıma göre, "yüksek kültürün temelsiz bir biçimi olan ve yukarıdan aşağıya empoze edilen kültürel yapı, kitle kültürünün en belirgin özelliği" dir. Bir başka tanıma göre ise "kitle kültürü, seçkin kültürün altında, halk kültürünün üstünde, yaşam alışkanlıklarının yeniden üretimine dayalı bir kültürel yapıdır (Swingewood, 1996: 146).

Kitle toplumu kavramının tarihsel kökeni, dayanağı artık halkın olmadığı, modern sınıflı toplumun belirmesi için gerekli toplumsal, siyasal ve ekonomik koşulları hazırlayan Batı Avrupa kapitalizminin 19. yüzyılın ikinci yarısındaki hızlı gelişimine bağlanır. Kitle toplumunun ideal nitelikleri kapitalist işbölümünün gelişmesi, büyük çaplı fabrika örgütlenmesi ve meta üretimi, nüfusun kentlerde yoğunlaşması, kentlerin büyümesi, karar alma sürecinin merkezileşmesi, daha karmaşık ve evrensel iletişim sistemleri ve oy hakkının işçi sınıfını da içine alacak biçimde genişletilmesine dayanan kitlesel siyasal hareketlerin büyümesidir. Bu kitle terimi, yoğun ekonomik ve toplumsal değişimler sonucu kapitalizm öncesi toplumsal ilişkiler çözüldükçe, ortaya çıkan burjuva yönetici sınıf tahakkümünü laik ve rasyonel idealler olan demokrasi, eşitlik ve maddi adalet dolayısıyla meşrulaştırma çabalarını ifade eder (Swingewood, 1996: 17).

Kitle kültürünün var oluş nedeni kitlelerin gereksinimlerini karşılamak amaçlı değildir: Kitleler halinde üretim yapan bir endüstrinin hem ürünü hem de tüketici kitlesini biçimlendirmesi, dolayısıyla üretimi sosyalleştirip herkesi üretime ve tüketime katarak zenginliğin yaratılması ve yaratılan zenginliğin büyük bir kısmının sermaye sahiplerine ayrılmasıdır. Kitlelerin gereksinimini karşılamak sermayeye para kazandırmadığında, hem o gereksinim karşılanmaz hem de karşılanmamayı meşrulaştıran bilinç üretilir. Bu durumda bir mal ve hizmet sunulmaması veya popüler gayri-meşruluğun engellenmesi için gerekli egemen politikayı ve uygulamayı destekleyen kitle/popüler bilinç yaratılır (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 42). Kitle kültürü kitle iletişim araçları ve bu araçların desteklediği küresel pazarın mal, hizmet ve ideolojisiyle birlikte düşünülebilir. Bu kültürün ürünleri öncelikli olarak kitle çapında üretilip dağıtılır.

John Fiske (1999: 216) kitle kültürünün popüler kültürden farklı olduğunu savunur. Ona göre kitle kültürü, endüstriler aracılığıyla üretilip dağıtılan kültürel metaların toplumsal farklılıkları ortadan kaldıracak şekilde insanlara dayatıldığı ve bu endüstrilerin edilgin, yabancılaşmış izleyici kitlesi için kendi içinde bir bütünlüğü olan bir kültür yarattığına inananların kullandığı bir terimdir. Aslında kitle kültürü diye bir şey yoktur. Yalnızca ama yalnızca, en fazla iktidar bloğunun endüstriyel ve ideolojik çıkarlarına ışık tutabilecek, ortalığı telaşa veren kötümser kitle kuramları söz konusudur.

Batmaz'a (2006: 97-98) göre ise halk ve yüksek kültürden farklı olan kitle kültürünün betimleyici özellikleri şunlardır: Biçim olarak orta karmaşıklıktadır. Aktarımı ya da iletimi, ortam ve teknoloji olarak dolaylıdır. Oldukça ucuz fakat parayla elde edilir. Copyright, patent ya da sahiplik yoluyla tüketime açıktır. Bilinen bir kaynağı ya da yaratıcısı (tüketicisi) vardır. Standartlaştırılmış, yeniden biçimlendirilmiş, ya da çoklaştırılmış olarak gösterime sunulur. Kültürel değerleri ve gelenekleri, yeni formüller biçiminde yansıtır. Üreten ile tüketen arasında toplumsal statü farkı vardır. Üreticileri ve sunucuları profesyoneldir. Ürün tüketiciye dönüktür.

Buraya kadar, popüler kültürle yakından ilişkili yüksek kültür, halk kültürü ve kitle kültürü kavramları tanımlandı. Şimdi de popüler kültürün tanımı ve popüler kültür üzerine yapılan kuramsal tartışmalara bakmak gerekmektedir.

#### **1.1.4. Popüler Kültür Olgusu, Tanım ve Özellikleri**

Kapsamı geniş ve tanımlanması zor olan popüler kültür olgusunun daha kolay anlaşılması için onu oluşturan iki terimin – kültür ve popüler - açıklanması gerektiğini belirtmiştik. Bu nedenle bir önceki başlıkta kültür tanımları ile yüksek kültür, kitle kültürü ve halk kültürü üzerine yapılan tartışmalar özetlendi. Bu başlık altında ise popüler kavramı açıklanarak popüler kültüre dair tanımlar, özellikler ve popüler kültür konusundaki kuramsal yaklaşımlar ortaya konmuştur.

Popüler, başlangıçta Latince “popularis”ten türeyerek “halka ait” anlamına gelen hukuki ve siyasi bir terimdi. 16.yüzyılda örneğin popüler hükümet terimi halk tarafından kurulan ve yürütülen bir siyasal sistem anlamında kullanılmıştır. Günümüzde ise popülerin kullanıldığı iki temel tanımı vardır. Birinci tanımda popüler, “yaygın olarak beğenilen, tüketilen” anlamına gelmektedir. İngilizcedeki tanımı ve dilbilimsel kaynağı Ortaçağ’daki “halka ait” anlamından türeyen “popüler” kavramı sivil toplumun ortaya çıkmasıyla bugünkü hâkim kullanım olan “insanların çoğu tarafından sevilen ve tercih edilen” anlamını kazanmıştır. Bu tanıma Stuart Hall, ticari tanım demektir. İkinci tanım ise, kaynağı 18. yüzyılda Herder’e götürülen antropolojik tanıma yakın ve halka ait anlamına gelen tanımdır. Hall, halkın yaptığı ve yapmış olduğu her şeyi kapsamaya çalıştığı için bu tanıma “betimleyici” tanım demektir (Hall, 1997:17-19). Erdoğan, (2001:72) popüler kültürün yerel ölçekte kendiliğinden yaratılan ürünler olduğu savının 1970’lere kadar geçerli olabildiğini, ancak günümüzde popüler kültür kavramındaki aitliğin kapitalist pazar ilişkileri tarafından belirlenerek kavramın içerdiği anlamın, “üretilen ürünlerin yaygın kullanımı” biçimine dönüştüğünü savunmaktadır.

Popüler sözcüğünün kendisine atıfta bulunulabilecek farklı anlamlardan çıkan “popüler kültür”ü tanımlama güçlüğü, Oxford English Dictionary’de de belirtildiği gibi kavramın, sıradan bir insan için tasarlanan ve ona uydurulan veya insanların geneline kabul edilen ya da onlar arasında yayılan ve insandan insana geçen biçimindeki iki anlam içerebilmesidir. Bu tanımlardan “insanların geneline kabul edilen ya da onlar arasında yayılan ve insandan insana geçen” şeklindeki tanım herkesi kapsamaktadır. “Sıradan bir insan için tasarlanan ve ona uydurulan” şeklindeki tanım ise sıradan insan dışında herkesi dışarıda bırakır. Böylece popüler kültür, bazı zamanlar vasata başvurup toplumun parçalanmışlığını onaylayarak ve bu sayede sınıf çizgilerini kesen bir olgu olarak ortaya konulur. Bazıları için bu basit bir uyuşturucudur. Diğerleri için ise farklı sosyal ve eğitimsel geçmişi olanları bağlayan yıkıcı ve özgürleştirici bir güçtür (Bigsby, 1999: 88).

Popüler kültürün tanımlanması “popüler” terimine hangi anlamın yüklendiği ve hangi açıdan bakıldığına bağlı olarak değişmektedir. “Popüler”in ticari tanımına yaslanarak popüler kültüre karşı karamsar ve olumsuz bir tavır alan eleştirel yaklaşımlar kitle kültürünün insanları güdüp yönetme niteliğini öne sürmektedirler. Popülerleri “halka ait” anlamında bir kavram olarak kullanan yaklaşımlar ise genel olarak popüler kültüre olumlu bakmaktadır. Bu yaklaşımı benimseyenler, kitle kültürü eleştirmenlerinin aksine popüler kültüre, halkın istek ve ihtiyaçlarının şeffaflığı varsayımına dayanarak “halk bunu istiyor, popüler olan haklıdır” mantığıyla yaklaşmaktadır (Özbek, 2006: 83). İngilizcede *folk-culture* olarak ortaya çıkan şey, gerek tarihsel gerekse günümüzdeki anlamıyla *popular culture*’dan farklıdır. Bu anlam yelpazesi, 19. yüzyıla kadar eski anlamıyla siyasal bir terim olan *popularize* (popülerleştirmek) fiilinde yerinde görülebilir ve anlam zamanla “basitleştirme”ye kaymıştır (Williams, 2011; 286).

Peter Burke, popüler kültürün 18. yüzyıl sonu ve 19. yüzyılın başındaki yıllarda popüler kültür kavramının yaratıcısı sayılan Herder tarafından keşfedildiğini ve yüksek kültüre karşı savunulduğunu ifade eder. Avrupa’da tam da “geleneksel” kültürün kaybolmaya yüz tuttuğu bu dönemde keşfedilen halk kültürü, sade, saf, organik, kendiliğinden ve hakiki olduğu için aydınlar tarafından yüceltilir. Ancak, folklorik anlamda halk kültürü yerine, endüstri devrimi sonrasındaki daha çok kentsel biçimiyle popüler kültür ya da kitle kültürü ön plana çıkar. Burke, bu dönemde halkın ve popüler kültürün keşfedilmesinin estetik, entelektüel ve siyasal nedenleri olduğunu vurgular. Temel estetik neden klasik sanata ve Aydınlanma seçkinciliğine başkaldırı ve kültürel primitivizme (ilkelciliğe) dönüş biçiminde ortaya çıkmıştır; siyasal olarak ise popüler kültürün keşfedilmesi, milliyetçilik hareketleri ve ulusal kimlik yaratılması ihtiyacıyla bir arada gitmiştir (Özbek, 2006: 67-68).

Popüler kültür ve kitle kültürü kavramını eş anlamlı olarak kullananlar 19.yüzyıl sonunda popüler kültürün, modern kültürden farklı olduğunu belirtmektedirler. Ross-Haag, kent proletaryasının ve bir tür kitle üretiminin söz konusu olduğu her zaman ve yerde, popüler kültür öğelerine rastlanabileceğini, ancak bu anlamda popüler kültürün endüstrileşme çağına hâkim olmadığını belirtmiştir. Lowenthal da modern popüler kültür kavramını kullanmıştır. Peter Burke ise geleneksel ve modern popüler kültür ayrımını getirmiştir (Özbek, 2002: 82). Bu tarihsel gelişim doğrultusunda popüler kültür ile kitle kültürü kavramlarının aynı anlamda kullanıldığını da görmek mümkündür. Tarihsel olarak incelendiğinde popüler kültürün, üretim ilişkilerinin farklılaşmasıyla kendisini var edecek uygun bir ortama kavuştuğu söylenebilir. Sanayi Devrimi ile birlikte ekonomik, siyasal ve kültürel olgular da değişir. Üretim ilişkilerinin farklılaşması ve sanayinin kentlerde yoğunlaşması köylerden kentlere göçü hızlandırır. Bu toplumsal değişim sürecinde kent yaşamına uygun, kentlerdeki kalabalıkların kolayca ulaşabilecekleri ve paylaşılabilecekleri ortalama beğenilere seslenen bir popüler kültür olgusu belirir. Eski dönemlerden beri varlığı kabul edilen popüler kültür kendisini belirgin biçimde gösterebilecek ortama ve uygun koşullara kavuşur (Güngör, 1993: 148).

Popüler kültürün tarihi sınıflı toplumların tarihi kadar eskidir. Sanayileşmeyle birlikte gerçek anlamda belirginleşen bir kitle kültüründen söz edilebilir. Bu kültürün bir boyutu da popüler kültürdür. Popüler kültür olarak adlandırılan kültürel olgu, birçok araştırmacının benimsediği gibi folk kültürü ile seçkin kültürün yapay bir bileşimi olma özelliği taşır. Tarihsel olarak popülerlik olgusu, kentleşme olgusu ile eş anlamlıdır. Hangi dönemde kent varsa o dönemde de yaygın kültür olarak folk geleneğinin dışında bir popüler kültür doğmuştur (Batmaz, 2006: 88- 89).

Popüler kültürün sanayileşme ve kentleşmeyle bağıını kuran Batmaz, bu süreci şu şekilde özetlemektedir: İlk önce kentleşen aristokrasi ve daha sonra burjuvazi, kendine özgü bir sanat yaratmanın ilk tohumlarını atar. Böylece hem boş zamanın artması hem de bilginin yeniden egemen olması seçkin bir kültürü yaratmıştır. Bu kültürün karşıtı olan folk kültürü hem seçkin kültürden hem de kendi formlarından aldığı bazı özellikleri, kentleşmekte olan çalışanların oyalanmasına, yani eğlenmesine olanak sağlayacak biçimlere sokmuştur. Kitle halinde üretime geçilmesiyle bu kültür, kitle kültürü niteliğine bürünmeye başlamıştır. (Batmaz, 1981: 166-168).

Popüler kültür, kent yaşamıyla birlikte ortaya çıkan gündelik yaşam pratikleri içerisinde oluşmaya başlayan bir olgudur. Sahip olduğu bu geniş paylaşım alanı onun, farklı dönemlerde, farklı toplumsal ortamlarda değişik işlevler yüklenmesine olanak verir (Güngör, 1996: 1). Benzer biçimde Fiske (1996) de “Popüler kültürün gündelik yaşam ile kültür endüstrisi ürünlerinin arasındaki ortak kesimde halk tarafından oluşturulduğunu” savunarak popüler kültürün gündelik yaşamın kültürü olduğunu vurgulamaktadır. Bu gündelik yaşam kültürünün en önemli öğelerinden biri eğlencedir. Eğlence bir boş zaman etkinliği olarak insanların gündelik yaşamlarında yer edinir ve günümüz toplumlarında, neredeyse diğer bütün insani etkinlikler kadar önemlidir (Çağan, 2004: 66).

Türkiye’de yaptığı çalışmalarla iletişim alanına önemli katkılar sağlayan Ünsal Oskay’a (1992: 89) göre popüler kültürün tek bir tanımlamasını yapmak oldukça güçtür, çeşitli yaklaşımlar çerçevesinden kavrama değişik bakış açıları getirilir. 16. ve 17. yüzyıldan itibaren Avrupa ülkelerinde, halk kültüründen daha gelişkin, daha üretken, daha orijinal ve kentlerden, kentli yaşamdan kaynaklanan çok farklı bir kültür ortaya çıkar. "Popüler kültür" denilen bu kültürün üretim koşulları da, tüketim koşulları da halk kültüründen çok farklıdır. Bu nedenle popüler kültür yalnızca, Batı'daki ticari kapitalizmin üretim ilişkilerindeki rasyonalizasyon gelişmelerini izleyen yeni bir yaşam, yeni bir ulusal pazar, yeni bir iktidar yapılanmasının getirdiği "nefes alma olanağı" ile ortaya çıkmış kent kültürüdür.

Erdoğan ve Alemdar (2005: 25) da 19. yüzyılın endüstriyel kapitalizminin, yeni ve eşi olmayan bir egemen kültürü, (popüler kültürü) yarattığını vurgulayarak bu kültürün (a) ihtisaslaşmış özel bir sektör olarak (b) durmadan artan endüstriyel kitle üretimi olarak ve (c) Avrupa’da ilk defa işçi sınıfına yöneltilen ve özellikle onların tüketimi için üretilen bir kültür olarak karşımıza çıktığını vurgulamaktadır.

Popüler kültürün diğer ürünler gibi endüstriler tarafından üretildiği söylenebilir (Harrington ve Bielby, 2001: 5). Bu görüşe göre popüler kültür, kitle üretim endüstrileri tarafından üretilen ürünlerin yaygın kullanım alanına dönüştürülerek kapitalist sermaye lehine dönüşüme uğratılır. Böylece popüler kültür kavramı pazarda üretilen ve satılan diğer mallar gibi, ticari bakımdan üretilen ve pazarlanan kültür yerine taşınarak (Erdoğan, 2004: 74) en genel yaşama alışkanlıklarının görsel ve sözel olarak yeniden üretilmesini sağlayan bir kitle kültürüne (Batmaz, 1981: 164) dönüşür.

Gündelik kullanıma göre pek çok insan tarafından sevilen olgulardan oluşan popüler kültür (Bennet, 1999: 71), gerçekliğin olumsuz yanlarından kurtulmaya yarayan ve yapay mutluluklar üreten bir kültürdür. Popüler kültür ürünlerinde dile getirilen fantazyalar, egemen sınıfların karşısında yer alan sınıfların içinde üretilmiş olsalar bile, günümüzün teknolojikleşen

toplumlarında aldatıcı bir karakter taşıdıkları ve dile getirdikleri toplumsal/bireysel beklentiler halk kesimlerinin gündelik pratikleri içinde ve büyük ölçüde iktidar bloğunun hegemonik kültürü bağlamında, onun tarafından biçimlendirilerek üretildiği için, gerçekliğin görülmesini engellerler. Dar anlamıyla, emeğin gündelik olarak yeniden üretilmesinin bir girdisi olan eğlenceyi içerirken; geniş anlamıyla, belirli bir yaşam tarzının ideolojik olarak yeniden üretilmesinin ön koşullarını sağlar. Gündelik ideolojinin yaygınlaşma ve onaylanma ortamını yaratır (Batmaz, 1981: 163) aynı zamanda gündelik olandan daha yoğun olan ama onun ritmiyle iç içe geçen rutinleşmiş hazlar sağlar ve coşkusal doyumuyla disiplin oyununu da meşrulaştırır (Mutlu, 2005: 314-315).

Popüler kültürün her gün yaşanan deneyimleri kapsayan inançları ve uygulamaları: Yenilen yemekler, giyilen kıyafetler, birlikte vakit geçirilen insanlar, paylaşılan dedikoduları içerdiğini vurgulayan Harrington ve Bielby (2001: 2) gibi Tony Bennet da bugün popüler kültür kavramının herkesin sevip yaptığı, tükettiği şeyler; ya da insanın köklü yaratıcı dürtülerine dayanarak ürettikleri şeyler gibi farklı kullanımlarının olduğunu belirtir (Tomlinson, 1999: 114).

Çok fazla sayıda tanımı bulunan popüler kültürün bu tanımlarını John Storey (1993: 7-15) altı grupta toplamaktadır. Birinci tanımda; popüler kültür, basitçe birçok insan tarafından sevilen ve geniş kesimlerce beğenilen şeklinde bir anlama sahiptir. İkinci tanımda ise popüler kültür, yüksek kültür olduğuna karar verdiğimiz şeyin ertelenmesidir. Bu popüler kültürün standart altı bir kültür olarak tanımlanmasıdır. Üçüncü tanım popüler kültürü, kitle kültürü olarak adlandırıp ona ümitsiz bir ticari kültür şeklinde yaklaşır. Dördüncü tanımlama ise popüler kültürün, halkın yarattığı bir kültür olduğunu ileri sürmektedir. Popüler kültür böylece halkın hakiki kültürüdür. Yani popüler kültür, halk kültürüdür. Beşinci tanım ise Antonio Gramsci'nin politik analizine

işaret eder. Gramsci, popüler kültürü bir iktidar mücadelesi olarak değerlendirir. Altıncı ve son tanımda ise postmodernizm etrafında şekillenen ve postmodernizmin yüksek kültür ve popüler kültür arasındaki farkı ortadan kaldıran yaklaşımında ortaya çıkar.

Popüler kültür, kitle iletişim araçlarıyla birlikte vardır ve varlığını da yine kitle iletişim araçları üzerinden sürdürür. Ancak sadece kitle iletişim araçlarıyla sınırlı değildir. Popüler faaliyetler gündelik yaşamın her alanını içine almaktadırlar. Örneğin yemek, içmek, giyinmek, eğlenmek, törenler, bayramlar (popüler başarı ve şöhret, kısa yoldan köşeyi dönme, eğitilmiş yerine kurnaz, uyanık olma ve işini bilme, popüler siyaset ve popülizmin yüceltilmesi gibi (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 93).

Görüldüğü gibi popüler kültürün kaynağı, tanımı ve özellikleri konusunda önemli bir çeşitlilik hâkimdir. Bir sonraki başlıkta bu tanım ve özellikleri daha anlaşılır kılmak adına popüler kültür üzerine yapılan kuramsal tartışmalar özetlenmiştir.

#### **1.1.5. Popüler Kültüre Kuramsal Yaklaşımlar**

Popüler kültürün tarihsel gelişimi, tanımları ve özellikleri üzerine verilen bu bilgilerden sonra popüler kültürün toplumdaki işlevleri üzerine geliştirilen yaklaşım ve tartışmaları incelemek faydalı olacaktır. Popüler kültürle ilgili yaklaşımları olumlayan ve eleştiren yaklaşımlar olarak iki başlık altında toplamak mümkündür. Popüler kültüre dair yukarıda özetlendiği gibi farklı tanımlar ve yaklaşımlar mevcuttur. Ama bunların tümü Stuart Hall'ün (1997) tespit ettiği iki farklı popüler kültür tanımı etrafında kümelenen iki farklı yaklaşım içinde özetlenebilir. Hall'e göre popüler kültürün birinci tanımı, halk kitlelerinin dinleyip satın aldığı, tükettiği ve azami derecede hoşlanıyor görüldüğü şeylere işaret eder. Bu, popüler teriminin ticari tanımı olup, halk kültürünün manipülasyonu ve aşağılanması ile bağlantılıdır. İkinci tanım ise,

betimleyici ve daha az rahatsız edici bir tanımdır. Buna göre popüler kültür halkın yaptığı ya da yapmakta olduğu bütün şeylerdir. Bu, terimin antropolojik tanımına yakın bir tanımdır: Halkın kültürü, örf, gelenek, adetler. Onların ayırt edici yaşam biçimlerini belirleyen şeylerdir (Hall,1997: 17-19). Popüler kültür konusundaki bu tanımlardan birincisine yakın olanları eleştirel, ikincisine yakın olanları da tutucu yaklaşımlar başlığı altında toplamak mümkündür.

Hall'ün yaptığı sınıflamanın yanı sıra, popüler kültüre olumlu yaklaşan yazarların başında gelen Herbert J. Gans (2005: 43) da popüler kültürü eleştirenlerin yaklaşımlarının yaratım süreci, yüksek kültür üzerindeki olumsuz etkileri, izleyici üzerindeki olumsuz etkileri ve toplum üzerindeki olumsuz etkileri olmak üzere dört başlıkta toplanabileceğini belirtmektedir. İlk bakış açısına göre popüler kültür yaratım açısından sevimlidir çünkü yüksek kültürün aksine, salt kâra odaklanmış yatırımcılar tarafından sadece parasını ödeyen izleyiciyi memnun etmek üzere, toptan üretilir. İkinci olarak popüler kültür, yüksek kültürden alıntı yaparak onu ayağa düşürür. Yüksek kültür yaratıcısının yetenek kaynağını tüketir. Üçüncüsü, izleyiciyi olumsuz etkiler, popüler kültür içeriğinin tüketilmesi sahte mutluluk yaratır, izleyiciye duygusal olarak zarar verir. Son olarak da popüler kültürün yaygınlaşması yalnızca toplumun kültürel -ya da uygarlık- kalitesini düşürmekle kalmaz, aynı zamanda diktatörlüğe eğilimli demagogların kullandığı kitle ikna yollarına ilgi gösteren edilgen bir izleyici kitlesi yaratarak totaliter rejimlere çanak tutar.

Eleştirel yaklaşıma göre popüler kültür, muhafazakâr, düzeni savunan, her şeyin olduğu gibi kalmasına hizmet eden bir olgudur, bu açıdan da onun eleştirisi ve reddi üzerine söylem geliştirir. Tutucu yaklaşıma göre ise popüler kültürün kapitalizmin yarattığı sonuçlardan gerçek bir düzen çıkaracağına ve anlamın olmadığı yerde anlam tesis edeceğine inanılır (Frith, 2000: 20). Aynı şekilde tutucu yaklaşım popüler kültürün, bağımlı sınıfların kendiliğinden muhalefetini yansıttığını savunur. Onun için popüler kültür lehine tavır takınılır. Bütün popüler kültür literatürü bu iki gruplaşma içinde konumlandırılmaktadır (Çağan, 2004: 234).

Popüler kültüre eleştirel yaklaşanlar, bu tutumlarını birçok gerekçeye dayandırmaktadır. Popüler kültür pazar endeksli, manipüle edici öğeler taşımakta, toplumsal bütünlüğü ve insan ilişkilerini sıradanlaştırıp, standartlaştırmakta, muhafazakar ve aptallaştırıcı özellikler içermektedir (Davies, 1998:97). Ayrıca özgürlükleri kısıtlaması boyutu da popüler kültüre olumsuz ya da eleştirel yaklaşanların temel gerekçeleri olarak kabul edilir.

Popüler kültüre yöneltilen eleştirilerin çoğu içeriğine dair eleştirilerdir. Kitle iletişim teknikleriyle üretilen bu kültür, zorunlu olarak düşük düzeyli olacaktır, çünkü klasik pazar kurallarına bağlı olan bu sanayi en yüksek düzeyde tüketim sağlama amacına yönelecek ve yarışma kurallarının egemen olduğu bu alanda üretici işletmeler demagoji ve basitliğe sürükleneceklerdir. Sonunda klasik liberal formül; “en iyi olan kazansın” ilkesi ters yönde işleyecek ve kötü mal iyi malı pazardan kovacaktır. Kısacası pazarda kültür diye kalan mal, Almanca deyişle kitsch (düşük değer ve kitlesel olarak üretilen sanat ürünü) olacaktır (Özkök, 1985: 115).

Ünsal Oskay, 19. yüzyılın başlarında, sanayi kapitalizminin kendi ekonomik, siyasal ve kültürel düzenleri biçimlendirirken, belirli yeni olguları da beraberinde getirdiğini vurgulayarak popüler kültüre eleştirel yaklaşır. Kapitalist üretim ilişkilerinin hızla gelişmesi karşısında, kırsal alanını terk eden köylü kitlenin yaşamını sürdürmek ve sanayi alanında iş aramak amacıyla, kentlere göçmeye başladığını belirtir. Bu noktada Oskay’a (1983: 165-166) göre popüler kültür, geleneksel halk kültüründen, kent kültürüne geçiş sonucunda, kapitalist ideoloji doğrultusunda hizmet vermeye başlar. Kırsal kesimlerden kentlere göçmüş olan kitleler, kent yaşamına ayak uydurmak için çaba harcamaya başlar. Ne tam olarak kırsal yaşam geleneklerini unutan, ne de kentin modern yaşamına ayak uyduran yeni bir sınıf ortaya çıkar. Giderek toplumun en kalabalık sınıfını oluşturan bu sınıf, gönülleriince biçimlendiremedikleri gerçek yaşamlarının yarattığı ezikliği gidermek için, meta ekonomisinin temel dayanağı olan tüketim ideolojisini benimseyerek, modern kent yaşamının koşulları altında ezilmeden

yaşayabilecekleri umuduna kapılırlar. Tüketim, giderek, işçi ve emekçilere gerçek yaşamdaki toplumsal konumlarının veremediği doyumların yarattığı acıları, orta sınıfın yaşamına özenmeler aracılığı ile gidermelerini sağlayan, bu kesimlerde reel yaşamın tamamlayıcısı ve destekleyicisi, bir yaşam felsefesi haline gelir.

Bu bağlamda popüler kültür Oskay'a (2001:152) göre yöneten ile yönetileni, varlıklı ile yoksulu, özgür olan ile özgür olmayanı, mutsuz insan ile onu mutsuz kılan toplumsal realiteyi özdeş kılacak bir yanılsama oluşturma işleviyle üretilir. Popüler kültürün tüketicisi olduğumuz anlar, yaşadığımız bu realite ile başa çıkamayacağımızı düşündüğümüz anlardır. Realitenin gerçek yüzünü görmekten kaçmak istediğimiz anlardır. Bize acı veren toplumsal realite karşısında, deyim yerindeyse, unutmaya, amneziye (bellek yitimi, hafıza kaybı) sığındığımız anlardır. Ayrıca, popüler kültürün tüketicisi olarak kalmak, bizi, yaşadığımız yabancılaşmaya dayanan toplumsal hayatın gerçek yüzünü algılamaktan alıkoyduğu için gündelik hayatımızı rahat ve kazasız belasız sürdürmemizi de sağlar (Oskay, 2001: 155).

Oskay'a göre (2001:152) popüler kültür ürünleri, bu ürünlerin tüketicisi olan bizlerin dışında ve uzağında, bizim denetimimizin dışındaki kuruluşlarda, karar odaklarında, işletmelerde tasarlanır, dizayn edilir, yazılır, görüntülenir, basılır, yayımlanır:

Popüler kültür ürünlerinin bu tasarlanma ve üretilme işlemlerinde bizim konumumuz edilginidir, potansiyel müşteriler denilen bizlere tanınmış temsili bir yerdir. Bu kültürün üretim sürecinde popüler kültür ürünü denen kitapları, plakları, müzikleri, filmleri, konfeksiyon işi giysileri, TV parodilerindeki esprileri ve deyiş biçimlerini üretenlerin kafalarındaki insanlar olarak yer alırız. Bizim neleri seveceğimizi, neleri sevmeyeceğimizi, nelerden korkacağımızı, neleri ve kimleri kıskanacağımızı, kimlere hayranlık duyacağımızı, kimleri küçük görerek kendimizden hoşnutluk duyacağımızı, kalitatif ve kantitatif araştırmalar da yaptırarak, ortaya koymaya; bizim fiili kimliğimizi mümkün olduğu kadar tasvir edilmiş bir biçimde görmeye çalışırlar. Bundan amaç, bizlere, gerçekten estetik değeri olan, bize uygun bir enformasyon sağlayabilecek, bugünkü toplumsal realitemizi değiştirebilmek için arada şöyle bir durup dinlenmemizi sağlayacak eğlence olanakları sunmak değildir. Popüler kültür ürünlerinin tasarlanması, üretilmesi ve toplumun çeşitli sınıf ve katmanlarına bulaştırılmasının tersine; bizi, bugünkü toplumsal realitemizin içinde kalmaya ikna edici, bunu değiştirmenin gereksizliğini ve umutsuzluğunu kanıtlamaya yönelik bir amaç taşır.

Popüler kültüre mesafeli yaklaşan Erdoğan ve Alemdar'a (1994: 17) göre popüler kültür, toplumun geniş kesimlerince üretimsel ve tüketimsel anlamda dayanak bulan halkın kültürüdür. Bu yönüyle ona bağımlı kesimin, yani proletaryanın önemli bir mücadele alanı olduğu ileri sürülebilir. Ancak Erdoğan ve Alemdar, günümüzde halkın önemli bir kesitini oluşturan işçi sınıfının mevcut egemen - bağımlı ilişkisi içinde düzene entegre olduğu, uyumlaştığı, dolayısıyla da başkaldırı gücünü yitirdiğini iddia etmektedir. Bu görüş doğrultusunda popüler kültürün gerçek anlamda bir mücadele alanı olmadığı, tam aksine kurulu düzendeki egemen güçlerin egemenliğini pekiştirici yönde rol oynadığı da belirtilmektedir.

Korkmaz Alemdar ve Raşit Kaya (1983: 188) ise popüler kültürün gündelik yaşama ilişkin etkilerini belirtirken, popüler kültürün gerçek yaşamla fantazyalar dünyası arasındaki ayrımı görünmez kılarak, kitlelerin bu ayrımı göz ardı etmesini kolaylaştırdığını belirtmişlerdir. Bir başka deyişle popüler kültürün, reel yaşamı, fantazyada aynı biçimde tekrarlayarak, reel yaşamın sürdürülmesini kolaylaştırdığını ve reel yaşamın yerine başka bir yaşam olabileceğini düşünmenin yollarını tıkadığını belirtmişlerdir.

Popüler kültürün, modern toplumda devam eden halkın (yerelin) kültürü olarak nitelendirilmesinin en yaygın ve yanlış kullanım biçimi olduğunu belirten Erdoğan ve Alemdar'a göre (2005: 33), nasıl ki fabrikada çalışan işçinin "bizim fabrika" dediği yer onun değil, fakat onun varoluş biçiminin belirlendiği yer ise, popüler kültür ürünlerini tükettiği, satın alıp kullandığı ve "benim" dediği için de popüler kültür o sınıfa ait olamaz.

Günümüzde popüler kültürü kitle üretimi yapan pazarın ekonomik ve bilişselliklerinin ifadesi olan kitle kültürünün somut şekillerinden biri olarak niteleyen Erdoğan ve Alemdar (2005), kitle kültürü olarak, tekelci kapitalizmin hem mal hem de imajlar satışını yapan, uluslararası pazarın değişimlerine ve gereksinimlerine göre biçimlenip değişen, önceden-yapılmış, önceden kesilip

biçilmiş, paketlenip sunulmuş bir kültürü anlatır. Kapitalizmin kendi için üretirken ve yaratılan zenginliği kendine ayırırken, kitleleri ücretli köle olarak kullanarak “kitleler için” yaptığı üretim ve bu üretimle gelen “kimlik, duyma, hissetme, yaratma, şimdisine, geçmişine ve geleceğine bakma biçimi kısaca yaşam yolu olarak tanımlamaktadır. Bu bağlam içinde, popüler kültür, pazar tarafından pazarda tüketim için “sipariş edilen, ısmarlama” kitle kültürünün en çok kullanılan ürünlerini, bu ürünlerin tüketilmesini ve bu ürünleri teşvik eden düşünceleri ve duyarlılıkları ifade eder (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 34).

#### **1.1.5.1. Popüler Kültüre Olumlu Yaklaşımlar**

Popüler kültürü değerlendirirken kavrama olumlu bir anlam ve işlev yükleyen yaklaşımlar, genellikle “halkın”, “halka ait” vurgularından yola çıkarak açıklama getirmektedirler. Popüler kültür, geniş bir nüfus tarafından paylaşılabilen inançlar, pratikler ve bunların içerdikleri normların örgütlenmesi olarak değerlendirildiğinde; kaynağını yerel geleneklerden alan inançlar, pratikler ve nesneler bir yandan "halk" ve "popüler" olanı kapsarken diğer yandan da siyasal ve ticari merkezlerden doğan inançları, pratikleri ve nesneleri paylaşan kitleyi kapsar (Schudson, 1999: 169-170).

Popüler kültürü olumlu olarak görenlerin bir kısmı halkı, işçi sınıfı ile özdeş olarak alır. Onlara göre büyük ölçüde işçi sınıfından oluşan halk, toplumun emekçi kesimini meydana getirmektedir. Buna göre işçi sınıfı toplumdaki üretim ilişkilerinin her düzeyinde yer alan ve toplumsal yaşamın devamında merkezi bir yere sahip olan kesimdir. O halde onun ürettiği kültür de bu anlamda toplumda aynı ölçüde merkezi bir konumda bulunmaktadır. Bu nedenle de işçi sınıfının kültürüne karşı duyarlı olmak ve onun gelişmesine ve yaygınlaşmasına katkıda bulunmak toplumsal gönenç için ön planda yer alması gereken temel bir gereksinimdir. Oysa işçi sınıfının karşısında yer alan ona yabancı, yani halktan kopuk seçkinlerin ürettiği kültür de aynı ölçüde halka ve dolayısıyla da topluma yabancıdır. Yüksek kültür olarak adlandırılan bu kültür, toplumda küçük bir azınlıkla bir avuç seçkine

seslenmenin ötesinde bir işe yaramamaktadır. O halde toplumun asıl kültürü olan işçi sınıfının kültürünün, yani popüler kültürün korunması ve geliştirilmesi için ne gerekiyorsa yapılmalıdır (Craig, 1972: 134).

Popüler kültüre olumlu bakan sosyal bilimciler, popüler kültürün Adorno ve Horkheimer'in kullandığı anlamda, barbarca bir anlamsızlık noktasına varacak kadar yozlaşmadığını ve tersine çevrilemez bir gerileme içinde olmadığını, aksine insanlık tarihinde emsali görülmemiş bir ölçüde yeni bir ekonomik ve kültürel zenginlik, çeşitlilik zirveleri yakaladığını söylemektedirler. Onlara göre, kapitalist ekonomide nihai kriz olmadığı gibi, kültüründe de nihai bir kriz söz konusu değildir. Tüm bunlar bir yana, kapitalist üretim tarzının gelişmesi sivil toplumu değil ortadan kaldırmak aksine onu güçlendirmiştir (Çağan, 2004: 244). Yine popüler kültüre olumlu bakanların bir kısmının iddiası da popüler kültürün demokratikleştirici özelliğinin olduğu yönündedir. Bu görüşe göre popüler kültür, şimdiyi düzenleyen biçim, tat ve etkinliklerinin toplumsal uygulamasıyla, resmi kültürün ussal dünyasına dair geçişleri reddeder. Popüler kültür, bunun yerine gündelik hayatın demokratik bakışla uygunlaştırılması ve dönüştürülmesini teklif eder (Chambers, 1986: 13).

Popüler kültüre olumlu bir bakış açısıyla yaklaşan John Fiske (Fis1999:207), popüler kültürün boyun eğenlerin kültürü olmadığını vurgulamaktadır. Popüler kültüre maruz kalan insanlar kapitalizm tarafından boyunduruk altına alınanlar, prangalanmış insanlar değildir. Onların ekonomik ve toplumsal yoksunluğu onları kendi farklılıklarından, kendilerini bağımlı kılan güçlere direnme ya da bu güçlerden sıyrılma yeteneklerinden yoksun bırakmış değildir; tam tersine, onları, iktidar bloğunun rahatlmasına ve zaferin kazanıldığını hissetmesine asla olanak tanımayan değişen gündelik direniş taktiklerini tasarlamaları için durmadan güdüler

Fiske, mücadele veya direnme sürecinin farklı bir yorumu olarak popüler kültürü “arada var olma sanatı” olarak betimlemektedir. Piyasada

hazır olarak dayatılan mülk sahiplerinin ürünlerini tüketerek kendi amaçları için kullanan kişilerin durumunu, üretim ile tüketim arasında var olma sanatı olarak yorumlamaktadır. Tüm popüler kültür bir mücadele sürecidir; toplumsal deneyimin anlamları üzerine, bireyin kişiliği ile toplumsal düzen arasındaki ilişki üzerine ve bu düzenin metinleri ile metaları üzerine yürütülen bir mücadeledir (Fiske,1999: 40). Popüler kültür, toplumsal farklılıkları anlamlı kıldığı sınıf, toplumsal cinsiyet, ırk ve diğer kategorilerin eksenleri boyunca iktidarın eşit bir biçimde dağıtılmadığı toplumlarda çelişkilidir. Popüler kültür tabi olanlar ile güçsüzlerin kültürüdür. Bu yüzden de içerisinde daima toplumsal sistemin, dolayısıyla da toplumsal deneyimin merkezinde yer alan egemenlik altına alma ve tabi kılma güçlerinin izlerini, iktidar ilişkilerinin göstergelerini taşımaktadır. Popüler kültür aynı zamanda bu güçlere direnmenin, onlardan sıyrılmanın belirtilerini göstermektedir (Fiske, 1999: 42).

Popüler kültürün insanı tek tipleştirme özelliği olmadığını savunan Fiske'e göre, endüstri toplumlarında popüler kültür kendi özünüyle çelişkilidir. Popüler kültüre dönüştürülen metanın aynı zamanda halkın çıkarlarını da temsil etmesi gerekmektedir. Popüler kültür tüketim değildir, kültürdür toplumsal bir sistem içerisinde anlamları ve hazları yaratan, onları dolaşıma sokan etkin bir süreçtir: bu nedenle kültür, endüstrileşmiş de olsa, metaların alınıp satılması çerçevesinde betimlenemez. Popüler kültürü üreten halktır, kültür endüstrisi değil. Kültür endüstrilerinin elinden gelen tek şey çeşitli halk oluşumlarının kendi popüler kültürlerini yaratma sürecinde kullanabilecekleri ya da reddedebilecekleri bir metinler ya da kültürel kaynaklar dağıtıcısı üretmektir (Fiske,1999:35-36).

Popüler kültüre olumlu yaklaşım sergileyen Herbert J. Gans, Amerikan toplumunda yüksek kültür ve popüler kültürün karşılaştırmalı sosyolojik bir analizini yaptığı "Popüler Kültür ve Yüksek Kültür" adlı kitabında, popüler kültürün yüksek kültür karşısında tehlikeli bir kitlesel olgu olduğunu iddia edenlere karşı çıkmaktadır. Gans bu bakış açısını iki noktayla

açıklamaktadır. Birincisi, popüler kültürün pek çok insanın estetik ve diğer arzularını yansıttığı bu nedenle ticari bir musibet değil kültür olduğu, ikincisi de bütün insanların -yüksek ya da popüler- istedikleri kültürü seçmeye hakları olduğu savıdır (Gans, 2005: 11).

Popüler kültürü, kültürel demokrasi için bir adım olarak gören Gans, (2005: 13-14) onun kolayca tepeden izleyiciye empoze edilmediğini; dolaylı yoldan ve kısmen de olsa izleyici tarafından biçimlendirildiğini vurgulamaktadır. Popüler kültürün ne yüksek kültüre, ne onu tercih eden insanlara, ne de toplumun bütününe zararı olmamaktadır. Popüler kültür tıpkı yüksek kültür gibi bir beğeni kültürüdür, yüksek kültür düşkünlerinin sahip olduğu eğitime ve ekonomik olanaklara sahip olmayan kimselerce seçilmektedir.

#### **1.1.5.2.Frankfurt Okulu, Kültür Endüstrisi ve Popüler Kültür**

Popüler kültüre eleştirel yaklaşanların başında Frankfurt Okulu temsilcileri gelmektedir. Okul temsilcilerinin kültür endüstrisi ve kitle kültürü kavramları etrafında geliştirdikleri eleştirel yaklaşımla dolaylı olarak popüler kültür eleştirisi yaptıkları söylenebilir. Onlara göre popüler kültür, kültür endüstrisi<sup>2</sup> tarafından üretilmektedir. Sanatın özgürleştirici olduğu görüşünün aksine kitle kültürü dolayısıyla popüler kültürün insanların özgürlüklerini yok ettiğini ve onları gerçek dünyalarından kopardığını savunmaktadırlar.

Frankfurt Okulu'nun temsilcileri klasik Marksist toplum çözümlemesinde ikincil planda bırakıldığını düşündükleri kültürel üstyapının çözümlenmesine girişmişlerdir. Bu noktada otoritenin yapısı ve gelişmesi ile kitle kültürünün ortaya çıkması ve yayılıp hayatımızı istila etmesi (Jay, 1989: 129) konularına

---

<sup>2</sup> Frankfurt Okulu teorisyenleri zaman zaman analizlerinde kitle kültürü terimini kültür endüstrisi ile birlikte kullanmışlardır. Ancak Eleştirel Teorisyenler, kitleler içinde kökenleri olduğu anlamını taşıdığı için “kitle kültürü” yerine genellikle “kültür endüstrisi” terimini tercih etmektedirler (Swingewood, 1996: 33).

yoğunlaşmışlardır. Frankfurt Okulu'nun önemli düşünürlerinden Adorno ve Horkheimer, Amerika'daki toplumsal ve kültürel ortamın da etkisiyle kitle toplumu ve kitle kültürüyle ilintili olarak kitle iletişim araçları üzerine çalışmalar yapmışlardır. Bu yüzden de Frankfurt Okulu üyelerinin kendilerine ilgi odağı olarak seçtikleri konuların arasında “kültür endüstrisi”/“kitle kültür” önemli bir yer tutmaktadır (Swingewood, 1996: 33).

Adorno ve Horkheimer'in (1996) ilk kez *Aydınlanmanın Diyalektiği*'nde kullandıkları “kültür endüstrisi” terimi, en genel hatlarıyla kendiliğindenliği olmayan, yönlendirilen, şeyselleşmiş/maddeleştirilmiş, gerçek olmayan bir kültürdür. Aynı zamanda bu kültür kitleler tarafından yapılandırılmış ve tüketimin doğasını belirlemektedir. Onlara göre kültür endüstrisi, kapitalizmin tahakkümünü yaygınlaştırma amacıyla teknolojiyi kullanarak insanları ve onların kültürel anlatımlarını metaya dönüştürürken, aklı da araçsallaştırmaktadır. Kapitalizmin şekillenmesinde her şey; mallar ve servisler, sanat, müzik, siyaset, eğlence ve insan yaşamı bir meta olur. Böylece kapitalist modernliğin yeni biçimlenişi olan tüketim toplumunda meta ilişkisi/alışverişi temel ilişki biçimi olmaktadır (Kellner, 1989: 146).

Frankfurt Okulu temsilcilerine göre kültür endüstrisi, öncelikle “büyük kültür acenteleri” tarafından üretilmektedir. Büyük kültür acenteleri, egemen sınıf ve güç odaklarının tekelindedir ve bir fabrika gibi işlev görmektedir. Burada üretilen kültür ise aldattıcıdır ve tüketicileri yanlış yönlendirmektedir (Adorno ve Horkheimer, 1996: 32). Bu yüzden, kitle toplumu potansiyel bakımdan baskıcı, yıkıcı ve düşman bir içeriğe sahiptir. Bu nedenle Marcuse da popüler kültürün baskıcı, daha doğrusu bir baskı aracı olduğuna inanmaktadır (Bigsby, 1999: 85).

Herbert Marcuse'a (1997:76) göre modern toplumda kitle kültürü yaratımında temel öğelerden birisi kitle iletişim araçları olmuştur. “Sosyalizasyon ajanı” olarak işlevde bulunan kitle iletişim araçları, modern yapı ve sistemlerde önemli bir aygıt olmuş, hatta ailenin işlevinin yerini

almıştır. Kitle iletişim araçları yoluyla birey sosyalizasyon sürecinde pasifize edilmekte, yoğun manipülasyon vasıtasıyla bireyde var olan özerklik zayıflamakta, bunun için ise en etkin araç olarak “dil” -kitle iletişim araçlarında somutlanan şekliyle dil- kullanılmaktadır.

Adorno ve Horkheimer kültür endüstrisini “eğlence kurumu” olarak nitelemektedirler. Kültür endüstrisinin mutluluk kaynağı olan haz almayı kültürel mallara, belli bir eğlence anlayışına hapsedmesi söz konusudur. Eğlence, geç kapitalizm koşullarında çalışmanın uzantısıdır. Mekanikleştirilmiş emek süreciyle yeniden baş edebilmek için ondan kaçmak isteyen kimselerin aradığı bir şeydir. Aynı zamanda mekanikleştirme, boş zamanı olan kimseler ve onların mutluluğu üzerinde öyle bir güce sahiptir ki, eğlence metaların üretimini temelden belirleyerek bu kimselere boş zamanlarında emek süreçlerinin kopyasından başka bir şey yaşatmaz. Fabrika ya da bürodaki emek sürecinden kaçabilmeleri, ancak insanlar kendilerini boş zamanlarında bu emek sürecine göre ayarlamaları koşuluyla mümkündür. (Adorno, 2012: 68-69).

Frankfurt Okulunun “kültür endüstrisi” yaklaşımı; kültürün ve kültürel ürünlerin (kitap, müzik ve sanatsal ürünlerin) ticarileşmesini gündeme getirmiştir. Kültürel ve sanatsal ürünler tıpkı otomobil ve elbise gibi ticarileşmiştir. Bunların herhangi bir nesne gibi üreticileri ve tüketicileri vardır. Frankfurt Okulu düşünürlerine göre özellikle de Adorno ve Horkheimer için kültür endüstrisi, mübadele değerinin ve meta fetişizminin, aynı zamanda da piyasaya egemen olan tekelci kapitalizmin birleşip pekişmesinin yansımasıdır.

Kültür endüstrisi ve reklam arasında önemli bir bağ kuran Horkheimer ve Adorno (1996:56), Aydınlanmanın Diyalektiği’nde reklamdan, kültür sanayinin yaşam iksiri olarak bahsedeler. İnsanın, kültür sanayisiz de yaşayabileceği nasıl kesinse, bu gerçeğe bağlı olarak, kültür sanayinin de tüketicilerde aşırı derecede doyum ve duyumsamazlık yaratması o kadar

zorunludur. Bu duruma karşı kültür sanayinin elinden pek bir şey gelmez. Reklam onun yaşam iksiridir. Reklam tüketiciyi, büyük tekellerden ayırmayan bağı pekiştirmektedir. Dolayısıyla onun egemenliğinin sürdürülmesinde olumlu katkısı bulunmaktadır. Kültür endüstrisi durmadan vaat ettiği şeylerle tüketicisini durmadan aldatır. Fiyakalı olay örgüleriyle görüntülerin vaat ettiği haz, vadesi sürekli uzatılan bir senet gibi geciktirilir: Bu gösteri, haince bir biçimde, hiçbir zaman yerine getirilmeyecek bir vaatten ibarettir (Adorno, 2012: 72).

Horkheimer ve Adorno'nun kültür endüstrisine ilişkin görüşlerine paralel olarak, Marcuse da Tek Boyutlu İnsan adlı kitabında eleştirel düşüncenin ve özgürlüğün ortadan kaldırıldığı kitle toplumunda bilinçli bir çaba sonucunda toplumda bir akıl dışılığı hâkim olduğunu vurgulamaktadır. Aydınlanma felsefesinde ulaşılmaya çalışılan bütünlüklü birey yerine toplumsal denetim mekanizmaları aracılığıyla şekillendirilmiş, reklam ile uyum içinde dinlenen, eğlenen, davranan ve şekillendirilen, başkalarının sevdiğini seven ve nefret ettiklerinden nefret eden, yürürlükteki değerlerle yaşayan tek boyutlu bireyler ortaya çıkmaktadır (1997:25).

Kapitalist toplumda bireyin nasıl tek boyutlu kılındığını Marcuse (1997) iki öge ile açıklamaktadır, birincisi, bir zamanlar devrimci işlev görmüş olan kavramların içlerinin boşaltılması ve böylece niteliklerini yitirmeleri. İkincisi de bir alt süreç olarak ideolojinin üretim yapısı içine girerek bireyi tek boyutlu hale getirmesi.

Kitle iletişim araçlarının ortaya çıkmaya başlamasıyla birlikte kültürün kendisinin de bir endüstri haline geldiğini öne süren Frankfurt Okulu temsilcilerine göre özgürleşme ve ütöpik nitelik yalnızca yüksek sanatta mevcuttur. Kitle kültürü ise tüketicileri var olan düzenle uzlaştırmak için kapitalizmin çıkarlarına hizmet etmektedir. Horkheimer'a göre ancak reel hayatla arasına mesafe koyabilen birey direnebilir. Kitle içinde erimiş birey ise ancak bu toplumsal mekanizmaların dayattığı biçimde duyabilir ve bu

aşına dünyaya karşı yeni bir dünyanın, yeni bir toplumun mümkün olabileceğini duyup, bu doğrultuda direnemez (Özbek, 2006: 64).

Frankfurt Okulu temsilcilerine göre izleyiciler kitledir ve onların sınıf kimliği kaybolmuştur. Onlar kültür endüstrileri tarafından üretilen “yanlış ihtiyaçlar ve yanlış bilinç” aracılığıyla sömürülürler ve yönlendirilirler. İşçi sınıfı, kendisini propaganda ve manipülasyona karşı savunamaz. Çünkü onların eğitim seviyeleri düşüktür ve kapitalist iş yaşamından kaynaklanan yabancılaşmanın sonucu olarak kitle kültürü bu insanlarda bir rahatlama yaratıp kendilerini geliştirmelerine engel olmaktadır (McQuail, 1997: 12).

#### **1.1.5.3. İngiliz Kültürel Çalışmalar Okulu ve Popüler Kültür**

Popüler kültür olgusuna eleştirel bakan yaklaşımların başında “kültürün ve toplumun incelenmesine yönelik disiplinler arası yaklaşımlar alanı” (Erol, 2004: 197) olarak tanımlanan Kültürel Çalışmalar Okulu gelmektedir. Çağdaş Kültürel Çalışmalar Merkezi, İngiltere’nin Birmingham kentinde 1964 yılında kurulduğundan ve ilk çalışmalar burada yapıldığından dolayı İngiliz Kültürel Çalışmaları olarak da adlandırılmaktadır.

Richard Hoggart ve Raymond Williams’la başlayan kültürel çalışmalar geleneğinde ilk olarak, İngiltere’de işçi sınıfına dâhil olan toplulukların nasıl geleneksel olarak karşıt kültür geliştirdikleri ve bu toplulukların devlet, okul ve medya aracılığıyla ulusal kültüre dâhil edilme süreçleri ele alınmıştır. Bu ilk çalışmalarda sınıf ve ideoloji kavramlarından hareketle alt kültürlerin, işçi sınıfının sisteme nasıl dâhil edildiği üzerinde durulmuştur (Kellner, 1992: 36). Bu nedenle de kültürel çalışmaların analizinin temelinde Williams’ın deyimiyle “belli anlam ve değerlerle belirli bir yaşam tarzına işaret eden” kültür kavramsallaştırılması yatmaktadır. Daha önce kısaca değinilmesine rağmen burada Williams’ın kültüre yaklaşımını belirtmek faydalı olacaktır.

Williams belirli bir yaşam tarzına işaret eden kültürün işleyişini şu şekilde açıklamaktadır:

“Her belirli dönemde örgütlenmiş, yaşanan, hâkim ve etkili olarak tanımlanması uygun merkezi pratikler, anlamlar ve değerler sistemi vardır. Bu hâkim sistem statik bir yapı değil, sürekli bir içine alma (incorporation) süreci oluşturur. Eğitim kurumları başta olmak üzere belirli kurumlar aracılığıyla değişik sınıfların yaşam koşullarına ait olan anlamlar ve değerler içerisinden yalnızca bazıları vurgu için seçilir; bu merkezi çekirdek dışında kalan anlam ve değerler sürekli olarak yeniden yorumlanır, esnetilir ya da hâkim kültür içindeki öğeleri destekleyecek ya da en azından karşıt olmayacak biçimlere konulur: Hâkim sistem böylelikle kendine karşıt pratikleri, anlam ve değerleri içine alabilmek için sürekli olarak kendini yapılandırmak ve yeniden üretmek zorundadır” (Hall, 1999:221).

Williams bu yaklaşımı ile kültürü bir mücadele alanı olarak çözümleyerek, baskın ve tabi kültürler arasında bir hegemonya mücadelesi olduğu sonucuna varır. Popüler kültürü de bu çerçevede işçi sınıfının kültürüne bir saldırı olarak görür. Popüler kültürün işçi sınıfına saldırdığını ve onun kendi kültürü yerine tüketim kültürünü yerleştirdiğini savunur. Ona göre, işçi sınıfı kendi kültürünün aktif üreticisi iken, popüler kültüre sadece pasif ve tüketici bir şekilde katılmaktadır (Yaylagül ve Korkmaz, 2008:134). Kültürel alanda verilen anlamlar ve değerler mücadelesinin ideolojik bir mücadele olduğunu belirten Stuart Hall ise Williams’ın bu değerlendirmesini daha da ileriye taşımıştır.

İngiliz Kültürel Çalışmaları’nın en önemli temsilcilerinden biri olan Stuart Hall, popüler kültüre eleştirel yaklaşmakla birlikte Frankfurt Okulu’nun yaklaşımına göre daha iyimser bir noktada durmaktadır. Kültürü günümüz toplumundaki eşitsizliğin araçlarından biri olarak gören Hall’e göre, kültür, tabi grupların, egemen grupların çıkarlarını yansıtan anlamların zorla kabul ettirilmesine karşı sürekli direndiği bir mücadele alanıdır. Bu da kültürü, ideolojik kılan şeydir (Storey, 2000: 19). Bu noktada kültür ve ideoloji arasında böyle bir bağın kurulması ve kültürün yeniden yorumlanması kültürel çalışmaların temel ilgi odağını oluşturmaktadır. Bu nedenle de

kültürel çalışmalarda ideoloji temel çalışma alanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle Stuart Hall, kültürel alanı ideolojik mücadelenin verildiği bir mecra olarak kavramsallaştırmaktadır.

Tarımsal kapitalizme uzun geçiş evresi ve daha sonra sanayi kapitalizminin oluşma ve gelişme süreci boyunca, çalışan sınıfların, emekçi ve yoksul sınıfların kültürleri üzerinde az çok süreklilik gösteren bir mücadele yaşanmıştır. Bu olgu, popüler kültürün gerek temeli, gerekse dönüşümleri ile ilgili olarak, yapılacak herhangi bir incelemenin kalkış noktası olmalıdır. Toplumsal güçler arası ilişki ve dengelerdeki değişimler, kendilerini bu tarih sürecinde ortaya koymuşlardır (Hall, 1997: 15). Kültürü, hâkimiyet ve tahakküm ilişkilerinin eklemlendiği bir süreç olarak değerlendiren Hall, popüler kültüre de bu bakış açısından hareketle yaklaşır. O'na göre kültürel iktidar ve tahakküm ilişkilerinin güç alanı dışında yer alan tam, özgün, özerk hiçbir 'popüler kültür' bulunmamaktadır (1997:18).

Hall (1981:235) açısından kültürel alan, değişen ve dengede olmayan güç ilişkilerinin bir alanıdır. Önemli olan içirme, bozma, direniş, müzakere ve iyileşme biçimlerini kapsayan kültürel mücadelenin biçimlerini anlamak ve çözümlemektir. Popüler kültür, salt anlamı ile ne popüler geleneklerin bu süreçlere bir direnişi ne de onların üzerine yukardan dayatılan değişimlerdir. Popüler kültür bu dönüşümlerin üzerinde işletildikleri zemindir. Popüler kültürdeki ikili bahis içirme ve direnişin ikili halleridir (Hall,1997:15). Bu yaklaşımla Hall, popüler kültürün iktidar ilişkileri açısından salt direniş yada tamamıyla tüketimle şekillenen bir alan olduğu yönündeki değerlendirme eğilimini aşmaya çalışmıştır.

Hall (1997) popüler kültürü, baskın ve alt kültürler arasında belirli bir zamanda ortaya çıkan kültürel ilişkiler tarafından oluşturulan bir alan olarak tanımlar. Böylece popüler kültür, baskın grubun toplumsal hegemonya yaratmasında ve bunun alt grubun gönüllü ve katılımcı bir şekilde kabul etmesine aracı olan bir kültürel kurumlar, formlar ve uygulamalar bütünü

olarak ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda hegemonya, şartlara bağımlı ve devam eden bir süreç olarak tanımlanırken, popüler kültür de baskın kültürün onaylanarak garanti altına alındığı bir alan olmanın ötesinde, bu baskın kültürün ve formlarının tartışılacağı ve karşı çıkılacağı başlıca alan olarak biçimlenmektedir.

Hall (1999), kitle iletişim araçları ile sunulan popüler kültür ürünlerini, kapitalist sınıfın toplum üzerinde kurduğu hegemonyanın ve buna karşı direniş olanaklarının ortaya çıktığı mücadele alanı olarak görmektedir. Popüler kültür ürünleri, toplumsal eşitsizlikleri ve iktidar ilişkilerini yeniden üreten ve meşrulaştıran formlardır. Bu bağlamda popüler kültür ürünleri, gerçeğin yaratıcısı ya da taşıyıcısı değil, gerçeği yeniden inşa eden ürünlerdir. Sadece popüler kültür ürünleri aracılığıyla medya içeriklerinde nelerin sunulduğu incelenmez, bu sunulanların bunları tüketen işçi sınıfı üyeleri tarafından nasıl anlamlandırıldığı ve yorumlandığı da analiz edilmelidir.

Hall, kültüre dolayısıyla popüler kültüre yönelik bu yaklaşımı Antonia Gramsci'nin "hegemonya" kavramından yola çıkarak geliştirir. Gramsci, hegemonya kavramını batıdaki burjuva iktidarların yapısının ayrıntılı tahlili için kullanmıştır (Anderson, 1988:39). Bu tahlile göre, "bir sosyal grubun üstünlüğü iki şekilde olur: Egemenlik ve entelektüel-ahlaki yönlendirme". Devletin kolluk kuvvetleriyle kullandığı baskı ve zor karşısında (entelektüel-ahlaki) yönlendirme, rızanın kurucusu olarak karşımıza çıkar. Kültürel yönlendirme, "üretim araçlarını kontrole bağlı olarak iletişim araçlarını (basın, radyo, televizyon, yayın) kontrolde" ortaya çıkar (Anderson, 1988: 48). Gramsci'ye (2003) göre egemen sınıfın yönetmek için zorunlu olarak kuracağı bütün siyasal güç ve denge ilişkileri olarak ifadesini bulan hegemonya kavramı, baskı ve zorun dışında işleyen bir süreçtir. Bu nedenle de kültürel alanın çözümlenmesinde önemli bir anahtar görevi görür. Kültür ve dini de içerecek biçimde bir irade meydana getiren pratik faaliyeti ideoloji

olarak kavramsallaştıran Gramsci, (2003) bu bağlamda ideolojiye iktidardaki hâkim bloğu bir arada tutan bir tutkal rolü atfeder.

Gramsci'nin (2003) izinde olanların ortaya koydukları yaklaşıma göre, popüler kültür, bu iki eğilim tarafından ön görülen ve ikisinden biri mutlaka doğru olan ve yine de aldatıcı olabilecek tek yönlü vurgulamalar ile tanımlanamamaktadır. Bu gibi yaklaşımlara göre popüler kültür, halkın kendisi tarafından ve kendisi için ürettiği kültür olarak veya kendisi için üretilen, yönetilen bir kültür olarak tanımlanabilir niteliktedir. Başka bir ifadeyle, popüler kültür, egemen, ikincil ve karşıt olan kültürel değerlerin ve ideolojilerin farklı biçimlerde ve farklı olasılıklarla birleştiği, popüler deneyim ve bilinci yapılandırma ve etkili olabildikleri alanları sağlamlaştırmak için girişimlerinde birbirleri ile yarıştıkları kültürel yapıları ve uygulamaları içermektedir. Popüler kültür, iki bölümlü değildir -Halkın, saf ve doğal olarak karşıt olan kültürleri ve halkın bütünüyle yönetilen yere bağımlı olan kültürü- ama çelişen konumların birbirleriyle karşılaştıkları ve birleştikleri kültürel yapıların organizasyonunu biçimlendirdikleri, karşıt eğilimler arasındaki birleşme sayesinde yer edinmiştir (Bennett, 1999: 70-71).

Popüler kültürü tümüyle bir egemenlik aracı olarak ya da egemen kesimin karşısında yer alan bağımlı kesimin, yani halkın ürünü olarak görmek önemli bir yanılgıya neden olmaktadır. Gramsci'ye göre egemen kesim, işçi sınıfının ya da başka bir deyişle halkın kültürünün içinde kendi kültürüne yer bulma çabası içine girmektedir, yani ona eklemlenmeye çalışmaktadır. Bu eklemlenme süreci sonunda ortaya çıkan kültürel durum ne işçi sınıfının ne de egemen sınıfın kültürüyle tam bir özdeşlik göstermemektedir. Ama sonuçta eklemlenme sürecine katılımda en fazla başarılı olan kesim, diğer sınıf üzerinde hegemonik üstünlük elde etmektedir (Güngör, 1999: 13).

Hegemonya kavramı, bir yönetici gücün kendi hâkimiyeti için hükmettiği insanların rızasını alma biçimi anlamında kullanılır. Hegemonya güç ve rızanın bileşimine dayanır. Gramsci'ye göre liberal kapitalist devlette

zorun arkasında işleyen rıza, sistemin devamı için önemli bir unsurdur (Hall, 1999: 122). En temel hegemonik strateji “ortak duyu”nun inşasıdır. Eğer yönetici bloğun fikirleri sınıf temelli değil de, ortak duyu olarak kabul edilirse, bu sınıfın ideolojik hedefleri gerçekleşir ve ideolojik işleyiş gizlenir. Toplumsal sistemdeki tüm değer ve düşünceler var olan yönetici sınıfı destekler. Hegemonya değerler üzerinde bir uzlaşmadır ve genellikle “ortak duyu”nun içine yerleşir, ancak yönetici sınıfın çıkarınadır (Fiske, 2005: 225).

Hall (1999: 119) hegemonyanın toplumdaki hâkimiyeti ideolojik zorla değil kültürel önderlikle sağlandığını ima eder ve bu durumu şöyle açıklar:

“Hegemonya, toplumdaki temel ekonomik süreçler üzerinde etkin bir üstünlük sağlamış olan hâkim sınıf ittifakının ya da yönetici bloğunun toplumun hayat tarzı, anlayışı, biçimi, kültür ve medeniyet düzeyini bir sınıfın dar çıkarlarına uygun olarak dönüştürmese bile, bir bütün olarak hâkim toplumsal ve üretim sisteminin gelişimini ve genişlemesini destekleyen bir yönde dönüştürebilecek ve yeniden biçimlendirecek süreçlerdeki üstünlüğü kuşatır. Bu önderlik anlayışında önemli olan nokta, hegemonyanın hukuksal ve meşru ölçütlerden ziyade, tabi durumdaki sınıfların ve toplumsal grupların aktif rızalarının kazanılması yoluyla sağlanmasıdır”.

Bu bağlamda, popüler kültür karşısında tamamıyla edilgen bir kitle yoktur. Sıradan insanlar kültürel budalalar olmadıklarına göre kendi hayatlarına yönelik gerçeklerin nasıl şekillendirildiğini layıkıyla fark edecek yetenektedirler (Hall, 1997: 18). Bundan dolayı Hall, kültürel iktidarın her yerde ve her zaman, yüksek geleneğe neyin dâhil edileceği ve neyin dışarıda bırakılacağına dair çizginin çizilmesine dayandığını belirtmektedir. Ona göre kültürel iktidar kendi sınırlarını oluşturmaya çalışır. Eğitim ve kültür kurumları da kültürel iktidarın sınırlarını belirlemekte yardımcı kurumlardır. Bu açıdan bir mücadele alanı olan popüler kültür, güçlünün kültürüne karşı ve onun için verilen bu mücadelenin iç içe geçtiği yerlerden

biridir: Aynı zamanda bu mücadele içinde kazanılacak ya da kaybedilecek bahsin ta kendisidir. Bir rıza ve direnme alanıdır. Kısmen hegemonyanın ortaya çıktığı ve korunduğu yerdir. Bu nedenle de popüler kültür önemlidir (Hall, 1997: 22).

Popüler kültüre yaklaşımlar konusunda özetle, Frankfurt Okulu, popüler kültürü insanları “güdüp yönetme” çerçevesinde değerlendirir ve bunun “kültür endüstrisi” tarafından oluşturulduğunu savunur. Popüler kültüre dair olumlayıcı bir bakış açısı geliştiren yaklaşımlara göre ise popüler kültür köklerini halktan alan, içinde özgürlüğü de barındıran bir kültürdür ve endüstri devriminden sonra folklorik anlamda halk kültürü yerine gündelik hayatın ve halka ait olanın sunulması olarak değerlendirilir. Üçüncü olarak ise popüler kültür karşıt baskılar ve eğilimler tarafından biçimlenen güç alanı ve ilişkileri olarak ele alınır. Bu, kültürel çalışmaların Gramsci’yi takip ederek geliştirdiği hegomonik bir bakış açısıdır.

Gramsci’den esinlenerek kavramı geliştiren Hall’e göre hegemonya (1999:119) toplumdaki asli ekonomik süreçler üzerinde etkili bir üstünlük sağlamış olan başat bir kesimin ittifakının ya da yönetici bloğun, bir toplumun hayat tarzlarını, âdetlerini ve anlayışlarını, kültür ve medeniyet düzeyini, bir bütün olarak hayatın başat toplumsal üretim sisteminin gelişimini ve genişlemesini destekleyen bir yönde dönüştürebilecek ve yeniden biçimlendirebilecek şekilde toplum üzerinde sağladığı üstünlüğünü geliştirip yaydığı tüm süreçleri kuşatmaktadır. Özetle, hegemonyanın, bir ölçüde hukuksal ve meşru zorun yanı sıra, ilke olarak, tâbi durumdaki sınıfların ve toplumsal grupların aktif rızalarının kazanılması yoluyla başarıldığı söylenebilir. Storey (1993:135-137).

Bu çalışma için temel oluşturan yaklaşıma göre ise popüler kültür, karşıt baskılar ve eğilimler tarafından biçimlenen güç alanı ilişkileri içinde ele alınır. Hegemonya kavramına yaslanan bu yaklaşıma göre burjuvazi ideolojik hegemonyasını işçi sınıfının kültürü ve değerleri içinde bulduğu yer

ölçüsünde kurabilir. Burjuvazinin amacı işçi sınıfının kültürünü değiştirmek veya onu yok etmek değil, işçi sınıfının burjuva kültürü ile karışımını sağlamaktır. tam da bu noktada işlev gören popüler kültür, bu iki sınıf arasındaki pazarlık sahasıdır. Bu sahada egemen üst kültür ve alt kültüre ait değerler farklı karışımlar içinde bulunurlar. Bu çalışmanın temelini oluşturan işçi gençliğin kültürü ve işçi sınıfı kültürü bu çerçevede ele alınmıştır.

Kültürel alanda verilen anlamlar ve değerler mücadelesinin ideolojik bir mücadele olduğunu belirten Hall, (1997: 15) çalışan halkın, emekçi sınıfların ve yoksulların kültürü üzerinde sürekli bir mücadelenin olduğunu ve bu gerçeğin popüler kültürün temeli ve dönüşümlerine ilişkin çalışmaların başlangıç noktasını oluşturması gerektiğini belirtmektedir. Bu nedenle de işçi sınıfının önemli bir bölümünü temsil eden işçi gençliğin kendine özgü kültürel değerlerini yaratma koşullarını ve popüler kültürle ilişkisini ortaya koymayı amaçlayan bu çalışmada; popüler kültür, kitle kültürü gibi sadece kitlesel olarak üretilen ve kitle iletişim araçları vasıtasıyla aktarılan standart ve sınırlayıcı bir kültürden ziyade daha kapsamlı bir çerçevede değerlendirilmiştir. Popüler kültür kavramı, bu kültürü paylaşan, tüketen insanların dâhil olduğu grup ve sınıflar belirtildiği ölçüde sınıfsal niteliğe bürünebilmekte, aynı şekilde bu kavram, sınıf ve grupları birleştiren kültürel yönelimlerden bahsedilmesini de olanaklı kılmaktadır. Hall'ün sınıf ve popüler kültür ilişkisinde ortaya koyduğu gibi bu kavram hem halka ait hem de yaygın anlamlarıyla kullanılabilir. Ancak popüler kültür yaygın ama halka ait değildir; halka sunulan bir kültürdür. Bu kültür kitle iletişim araçları başta olmak üzere birçok şekilde yaşamın her alanına sızmıştır. Böylece popüler kültür, baskın grubun toplumsal hegemonya yaratmasında ve bunu alt grubun gönüllü ve katılımcı bir şekilde kabul etmesine aracı olan bir kültürel kurumlar, formlar ve uygulamalar bütünü olarak ortaya çıkmaktadır.

Popüler kültürü hâkim sınıfların yönlendirdiği bir gerçektir. Ancak aynı zamanda bu sınıfların egemenliklerini pekiştirmek için üzerinde mücadele

verdikleri ve kazanmak istedikleri bir alan olarak da tanımlanabilir. Hâkim sınıfların değer ve fikirleri, popüler duygu ve düşüncelerin içinde eritilerek, popüler alandaki direnme etkisizleştirilip, yaygınlaştırılır (Özbek, 2006: 10). Bu nedenle de bu çalışmanın bakış açısından değerlendirildiğinde, popüler kültür bir egemenlik sahasıdır, ancak işçi gençlerin sınıfsal konumları itibariyle kendine özgü bir kültür, yaşam biçimi yaratma durumları sınırlı olduğundan, popüler kültür onların yaşamını egemenlik altına almakta ve direnme kapasitelerini düşürmektedir. Bu nedenle işçi gençlerin yaşamları egemen kültürel pratikler etrafında şekillenmektedir.

Popüler kültür bize, kitle iletim araçlarına bağımlılığın ötesinde daha geniş, daha kapsamlı bir çerçeve sunar. Bu nedenle, bu araştırmada popüler kültür kitle iletişim araçları tarafından yayılan ürün ve pratiklerin yanı sıra, işçi gençler açısından gündelik yaşam pratikleri, iş yaşamı, hayatı algılayış biçimleri, gelecek, özgürlük ve hayalleri üzerine düşünceleri, siyasal tercihleri, toplumsal katılım düzeyleri, aileye ve topluma bakış açıları, kimliklerini ifade ediş şekilleri, medyada sunulan ürünleri ve değerleri algılayış biçimleri, para ile kurdukları bağ, harcama alışkanlıkları ve eğlence anlayışları başta olmak üzere kapsamlı bir analiz çerçevesinde ele alınmıştır. Bu amaçla, araştırma gençliğin önemli bir kesimini oluşturan işçi gençlik üzerine yoğunlaşacağından bundan sonraki başlıkta önce işçi sınıfının özgül bir kesimini oluşturan işçi gençliği daha iyi anlamak adına işçi sınıfı, işçi sınıfının Türkiye’de gelişimi ve sınıf kültürü üzerinde durulmuştur. Daha sonra ise işçi gençliğin özellikleri, kimliği, kültürel durumları siyasal, tarihsel ve toplumsal yönleriyle birlikte ele alınmıştır.

## **BÖLÜM II**

### **TÜRKİYE'DE İŞÇİ SINIFI VE GENÇLİK**

#### **2.1. SINIF, SINIF KÜLTÜRÜ VE İŞÇİ SINIFININ TARİHİ**

İşçi sınıfının özgül bir kesimini oluşturan işçi gençliği analiz etmeden önce, sınıf olgusunu, özelliklerini ve işçi sınıfının tarihsel gelişimini kısaca incelemek gerekmektedir. Öncelikle sınıf kavramı ile başlayalım.

Latince “classis” kökünden türeyen sınıf kavramı, Roma İmparatorluğu zamanında vatandaşları servetlerine göre bölen toplumsal kategorileri tanımlamak amacıyla kullanılmıştır. 14.yüzyılda önce Fransızcaya, ardından 16.yüzyılda İngilizceye geçen bu kavram ilk olarak “İnsanların hiyerarşik derecelere göre dağılımı ya da sıralaması” anlamında kullanılmıştır (Abendroth,1992:9-11). En genel şekliyle ifade edilen bu tanımdan anlaşılacağı üzere sınıf, toplum içindeki kesimleri çeşitli özelliklerine göre kategorileştirmekle ilgili bir kavramdır. Emile Burns (2010:19) sınıfı, “yaşantılarını aynı şekilde sürdüren kişilerden meydana gelmiş topluluklar” olarak tanımlarken, Tülin Öngen (1996:57) de tarihsel olarak belirlenmiş bir üretim sistemi içindeki yerlerine ve üretim araçlarıyla olan ilişkilerine göre birbirinden ayrılan insan gruplarının sınıf tanımının kaynağını oluşturduğunu ifade etmektedir.

“Sınıf” kavramının İngilizceye bir sosyoloji terimi olarak Sanayi Devrimi’nden sonra yerleştiğini belirten Raymond Williams (1989:50) şu yorumu getirmektedir: “Tarihin şekillendirdiği bu kelimenin ta baştan beri ne anlattığı belli değildi. Önemli bir geçiş dönemine özgü biçimde hem toplumsal hem de ekonomik olguları belirtiyordu. Zamanla endüstrileşme sürecinin ve fabrika sistemine dayanan üretim biçiminin yaygınlaşması ve özellikle geçim koşullarının aşırı bir biçimde farklılaşmasıyla, sınıf sözcüğü günümüzdeki içeriğine kavuşmuştur.”

Endüstriyel kapitalizmin gelişmesiyle birlikte literatüre giren sınıf kavramı, başta toplum bilim olmak üzere, pek çok disiplinde kullanılmakla birlikte, hepsinde aynı öneme sahip değildir. Bir kısım kuramsal çalışmalarda sınıf, toplumsal yapının bir bütün olarak anlaşılmasında en genel ve en temel kategori olarak değerlendirilir ve bu doğrultuda çözümlemeye sokulur. Buna karşın, söz konusu kuramsal çalışmaların bazılarında ise daha kapsayıcı bir sistem olduğu düşünülen tabakalaşmanın bileşenlerinden biri olarak ele alınır ve toplumsal süreçlerdeki belirleyiciliği bu statüyle sınırlı tutulur.

Sınıf, sosyolojinin en tartışmalı kavramlarından biridir. Toplum çözümlemesinin temel birimi olarak sınıfı kullanan ve kendisini işçi sınıfının teorisyonu olarak tanımlayan Karl Marx (2011:18), işçi sınıfına “hikâye seni anlatıyor” dediği kapitalizmin çözümlemesi ve eleştirisini kapsayan Kapital’inde bile açıkça tanımlanmış bir sınıf kavramı bulunmamaktadır. Bir yanda burjuvazi, mülk sahibi sınıf, kapitalist sınıf; öte yanda proletarya, işçi sınıfı, ücretliler, üreticiler, doğrudan üreticiler. Çağdaş sosyolojide sınıf iki biçimde karşımıza çıkmaktadır: İlkinde Max Weber’in öncülük ettiği geleneksel sosyolojinin tabakalaşma sorunu bağlamında, ikincisinde ise Marksist kuramdaki yapılanma kavramı açısından değerlendirilmektedir (Beneton,1991:8; Wright,1979:5-6). Bir başka ifade ile Marx için sınıf, toplumsal yapılanmanın temel taşı iken; Weber için toplumu farklılaştıran oluşumlardan yalnızca bir tanesidir (Öngen, 1996:29-30).

Marksistler için toplumsal varlığın ve gelişmenin temeli olan emek ve üretim sürecindeki belirleyici rolü nedeniyle sınıf, birinci derece önemlidir (Wayne,2006:19). Ana akım sosyoloji ise, sınıf tanımı açısından meslek, gelir, eğitim ve tüketim kalıplarını kilit kıstaslar olarak kullanarak sınıfı bir dizi katman olarak sunar. Bu alandaki çalışmalar herhangi bir sınıf haritasına önemli tonlar ve nüanslar katar ama Marksizm’e göre sınıf kavramının temel gerçeği, *toplumsal (ve iktisadi) üretim ilişkileridir* (Wayne,2006:22). Marx, sınıfın doğuşunu şöyle açıklar: Üretici güçlerin gelişiminde öyle bir aşamaya gelinir ki, kendi kazançlarından yararlanamayan, toplumun bütün yükünü

taşıyan, dışlanmış ve bunun doğal bir sonucu olarak da diğer tüm sınıflara karşı açık bir muhalefet oluşturan bir sınıf doğar. Bu sınıf toplum üyelerinin çoğunluğunun meydana getirdikleri bir sınıftır (Marx, 2011:78). Kişinin sınıfsal konumu, üretim ilişkileri içerisindeki yerine bağlıdır. Bu doğrultuda Marksist tarihçi Geoffrey de Ste Croix'in tanımı aydınlatıcıdır: Bir sınıf (belirli bir sınıf) öncelikle üretim koşulları (yani üretim araçları ve emek) ve diğer sınıflarla (asıl olarak mülkiyet ya da denetim derecesi temelinde) girdiği ilişkiyle ve toplumsal üretim sistemi içindeki konumuyla belirlenen bir grup insandır (Calloncious, ve Harman, 1994; 12).

Marx'a (2011:234) göre sınıf oluşumunun temelinde üretim ilişkileri vardır, ancak üretim sürecinin kendisi doğrudan insanları bir araya getirip harekete geçirmez. İşçiler, bağımsız kişiler olarak aynı sermaye ile ilişkili olan fakat kendi aralarında ilişki bulunmayan bireylerdir. Bunlar arasındaki el birliği ancak emek sürecinde meydana gelir. Dolayısıyla çalışan topluluklar ancak belli bir toplumsal rolü üstlendikleri, kendilerini ortak siyasal ve kültürel özellikler taşıyan bir toplumsal grup olarak algılayıp harekete geçtikleri zaman bir sınıf oluştururlar.

Marksist paradigmada sınıf, nesnel bir ilişki olarak ele alınır. Kişinin sınıfsal konumu kendisinin veya başkalarının kişisel algılamalarına ya da özel tutumlarına göre değil, üretim ilişkileri içindeki fiili yerine göre belirlenmektedir. Bu bakış açısı doğrultusunda sınıf, "toplumsal üretim ilişkileri içindeki ortak konumlar" olarak tanımlanır (Wright,1979:17). Benzer biçimde ifade etmek gerekirse belli bir sınıf yapısı, belirli üretim ilişkilerinden türer ve bu ilişkilere tekabül eder. Sınıflı toplumlardaki çeşitli üretim ilişkileri, üreticiler tarafından yaratılan artı ürüne el koymanın farklı mekanizmaları ile tanımlanır ve birbirinden ayrılır. Artığa el koymanın her belirli biçimi ve mekanizması, bir toplumsal sınıflar ikiliği/düalitesi yaratır. Her sınıf, artı ürüne el koymanın belirli ve iyi tanımlanmış biçimi içinde, kendi diyalektik karşıtına bağlı olarak tanımlanır. Bu ilişkiler açısından iki temel sınıf ortaya çıkar: İşçi sınıfı ile burjuvazi (Boratav,1999:9).

Marx, “Komünist Parti Manifestosu” adlı ünlü eserinde bu iki sınıfı şu şekilde tanımlamaktadır: Burjuvazi: Modern kapitalistler sınıfı, toplumsal üretim araçlarının sahipleri ve ücretli emek istihdam edenler. Proletarya (işçi sınıfı): kendilerine ait hiçbir üretim aracına sahip olmadıklarından, yaşamak için emek-güçlerini satmak durumunda kalan modern ücretli emekçiler sınıfı (Marx,1998:9). Aynı şekilde, sınıfları toplumdaki üretim ilişkilerinde yer aldıkları konuma göre belirleyen Marx, Kapital’in III. cildinin tamamlanamayan “Sınıflar” başlıklı bölümünde sınıfı şu şekilde tasvir eder: “Gelir kaynakları, sırasıyla, ücret, kar ve toprak rantı olan, sırf emek gücü sahipleri, sermaye sahipleri ve toprak sahipleri, başka bir deyişle, ücretli-emekçiler, kapitalistler ve toprak sahipleri, kapitalist üretim tarzına dayanan modern toplumun üç büyük sınıfını oluştururlar (Marx, 1978:923).

Marx ve Engels (2011:57) sınıfları anlamada, sınıflar arasındaki mücadeleyi çözümlemenin öncelik taşıdığını savunur. Onlara göre tek tek bireyler ancak başka bir sınıfa karşı ortak bir savaşım yürütmek zorunda oldukça bir sınıf meydana getirirler. Bunun dışında rekabet sebebiyle birbirine düşmandırlar. Bir sınıfı oluşturan temel dinamik de bu sınıflar arası mücadelenin kendisidir.

Marksist sınıf çözümlemesine göre ne gelir, ne eğitim, ne de meslek sınıflar arasındaki eşitsizliği göstermeye yetmez; bu tür ölçütler ancak sınıf içindeki çeşitliliği ve hiyerarşiyi tanımlamada işlevseldir. Nitekim kişinin göreceli geliri, bir toplumsal üründe kendi payına düşen parçayı nasıl elde ettiğini her zaman açıklamaz (Öngen, 2006:27).

Sınıfa Marx’tan farklı bakan Weber’e (2008:293) göre ise sınıf daha ekonomik bir olgudur ve Marx’ın belirttiğinin aksine, kişinin piyasadaki konumuyla belirlenir. Sınıfı yaratan etmen doğrudan doğruya ekonomik çıkardır, hatta sadece “piyasa”yla bağlantısı olan çıkarlardır. Marx’ın kuramında üretim örgütlenmesinin bir unsuru olan sınıf, Weber’de pazar

ilişkilerinin bir kategorisi olarak incelenir (Öngen,1996: 92). Weber'e göre toplumda çok önemli bir yer tutan toplumsal statü, sınıf ilişkilerinden bağımsız olarak var olan bir derecelendirme biçimidir. Buradaki konumlar yaşam düzeylerine ve toplumsal yaşam içinde elde edilen saygınlık ve itibar gibi niteliklere dayanmaktadır. Statüyü belirleyen toplumsal koşulların başında ise yaşam biçimi, eğitim süreci ve meslek gelmektedir. (Öngen,1996:95). Görüldüğü gibi toplumsal çözümlemenin odağını sınıf olgusundan çok statüye kaydıran Weberci gelenek, sınıf çatışmasına dayanmayan toplumsal dönüşüm projelerine öncülük etmektedir.

Sınıf kavramının ortak sınıfsal koşulları paylaşan herhangi bir insan topluluğuna işaret ettiğini belirten Weber, sınıfsal nitelemeyi çeşitli koşullara dayandırmıştır. O'na göre "(1) Bir grup insanın yaşam olanaklarının belli bir nedensel ögesi ise, (2) Bu ögeyi mal sahibi olmak ve gelir sağlamak gibi salt ekonomik çıkarlar temsil ediyorsa, (3) Bu öge meta ve iş gücü piyasalarının koşullarında temsil ediliyorsa, "sınıf"tan söz edilebilir." (Weber, 2008:291).

Callincous ve Harman (1994:12) sınıf kavramını statü, meslek ve gelir düzeyine göre tanımlama eğilimine karşı çıkmaktadır. Onlara göre bu tarz eğilimlerin ortak yanı sınıfsal yapıyı, çeşitli toplumsal grupları statülerine, mesleklerine ya da gelirlerine bağlı olarak diğer grupların üzerinde ya da aşağısında tanımlayan merdiven gibi görmeleridir. Bu yaklaşım çok statiktir. Buna karşılık Marksist sınıf teorisi, insanların içinde yaşadıkları toplumu oluşturmaları ve yeniden oluşturmaları süreçlerini anlamayı amaçlayan daha geniş ve daha kapsamlı bir girişimin parçasıdır.

Wright sınıf teorisinin ana hatlarını çizdiği çalışmalarında, sınıf ilişkilerinin ana ekseninin piyasadaki çok toplumsal üretim örgütlenmesi içerisinde yer aldığını belirtmektedir. Ona göre sınıf ilişkilerinin kökleri, teknik işbölümü veya otorite ilişkilerinden ziyade sömürü sürecinin incelenmesiyle ortaya çıkarılabilir (Wright,1979:17). Dolayısıyla işçi sınıfı oluşumu tarihsel olarak çeşitli aşamalardan geçerek gelişmiştir. Kapitalist sanayinin yeni baş

gösterdiği dönemde işçiler herhangi bir siyasal örgütlenme ve belirgin bir ideolojiden yoksun bir güruh olarak tanımlanan bir kitle idi. 1840'lara gelindiğinde bu kitle ifadesini sendikalar, kooperatifler, siyasal birlikler, loncalarda bulmuş ve karşılıklı yardım ahlakına sahip bir sınıf haline gelmiştir. (Swingewood,1996:64).

E.P Thompson, (2004) "İngiliz İşçi Sınıfının Oluşumu" adlı klasik eserinde, 17.yüzyılın sonlarından itibaren, büyük toprak sahiplerinin topraklarını köylülere kapatması olarak nitelenen "çitleme hareketleri" ile topraktan kopan serf ya da köylülerin şehre gelip fabrikalarda çalışmaya başlamasıyla birlikte yeni bir sınıfın, modern işçi sınıfının sancılı oluşum serüveninin başladığını belirtmektedir. Ancak bu yaklaşımını daha da ileri taşıyan Thompson'a göre işçi sınıfının oluşumu fabrika sisteminin kendiliğinden doğuşu değil, ekonomik tarihin olduğu kadar siyasal ve kültürel tarihin de bir olgusudur. Sanayi Devrimi'nin etkileri farklılaşmış bir insan ham maddesi üzerinde değil, "özgür doğmuş İngiliz'in" üzerinde görülmüştür. İşçi sınıfı oluşturulduğu kadar kendi kendini de oluşturmuştur. İşçi sınıfının oluşumu kültürel dönüşümün de tarihidir. Bu dönüşüm içinde halk kültürü, popüler kültür, gelenekler gibi temalar önemli yer kaplar. (Thompson, 2004:249).

Sınıfı "ilişkisiz ve birbirine benzemez gibi görünen bir dizi olayı hem deneyimin ham maddesinde hem de bilinçte birleştiren tarihsel bir fenomen" olarak tanımlayan Thompson (2004:39) kavramı bir "yapı" ve hatta bir "kategori" olarak görmektedir. Ne zaman ki bir takım insanlar (paylaşılan) ortak deneyimlerin sonucu olarak aralarındaki çıkarların özdeşliğini, çıkarları kendilerinkinden başka (ve genellikle karşıt) olanlara göre duyumsar ve ifade ederlerse o zaman sınıf oluşur. Bununla beraber daima göz ardı edilmemesi gereken, sınıf deneyiminin, büyük ölçüde insanların içine doğdukları ya da iradeleri dışında girdikleri üretim ilişkileri tarafından belirlenmesidir. Sınıf bilinci gelenekler, değer sistemleri, düşünceler ve kurumsal biçimlerde somutlaşan bu deneyimlerin kültürel terimlerle ele alınmasıdır. Deneyim

kesin görünse de sınıf bilinci görünmez. Benzer deneyimleri yaşayan benzer meslek gruplarının tepkilerinde bir *mantık* görebiliriz ama bundan yola çıkarak herhangi bir yasa çıkaramayız. Sınıf bilinci değişik zamanlarda ve biçimlerde aynı şekilde ortaya çıkar ama hiçbir zaman *tam tamına* aynı şekilde değildir (Thompson, 2004:40).

Thompson (2004) işçi sınıfı ile ilgili toplumsal ve kültürel dönüşümleri incelerken sadece tarihsel ve toplumsal belirleyicilerin önemine dikkat çekmez; bu toplumsal ve kültürel dönüşümü yaşayan insanların kendi değer yargıları, düşünceleri ve kültürleriyle bu sürece aktif olarak katıldıklarına ve bu dönüşüme etki ettiklerine de dikkat çeker. Böylece tarihsel süreç içinde sınıf olgusunu sadece ekonomik ve teknik gelişmelerin etkisiyle oluşan bir yapı olarak değil, toplumun kendisini yarattığı dinamik bir oluşum olarak da ele alınmalıdır. Thompson'a göre tarihsel, toplumsal ve kültürel eylemlerde bulunan insanlar, belirli sınıfların üyeleridir ve bu insanların eylemlerinde sahip oldukları dünya görüşleri, değer yargıları ve kültürleri çok önemli bir rol oynar. Toplumsal değişim, sadece ekonomik gelişmelerin belirlediği bir süreç değildir. Canlı, yaşayan, belli değer yargılarına sahip olan insanların eylemleriyle katıldıkları ve dönüştürdükleri bir süreçtir. Bu anlamda yeni toplumsal ilişkilerin kurulmasında var olan ilişkilerin dönüştürülmesinde ve sınıf bilincinin oluşmasında kültürel anlayışların da önemli ve etkin bir yeri vardır.

Yukarıda çerçevesi çizilen temel öngörüden hareketle, işçi sınıfının tamamen fabrikada oluştuğu fikrine karşı çıkan Thompson, Engels'in "İngiltere'de İşçi Sınıfının Durumu" adlı çalışmasında, "ilk proleterler imalatla ilgiliydi, onun tarafından vücuda getirilmişlerdi. Fabrika işçileri, Sanayi Devrimi'nin bu en büyük çocukları, başlangıcından bugüne kadar İşçi Hareketi'nin çekirdeğini oluşturmuşlardır" şeklinde anlattığı fabrika sistemi ve sınıf oluşumuna mesafeli yaklaşarak: "Sanayi Devrimi'nin önde giden endüstrisi kuşkusuz pamuktu ve pamuklu bez fabrikası, fabrika sisteminin eşsiz bir modeli idi. Bununla birlikte, ekonomik büyümenin dinamikleri ile

toplumsal ve kültürel hayatın dinamikleri arasında herhangi bir otomatik ya da gereğinden fazla doğrudan bir tekabüliyetin varlığına hükmedemeyiz. Çünkü pamuklu bez fabrikasının (1780’lerdeki) “çıkışından” yarım yüzyıl sonra, pamuklu endüstrinin kendi içinde bile fabrika işçileri, yetişkin işgücünün azınlığı durumundaydı” (Thompson,2004:247) değerlendirmesiyle bu konudaki görüşünü dile getirmiştir. Ayrıca, işçi sınıfının sadece ekonomik tarihin ürünü olmadığına vurgu yapan Thompson (2004: 249) siyasal ve kültürel boyuta da dikkat çeker: “Bu oluşum ne fabrika sisteminin kendiliğinden doğuşudur ne de “sanayi devrimi” gibi dışsal bir gücün tanımlanamayan, farklılaşmış insan hammaddeşi üzerinde çalışıp, öteki uçtan onu “yeni bir insan ırkı” olarak çıkarmasıdır. Yani, İşçi sınıfı oluşturulduğu kadar kendini de oluşturmuştur.”

Uzun yıllar içerisinde kendi işlerinde ücretsiz çalışan işgücü, sanayinin gelişmesiyle birlikte fabrikalarda belli kurallara bağlı olarak çalışmaya başlamış ve modern anlamda “iş” ile bu şekilde tanışmıştır. Modern iş, belli bir ücret karşılığında, belli bir patrona, patronun koyduğu çalışma kuralları çerçevesinde emeği satmak ve kiralamak şeklinde ortaya çıkmıştır (Aydoğanoglu,2010:12). Bu nedenle, işçi sınıfını oluşturan temel maddi etken, üretim ilişkileri düzlemidir. İşçi sınıfı ekonomik düzlemde, üretim ilişkileri çerçevesinde tanımlanabilir ve bu tanımlama ile diğer grup, tabaka ve sınıflardan ayrılır. Bu ayrım aynı zamanda sınıf kültürünün oluşumuna katkı yapan bir unsur olarak değerlendirilmektedir.

İşçi sınıfı, kapitalist üretim ilişkilerinin gelişmesi ve Sanayi Devrimi ile birlikte kentlerde ortaya çıkan bir sınıf olarak nitelendirilebilir. Modern anlamda işçilik statüsü Sanayi Devrimi ile ortaya çıkan, modern endüstriyel düzenin bir ürünüdür. Batı’da ve Türkiye’de işçileşme süreci, özellikle coğrafi planda yer değişikliğini ortaya çıkararak köyden/kırdan sanayi kentlerine doğru göçün hızlanmasıyla belirginlik kazanmıştır. Sanayileşen her toplumda insanların işçileşerek toplumsal sistem içindeki rol ve statülerinin farklılaşması yeni bir insan ilişkileri, yeni bir üretim, yeni bir yaşama, yeni

tüketim eğilimleri ve yeni aile ilişkilerini ortaya çıkarmaktadır. Bu süreç aynı zamanda modern sanayi kentleriyle bir bütünleşme sürecidir (Zühtü,2005:52). İşçi sınıfının Türkiye'deki oluşumu ve tarihsel gelişimini de bu kentleşme ve sanayileşme ekseninde değerlendirmek mümkündür.

Üretim ilişkileri düzlemi toplumsal hayatın, günlük insan ilişkilerinin temel bir ögesidir; ancak tek ögesi değildir. Tüketim kalıpları, biçimleri ve günlük hayat tarzı, üretimle bağlantılıdır; Avrupa kapitalizminin gelişimi içinde işçi sınıfının kendine özgü kapalı hayat biçimleri oluşmuştur; günümüzde ise en azından üretim ilişkileri-gelir-tüketim zinciri içinde etkili olmaya devam etmektedir (Boratav,1999:108).

Sosyal sınıfların aidiyet dinamikleriyle çalıştığını vurgulayan Ahmet İnsel'e (2008:26) göre, "sosyal sınıfların ortak sembolleri, yaşam tarzları, değerleri vardır. Sınıfın üyeleri, sınıfa ait olanı ve ötekini sadece eşitsizlik kıstasıyla değil, bu tür simgelerin paylaşılması kriteri üzerinden ayırt ederler. Değerler, gündelik yaşam, tüketim alışkanlıkları, siyasal temsil gibi etkenler sosyal sınıfın varlığının önemli göstergeleridir.

Üretim araçlarına sahip olan sermayedarlar ile emeğini ücret karşılığı değişerek yaşamını sağlayan kesim arasındaki ayrım sınıf yapısının temelini oluşturur. Sınıf ayrımını belirleyen temelde üretim ilişkileri olsa da artı değerın toplanmasına yol açan sömürü ilişkileri de söz konusu sınıf yapısını destekleyen unsurlardır (Yanardağ,2008:151). Özetle işçileşme, basitçe ücretli işçiliğe geçiş değil, aynı zamanda bu ücretlerin emeğin yeniden üretiminde merkez haline gelmesi, hem üretimde hem de tüketimde maddi bir dönüşüm yaşanmasıdır.

Sınıf bilinci ve kültürünün oluşumu, işçilerin kolektif olarak kapitalist üretim sürecinin sömürüye dayalı yapısını ve üretim araçlarının mülkiyetinden dışlanmalarını fark etme sürecinin bir sonucudur. Bu sınıf bilinci, çeşitli örgütsel yapılarda ortaya çıkan sınıf mücadelesinin de temelini oluşturur.

Sınıf mücadelesini tanımlarken işyeri dinamikleri ve üretim ilişkilerinin yanı sıra maddi koşullar ve toplumdaki ekonomik konumlarına dair ortak bir anlayışın olması da önem taşır. Sendikalar ve işçi partileri Sanayi Devrimi'nden beri sınıf mücadelesinin en yaygın örgütsel biçimleri olmuştur. Sınıf bilinci temelinde örgütlü işçi hareketlerinin oluşumu, kapitalist üretim ilişkilerine karşı bir duruşun gerçekleşmesi, işçi sınıfı oluşumunun da son aşamasıdır (Yanardağ,2008:151).

“Sınıf bilincinin somut toplumsal, siyasal, ekonomik nitelikteki sorunlarla ilgili olarak ortaya çıkan farkındalık, tutum alma ve başka bir dünya için mücadeleye girme kapasitesinin belirlediği sınıfsal bir olgu” olduğunu vurgulayan Antony Giddens'a (1999:142) göre sınıf bilinci, kişinin başka sınıfları tanımasına bağlıdır. Bir başka ifade ile kişinin kendi sınıfını başka sınıftan ya da sınıflardan ayıran özelliklerin farkında olması anlamı taşır.

Giddens'in sözünü ettiği farkındalık, sınıf bilincine işaret eden bir durumdur. Wright'a (2004:14) göre bilincin sınıf karakteri iki şeye işaret eder: Birincisi inançların kalıcı bir sınıf içeriğinin bulunması. Örneğin, üretim araçlarına ilişkin özel mülkiyet arzusu daha çok kapitalistlere ilişkindir. İkincisi ise davranışların ve sınıf ilişkilerinin bu bilinç tarafından etkilenmesidir. Bilincin sınıfsal yönü, kendisini tercihlerde, pratiklerde, niyetlerde ortaya koyar. Sınıf bilinci sınıfsal talepler için verilen mücadelenin sübjektif boyutunu yansıtır. Dolayısıyla sınıf bilinci, en ilkel düzeyde, sınıf üyelerinin kendi nesnel sınıfsal çıkarlarının ve onları geliştiren koşulların sübjektif farkındalığıdır.

Sınıfın ve sınıf bilincinin mücadele ile oluştuğunu savunan Thompson'a (1995: 136) göre, “Sınıflar ayrıksı entiteler olarak var olup, düşman sınıfları bulmak amacıyla etraflarına bakıp sonra da mücadeleye tutuşmazlar. Tersine, insanlar kendilerini belirlenmiş güzergâhlar içinde yapılanmış bir toplumda bulurlar; sömürüyü deneyimler; kendilerini uzlaştırmaz çelişki noktalarında tanımlar ve bu meseleler etrafında mücadeleye

tutuşurlar; kendilerini işte bu mücadele içinde bir sınıf olarak fark ederler; sınıf bilinci, bu fark edişin bilgisine sahip olmaları demektir. Sınıf ve sınıf bilinci her zaman gerçek tarihsel sürecin sonunda yer alır, başında değil.” Dolayısıyla sınıf oluşumu, sınıf kimliğinin ortak unsurları, maddi koşulların ve hedeflerin benzerliği, işçi sınıfı kültürü ve yaşam biçimi üzerinde inşa edilen sosyal bir örgütlenmede ortaya çıkar.

Sınıfları tanımlarken yalnızca ekonomik süreçler içindeki toplumsal hareketlerine bakmak yeterli gelmez. Çünkü üretim süreci içindeki rollerinden hareketle bir sınıfın olsa olsa kendinde bir portresi elde edilebilir. Buna karşılık etkin bir güç olarak sınıflardan söz edebilmek için ekonomi dışı süreçler içindeki toplumsal, siyasal ve ideolojik nitelikteki hareketlerin varlığı önemlidir. Sınıfları ekonomi dışı alanlarda da hareket edebilen ve toplumsal etkide bulunabilen güçlere dönüştürmek için siyaset denen süreçler devreye girer. Siyaset basit bir örgütlenme sorunundan ibaret değildir; tam tersine bir sınıfı “kendinde sınıf” koşullarından “kendi için sınıf” koşullarına taşıyan tüm pratikleri içeren ve pek çok dolayımı olan karmaşık bir süreci temsil eder. Siyaset, sınıf bilinci ve kültürünün önemli bir boyutudur. Bu nedenle de işçi gençlik açısından siyaset çözümlenmesi gereken önemli bir unsur olarak karşımıza çıkar. Bu araştırma açısından işçi gençlerin siyasetle kurdukları bağ, siyasi partilere bakış açıları, siyasal katılım düzeyleri, politik duruşlarının popüler siyaset ve kültürel eğilimlerle ilişkisi bize sınıf kültürü ve bilinci açısından önemli ipuçları vermektedir. Diğer taraftan işçi gençlerin yaşamlarına dair talepleri, hayalleri, beklentileri, dünyaya bakışları, parayla kurdukları bağın popüler bir bilinç düzeyine ya da alternatif bir bilinç ve kültürel düzeye yakınlığının çözümlenmesi gerekmektedir. Dolayısıyla Andersen’in (1989) de belirttiği gibi izlenecek yol, işçi hareketi kültürünü işçilerin gündelik yaşam kültürü içinde keşfetmeye ve ardından gündelik yaşam kültürü içinde işçi hareketinin kültürünü keşfetmeye dönük olmalıdır.

İşçi sınıfının oluşumu, üretim sistemi içindeki konumlanışlarından (nesnel sınıf konumu) tarihin somut bir anında mücadele içinde ortaya çıkan kolektif aktörlere kadar uzanan bir süreci kapsar. Bu süreç iktisadi olduğu kadar, toplumsal, politik ve kültürel de. İşçiler belirli sınıfsal güzergâhlar içinde (iş gücü piyasası) maddi yaşam pratiklerinin (aile, iş yeri, cemaat, kamusal alan) deneyimini edinirler. Ayrıca kapitalist sömürü ilişkilerinin merkezinde yer alırlar ve sömürüyü deneyimlerler. Bu deneyim, miras alınmış kültürel kodlar – ideolojik, politik, estetik, folklorik – aracılığıyla edinildiği gibi (sınıf deneyimi/yaşam tarzı/habitus), kültürel kodlar aracılığıyla da ifade edilir (Özuğurlu, 2008:74). Bütün bu öğelerin birleşimi, işçi sınıfı kültürünün kapsamını ve bu kültürün ne olduğunu anlamamızı sağlar. Bu düzeyler analiz edilirken, araştırmaya konu olan işçi gençlerin iş ve iş dışı dünyalarına, kültürel durumlarına, maddi koşullarına, tüketim pratiklerine ve siyaset algılarına popüler kültür ekseninden bakılmaktadır. Maddi üretim ilişkisi içindeki yerleri ve iş koşulları ile sınıf deneyimleri ve buna paralel olarak kültürel düzeyleri ele alınmaktadır. Bu çalışmanın alan araştırması kısmı da bu amaca hizmet etmektedir.

### **2.1.1. Türkiye’de İşçi Sınıfının Gelişimi**

İşçi sınıfının tarihinin Türkiye’de yüzyıl öncesine dayandığı bilinmektedir. Osmanlı İmparatorluğu’nun başkenti İstanbul’da yoğunlaşan ve çoğu ordunun gereksinimlerini karşılamaya yönelik üretim yapan fabrikalarda görülen ilk işçi örgütlenmeleri, Avrupa’daki işçi hareketlerinden çok daha sonra ortaya çıkmıştır. (Aydoğanoglu,2010:73). Sınıf bilinci taşıdığı söylenebilecek gerçek anlamda ilk işçi örgütü, İstanbul Tophane fabrikalarında çalışan işçiler tarafından 1894 yılında gizlice kurulan Osmanlı Amele Cemiyeti’dir (Zurcher,2007:39). Ancak çalışan insanların nicelik ve nitelik yönünden uzun bir süreç içinde modern işçi sınıfına dönüşmesi Cumhuriyet Türkiye’sinde olmuştur(Gevgilili,1989:96). Kapitalistleşmekte olan Türkiye Cumhuriyeti, başlangıç yıllarındaki topluma göre köklü biçimde dönüşmüş ve giderek sınıflı bir toplum görünümüne bürünmüştür. Türkiye’nin

sınıf yapısının netleşmesiyle bu yapıya uygun politik ve sosyal üstyapı da şekillenmiştir.

Cumhuriyet Türkiye'sinin Osmanlı'dan devraldığı sanayi mirası, toplam 76.216 işçi çalıştıran çoğu imalathane düzeyindeki 386 sanayi kuruluşundan ibarettir. Toplumda temel sanayi kurulamamış, sanayi ile tarım ve maden üretimi arasında gerekli iç bütünleşme sağlanamamıştır. Var olan sanayi ise sadece yakın pazar için üretim yapan bazı hafif tüketim mallarından oluşmaktadır (Gevgilili,1989:44-45). Bu nedenle, zayıf bir sanayisi olan Osmanlı'da, Batı'da olduğu gibi sınıflı bir yapı hiçbir zaman var olmamıştır. Batıdaki özelliklere sahip olmasa da Cumhuriyet'in hemen başındaki mevcut sosyal kategorileri; asker-sivil bürokratlar, eşraf (zanaat ve ticaret erbabı) ve halk yığınları olarak temelde üç parça halinde ifade etmek mümkündür (Yazıcı,t.y.).

Osmanlı işçi sınıfının etnik olarak parçalanması sınıf deneyimi açısından son derece olumsuz bir rol oynamıştır. İşçi sınıfının vasıflı ve daha fazla proleterleşmiş gayrimüslim kökenli kesimleri savaş sırasında ya yok edilmiş ya da savaştan sonra ülkeyi terk etmiştir. Bu durum Cumhuriyet dönemi işçi hareketine geçmiş mirasın güçlü bir biçimde taşınmasını engellemiştir. Cumhuriyet'e kalan sınırlı miras ise, sınıfın ağırlıkla vasıfsız kesimini oluşturan proleterleşme düzeyi ve sınıf bilinci geri kesimlerin eliyle taşınabilmiştir (Üstün,2002:230).

Türkiye'de kapitalizm ve üretim araçlarının özellikle 1945'ler sonrasındaki gelişimi, geniş bir işçi sınıfı yaratılmasını gerçekleştirdiği gibi işçinin iş deneyimi ve alışkanlıklarını da ilerletmiştir. İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra Türkiye'de demokratikleşme ve kapitalistleşme doğrultusunda büyüyen dinamikler, işçileri meslek örgütleri kurmaktan alıkoyan yasakların, 1947 Sendikalar Kanunu yardımıyla bir ölçüde de olsa ortadan kalkmasını sağlamıştır. 1950'den sonra ise sınıfsal nitelikteki

yasaklar sürmesine karşın, işçi sınıfının sendikal eylemleri yeni sosyal ve siyasal boyutlar elde etmiştir (Gevgilili,1989:96).

Sungur Savran, (2010:158-59) Türkiye’de sınai kapitalizminin dolayısıyla sınıfların ortaya çıkışında en önemli rolü, kolektif kapitalist kimliğiyle devletin oynadığını savunur. 1930’lu yıllarda devlet öncülüğünde temelleri atılan sınai kapitalizmi ile sanayi burjuvazisinin oluşması 1950’li yıllarda başlamıştır. Bu sınıfın burjuvazinin yönetici gücü haline gelmesi ise 1960’lı yıllarda gerçekleşmiştir. Sanayileşmede devletçi bir ilke izlenmesinin ekonomik olduğu kadar toplumsal sonuçları da önemlidir. Öyle ki, yaşanan bu süreç ortaya çıkacak işçi sınıfının doğuşu için gerekli koşulların oluşumunu sağlamıştır.

Uygulanan ekonomi politikaları, toplumda yeni iş olanaklarının yaratılması sonucunu doğurmuştur. Devlete ait tüm sanayi kuruluşlarında çalışanların sayısı 1938 yılında 70.455’e, 1948 yılında ise 146.902’ye yükselmiştir. Sadece on yıllık süreçte 76.447 yeni iş yaratılması olanağı doğmuş ve istihdamdaki oranı % 109’a ulaşmıştır (Üstün, 2002). Dolayısıyla bu durum Cumhuriyet’in ilk yıllarında nicelik ve nitelik açısından zayıf olan işçi sınıfının güçlenmesine ve büyümesine olanak tanımıştır.

Cumhuriyet Dönemi’nin ilk kuşak işçilerine ağırlıkla damgasını vuran yarı işçi yarı köylü karakteri, Avrupa’daki işçi sınıfı ile karşılaştırıldığında önemli bir farklılık yaratmaktadır. Avrupa’da işçi sınıfı zorla mülksüzleştirilmiş bir kır kökenli kitleyi de içeriyordu. Bunlar son derece kötü koşullarda çalışmak zorunda kalan ve buna tepki olarak politize olmaya yakın bir işçi sınıfıdır. Türkiye’de ise cebri değil, ekonomik bir mülksüzleştirme olmuş ve bu süreç ithal ikameci birikim modelinin uygulandığı bir konjonktürle çakışmıştır. Bu nedenle, bu süreçte Türkiye’de mülksüzleşmiş kitle için fabrikaya girmek, Avrupa’daki gibi fabrikada son derece kötü ücret ve koşullarda, çok uzun sürelerde ve açık bir baskı altında çalışmak anlamına gelmiyordu. Tersine, fabrikaya girebilmek iyice yoksullaşmış bir kitle için azımsanmayacak bir

düzeyde ve istikrarlı bir gelir demektir. Dolayısıyla, bu kitlenin Avrupa örneğinde olduğu gibi sınıfa radikal bir eğilim vermek yerine, ilk dönemleri itibarıyla sınıf hareketini geriye çekici bir etkide bulunduğu söylenebilir (Üstün,2002:234-235).

Türkiye’de devletçi politikalara paralel olarak, devletin işveren olarak ekonomideki ağırlığının devam etmesi işçi sınıfı açısından iki önemli sonuç doğurmuştur. Batıda özel sermaye, girişimci ve işveren rolüyle işçinin karşısına çıkarken, Türkiye’de özellikle büyük ve çok sayıda işçinin çalıştığı işletmeler açısından işveren devlettir. Bu olgu emek-sermaye çatışmasının açıklık kazanması ve sınıf bilincinin gelişimi açısından engelleyici bir özellik taşımaktadır. Bu dönemde böyle bir işçi-işveren-devlet ilişkisi içinde, işçiler kendini “devlet memuru” olarak sayarken, devleti de kendini iş sahibi yapan “baba” olarak nitelendirmişlerdir (Zühtü, 2005:36). İkincisi ise, sınıf çatışmasını istemeyen, bu nedenle sınıfsal örgütlenmelere izin vermeyen devlet, koruyucu bir anlayışı benimsemiştir. Kamu sektörünün özel sektöre oranla daha iyi ücret ve çalışma koşullarına sahip olması emek-sermaye çatışmasını ve tepkisel bir sınıf bilincinin ortaya çıkışını tümüyle engellemediyse de oldukça azaltmıştır. Ayrıca işçiler, önemli bir mücadele vermeden devletin kendilerine bazı haklar tanımasına alışmış ve bunu ileride ister ve bekler olmuşlardır (Koray, 1994:167).

Diğer taraftan Türkiye’nin çok partili hayata geçişiyle birlikte demokratikleşme yolunda attığı adımlar, işçi sınıfı açısından olumlu sonuçlar doğurmuştur. İşçilerden gelen bir baskı olmamasına rağmen, 1946 yılında Cemiyetler Kanunu’nda yapılan bir değişiklikle “sınıf esasına dayalı” cemiyet kurma yasağı kaldırılmıştır. Böylece, Türkiye’de toplumsal sınıfların varlığı ve sınıfsal çıkar temelinde örgütlenme hakkı tescil edilmiştir (Güngör, 1994:148).

Devletin, özellikle kamu sektöründeki işçiler üzerinde belirli bir kontrol sağlayabilmek için kurulmasını teşvik ettiği sendikalar, özel sektör işverenlerince aynı hoşgörüyle karşılanmamıştır. İş Kanunu’nun gereklerini

yerine getirmeyen ve köylülükten işçiliğe geçiş aşamasında olan işçileri kolaylıkla sömüren işverenler, sendikaların bunları önleyici ve kanunları hâkim kılıcı çabalarının artacağı kuşkusuyla sendikacıları saf dışı bırakmaya çalışmışlardır. İşçilere ve sendikalara karşı takınılan bu tavır, özel kesim işçilerinin daha mücadeleci olmasına yol açmıştır (Müftüoğlu, 1998: 217).

5018 sayılı Sendikalar Kanunu yürürlüğe girdikten sonra söz konusu örgütlenme yeterince ilgi görmemiş ancak, 1950'li yıllarda sendikalı işçi sayısında bir artış kaydedilmiştir. Sendikaların sayısının artmasıyla birlikte, 1952 yılında ilk işçi konfederasyonu olan Türk-İş kurulmuştur. Sendikalı işçi sayısındaki artışa rağmen “sınıf bilinci” kavramına karşı yabancılaşma devam etmiştir. Alpaslan Işıklı (1994:22) bunun nedenini, Batı Avrupa geleneğinin önemli bir kesitini oluşturan sınıf bilincine yabancı bir çizginin ifadesi olarak benimsenen “partiler üstü politika” anlayışının Türkiye’de işçi sınıfı hareketinin önemli bir bölümüne damgasını vurması olarak açıklamaktadır.

Korkut Boratav, (1999:13-14) Cumhuriyet tarihi içinde Türkiye toplumunun sınıf yapısını ve toplumsal tabakalaşmasını basitleştirilmiş bir şema olarak gözlenebilen üretim ilişkileri üzerine inşa etmektedir. Bunlar, kapitalist ve yarı feodal üretim ilişkileri ile basit meta üretimidir. Bu ilişkiler açısından türeyen toplumsal sınıflar ise işçi sınıfı ve burjuvazi, yarı-ortakçı köylü ile toprak ağası ve piyasaya dönük küçük üretici (köylü) ile tüccar-tefecidir. Bu temel sınıf yapısının dışında ancak ona bağımlı bir biçimde yer alan tabakalar ve gruplar ise esas olarak burjuvazinin dört alt grubundan (sınai/tarımsal sermaye, mali sermaye, ticari sermaye ve rantiyeler) ve üç ara-tabakadan (serbest meslek sahipleri, bürokrasi ve kentsel “marjinaller” oluşur.

Boratav, (1999:107-108) Avrupa işçi sınıfı için kullanılabilecek bir sınıf kültürünün Türkiye işçi sınıfı için kullanılmasının zor olduğunu belirtmektedir. Boratav aynı zamanda Türkiye’de işçi sınıfı kültürüne dair yapılan araştırmaların sosyal bilimlerin gündeminde yer almadığını ve onun yerine

gecekondu kültürünün incelendiğini savunur. Ülkemizin kentsel toplumsal örgüsü içinde ikisi kesişmektedir, ancak özdeş değildir. Ona göre işçi sınıfı ve kültürü tartışmasını Türkiye açısından yapmak köylülük, heterojen ve karmaşık kentlilik, üretim ilişkileri ve kitle tüketimi başta olmak üzere birçok değişkeni birlikte düşünmeyi gerektirir.

Türkiye toplumunun 1960 sonrasında yeni bir döneme girdiğini ve bu dönemin çok özel bir evre olduğunu savunan Savran (2010:169) bunu şu şekilde özetlemektedir: “Ekonomiye artan biçimde damgasını vuran sanayisiyle, güçlü bir proletaryanın oluşumuyla, kapitalist topluma özgü sınıf mücadelesi türleriyle, kitlesel gösteri ve eylemleriyle, yavaş yavaş modern bir toplum kimliğini kazanmaktadır Türkiye”. Ayrıca Savran (2010:168) bu döneme özgü olarak, sanayi burjuvazisinin iktidar bloğunun yönetici gücü haline gelmesi ve işçi sınıfının ilk kez ülke tarihinde siyaset sahnesine kitlesel çıkışı gibi iki dinamiğin etkili olduğunu belirtmektedir.

1961 Anayasası ile gelen grev hakkının kullanılması ve toplu sözleşmelerin yapılması olanağı, işçi hareketinin bundan sonraki dönemde bu yeni temel üzerinde yükselmesini sağlamıştır (Sülker,1998:80). 1960’lı ve 70’li yıllarda sendikacılığın geliştiği, ideolojik açıdan farklılaştığı ve sınıfsal etkinlik arayışına girdiği söylenebilir. Daha köktenci isteklerin dile getirildiği bu yıllarda sendikalar, siyasal etkinlik açısından da belirli bir gelişme sağlamıştır. 1967 yılında Türk-İş’ten koparak kurulan DİSK, demokratik kitle ve sınıf sendikacılığını benimsemiş ve işçilerin kendi partileri içinde görev almalarını, kendi partilerinin iktidara gelmesi için mücadele vermelerini savunmuştur (Kağnıcıoğlu ve Uçkan, 2004: 231).

1961 Anayasası’ndan sonra Türkiye’de işçi sınıfı toplumsal yapıdaki gelişime paralel olarak büyük bir hızla güçlenmiştir. İşçiler siyasi partilerini kurmuş; sosyal yapının etkin güçlerinden biri haline gelmişlerdir. 1960’a gelindiğinde Türkiye’de iş mevzuatı kapsamına giren işçi sayısı 800 bini aşmış, sendikalı işçi sayısı ise 300 bine yaklaşmıştır (Işıklı,1983: 1831).

Türkiye'nin sosyal yapısında büyük bir nüfus patlaması ve hızlı bir kentleşmeye neden olan sanayileşme ve kapitalistleşme süreci, 1960'lı yılları izleyen planlı kalkınma döneminde çok büyük hız kazanmıştır. 1920'lerde geri bir tarım ülkesi olan Türkiye'de 1970'lere girildiğinde sanayi üretimi, tarımsal üretimin önüne geçmiştir (Gevgilili,1989:63).

Türkiye'de 1960 sonrası yaşanan gelişmeler büyük ölçüde sanayileşmenin ve onun ekonomik, sosyal etkisinin bir sonucu olarak gelişmiştir. Büyük kentlere doğru başlayan göç, insanların yaşam standartlarında meydana gelen değişiklik, siyasal alanda yaşanan değişimler kapitalizmin artık gerek ekonomik gerekse toplumsal anlamda Türkiye topraklarında daha derinlere kök salmaya başladığının birer göstergesi olmuştur (Aydoğanoglu,2010:88). Grev, toplu pazarlık ve sınıfsal politik savaşım yollarını açan 1961 Anayasası'ndan sonra Türkiye'de işçi sınıfı toplumsal yapıdaki gelişime paralel olarak daha da büyük bir hızla güçlenmiştir. İşçiler kendi siyasi partilerini kurmuş; sosyal yapının etkin güçlerinden birisi olma statüsüne erişmişlerdir (Gevgilili,1989: 96).

1970'li yıllara gelindiğinde hem ekonomik hem siyasal açıdan ciddi bunalımın eşiğine gelmiş Türkiye'de, ithal ikameci birikim modeli tıkanmış, bir ekonomik kriz ile karşı karşıya kalınmıştır. 1970'li yılların sonunda, ücret paylarındaki artışın iç pazarın genişlemesi uğruna göz yumulacak bir düzeyi aşması ve karları aşındırması bunalımın temel nedeni olarak gösterilmiştir. Hızlı fiyat artışları, üretim darboğazları ve dış ödeme gücü şekline ortaya çıkan bunalım, siyasal ve toplumsal bir bunalıma dönüşerek, yapısal bir değişimi de gündeme getirmiştir. Bunun için 24 Ocak kararları ile istikrar önlemleri uygulanmaya çalışılmıştır (Zühtü,2005:45). Ancak bu söz konusu ekonomik kararları ve yeni stratejileri işçi hareketinin yükselmiş olduğu ve kitlelerin sola kaydığı demokratik bir ortamda uygulamak mümkün olmadığından, 12 Eylül askeri müdahalesi ile bu olanak yaratılmış ve militan işçi hareketi durdurulmuştur (Akkaya,1997:110).

Savran, Türkiye'deki 1960 ve 1980 arası dönemi, işçi sınıfının yükselişi açısından şu şekilde özetlemektedir: Türkiye'de 1960–1980 arasında yaşanan dönemi geçmişten köklü olarak farklılaştıran etken, sınai sermaye birikimiyle birlikte gelişen ve büyüyen işçi sınıfının kitlesel biçimde sendikal ve siyasal mücadeleye girmesidir. İfadesini hızla yükselen grev ve başka işçi eylemlerinde, 15-16 Haziran'da, 70'li yılların yürüyüşlerinde, gösterilerinde, sosyalist düşüncelerin işçi sınıfı içinde kabul görmeye başlamasında, sınıf içinde bir öncü katmanın ötekilerden ayrılmaya yönelmesinde bulan bir canlılık ve hareketlilik söz konusudur. Buna, sınıf, DİSK, 60'lı yılların TİP'i ve 70'li yılların çeşitli örgütleri tarafından, örgütsel planda burjuvaziden bağımsızlaşmaya doğru atılan güçlü adımlar eşlik etmiştir (2010: 176)

Savran'ın değerlendirmesine benzer biçimde Aydoğanoğlu (2010:100) da 1960-1980 arasındaki dönemin Türkiye'de işçi sınıfı mücadelesinin en önemli dönemi olduğunu vurgulamaktadır. 1960'lı yıllarda başlayan ve 1970'li yıllar boyunca tarihinde hiç olmadığı kadar canlı ve kitlesel eylemleri yaratan sendikalar ve siyasal hareketler, 12 Eylül 1980 darbesi ile büyük bir yenilgi almıştır.

Bu yılların sonunda Türkiye'deki işçi sınıfının durumuyla ilgili olarak Ali Gevgilili (1989:101-102) şu tespitleri yapmıştır: a) Türkiye'de işçi sınıfı nitelik bakımından küçümsenemeyecek bir gelişim düzeyine erişmiştir. Genellikle ücret savaşımı vermekle yetinen büyük çoğunluğa karşılık öncü bir grupta *kendi için sınıf* olma doğrultusunda özelemler de belirmiştir. b) üretim araç ve gereçlerinin gelişimi, işçide iş alışkanlıklarını ilerletmiş ve iş gücünün üretkenliğini yükseltmiştir. Bu durum, kapitalist toplumda *artık değer* oranını arttıran vazgeçilmez bir etkidir. c) işçi sınıfı *sendikal* örgütleniş ötesinde, giderek *politik örgütleniş* ve savaşımın eşliğine gelmiştir.

### 2.1.2. 1980 Döneminin Siyasal ve Kültürel Ortamında İşçi Sınıfı

12 Eylül'ün hemen öncesinde açıklanan 24 Ocak Kararları ile Türkiye'de yapısal dönüşümlerin yaşanacağını sinyali verilmiştir. Yapılan yeni düzenlemelerden en fazla etkilenen kesimlerden biri işçi sınıfı olmuştur. İstikrar programı ekonomide köklü dönüşümü amaçlıyor, serbest piyasa sisteminin genişletilmesi, sermayenin daha da güçlendirilmesi anlamına geliyordu. Artık Türkiye ekonomisi dünya pazarına açılıyordu. Bunun için hem döviz kuru politikaları, hem ihracat teşvikleri hem de emeğin ucuzlatılması yoluyla bir üstünlük sağlanmaya çalışıldığı söylenebilir (Zühtü, 2005:47).

Bu noktada 24 Ocak Kararları'nın devlet, sermaye ve işçi sınıfı açısından sonuçlarına bakıldığında, devletin ekonomideki yeri ve işlevini sermaye lehine değiştiren radikal bir dönüşümün ortaya çıktığı görülebilir. Savran, (2010:185) 12 Eylül öncesinde yürürlüğe konan 24 Ocak kararlarının tıpkı 12 Eylül darbesi gibi, Türkiye'de sermaye birikiminin ulaştığı somut evrede ve bu evrenin somut tikanıklıkları karşısında, sermayenin önündeki engelleri aşmak için yaptığı atılım olduğunu vurgulamaktadır. Böylelikle işçi sınıfının etkinliği sürekli olarak aşınmıştır. Devlet artık sermaye lehine taraf olacağını açıkça göstermiştir. Bu yapısal dönüşümün uygulanması demokratik yollarla olamayacağından, bu görev 12 Eylül 1980'de yönetime el koyan askeri yönetim tarafından gerçekleştirilmiştir. Darbeyi izleyen günlerde siyasal partilerle birlikte sendikaların da faaliyetleri durdurulmuş, toplu pazarlıklara son verilmiştir. Bu süreç zarfında olaylar sermayenin lehine işlediğinden dolayı işveren kesimi bu konuda tepki göstermemiş hatta askeri rejime destek vermiştir (Zühtü,2005:48). 1982 Anayasası ve onu izleyen 2821 ve 2822 sayılı kanunlar aracılığıyla çalışanların mücadelesi yalnızca ekonomik alana çekilerek daraltılmıştır. Bunun yanı sıra, sendika hakkı sınırlanmış, grev yasakları artmış, sendikaların siyasetle her türlü ilişkileri yasaklanmış, sendikalar üzerinde ağır bir denetim sistemi getirilmiştir (Koray, 1994: 198-199).

1980’li yıllarda iktisat politikalarında meydana gelen büyük değişimler son derece etkili bir ideolojik saldırı ile desteklenmiştir. Bu saldırının temel amacı, bu yeni iktisat politikası modelinin ve üretici sınıflar aleyhinde yarattığı bölüşüm sonuçlarının zorunlu, kaçınılmaz ve “alternatifsiz” olduğunu geniş halk kitlelerine ve etkili çevrelere kabul ettirmek ve benimsetmek idi. Özellikle 1984 sonrası ANAP’ın iktisat politikası modelinin emekçi sınıflara ilişkin bölüşüm sorunlarıyla doğrudan ilişkili olamayan öğelerinin de etkili çevreler ve kamuoyuna benimsetilmesi için özel çaba sarf edilmiştir (Bortav, 1999: 128).

1980’deki askeri müdahale ve bunu izleyen birkaç yıl Türkiye işçi sınıfının yapısında önemli değişikliklere yol açmıştır. 1980 öncesinin işçi önderlerinin, işçi ve sendika militanlarının önemli bölümü işten çıkarılmıştır. Bunun sonucunda yaşanan işçi kuşakları arasındaki kopukluk ve 1980 öncesini yaşamamış bir işçi kitlesinin harekete katılması kendi sorunlarını da beraberinde getirmiştir. 1980 sonrasında pek çok işçi ilk kez grev ve grev dışı eylemlerle tanışmıştır. Buna karşılık büyük kentler ve büyük işyerlerinde çalışanlarda yeni bir militanlaşma eğilimi gözlenmiştir (Koç, 1997: 111-112).

12 Eylül gibi, bir toplumun yaşamında dönüm noktası olarak kabul edilebilecek kadar önemli bir tarihsel olayın ortaya çıkışını karmaşık etkenler bileşimi hazırlamıştır. Ancak, en temelde yatan neden, 1960 sonrası siyasal rejimin tarihin sayfalarına gömülmesi yolunda gösterilen çabadır. Bu çabanın esas hedefi 1961 Anayasası değildir. Esas amaç DİSK, sosyalist partiler ve öğrenci hareketlerinin yanı sıra toplu sözleşme ve grev hakları ile işçi hareketinin mücadele kapasitesini ortadan kaldırmaktı (Savran,2010:184). Özetle, 12 Eylül’ü hazırlayan nedenin işçi sınıfının 1960’lı yılların ortalarından itibaren gösterdiği yükselişin önüne geçmek olduğu söylenebilir.

Türkiye gibi bir yandan 1946’dan beri kronik dış açıklar veren, öte yandan da Batı ittifakının sadık bir üyesi olan azgelişmiş bir ülkede iktisat politikalarındaki ve hatta siyasetteki dönüşümlerin sadece içsel etkenlerce

belirlenmesinin söz konusu olmadığını vurgulayan Boratav, yakın geçmişin istisnasız bütün kritik dönemlerinde emperyalist sistemin ana aktörlerinin Türkiye'deki karar alma mekanizmalarını nasıl etkilediğini şu şekilde açıklamaktadır:

1977-79 kriz yıllarından başlayarak 1980'li yıllar boyunca bu tür müdahaleler daha etkili ve giderek daha da pervasız olmuştur. ANAP'ın 1989 seçim yenilgisi veya Körfez krizi gibi dönemeçlerde Washington'da Türkiye için hangi senaryoların inşa edildiğini veya hangilerinin çöp sepetine atıldığını Türkiye halkı pasif bir gözlemci konumunda basından izleyebiliyor. Bu durum şüphesiz, son on beş yıl içinde emperyalizmin az gelişmiş ülkeler üzerinde denetimini artırması ile ilgilidir: ABD ve İngiltere'de Reagan-Thatcher iktidarları ile ifadesini bulan yeni-sağ felsefe IMF/ Dünya Bankası ve uluslararası finans kapital aracılığıyla Üçüncü Dünya'ya aktarıldı. Türkiye de bu gelişmelerden nasibini fazlasıyla aldı (Boratav, 1999:81).

12 Eylül 1980 askeri darbesi, Türkiye'de pek çok alanda olduğu gibi emek hareketi ve işçiler açısından etkileri uzun süre silinmeyecek izler bırakmıştır. Çalışma hayatı sermayeden yana otoriter bir şekilde yeniden düzenlenmiş, sendikal hareket zayıflamış, yeni birikim modeli doğrultusunda ücretli emek yoksullaşmış, işçiler siyasetten uzaklaştırılmıştır.

1980'li yıllarla birlikte neo-liberal politikalar vasıtasıyla sermayenin işgücü üzerindeki tahakkümünün artması ve yasal değişikliklerle işgücü piyasalarının düzensizleşmesiyle işçi birlikleri ve sendikalar zayıflamıştır. Bu zayıflama ve gerileme, sosyal sınıf ve sınıf bilincinin önemini yitirmesine, çalışan kesimlerin ve işçi sınıfının tepkisizleşmesine neden olmuştur. Türkiye işçi sınıfı 1980'lerde kelimenin hem gerçek hem de mecazi anlamında müthiş bir darbe almıştır. Genç işçiler ve öğrenciler hapse atılmış ve sadece siyasetten vazgeçmeye zorlamak amacıyla işkence görmüşlerdir. Genç işçi ve öğrencilerin militanlıklarının da gösterdiği gibi, bu strateji başarısızlığa uğramıştır (Ahmad,2006:247-248).

1980 sonrasında kapitalist üretim sürecinin yeni örgütlenmelerinin Türkiye'de uygulanmaya başlamasıyla emeğin nitelikleri ve işgücü örgütlenmesinin farklılaştığı da söylenebilir. Bu farklılaşmaya paralel olarak, sadece üretim ilişkileri içindeki yerine bağlı olarak tanımlanan işçi sınıfı

kimliği yerine, tüketim kalıpları, biçimleri ve gündelik hayat tarzıyla bağlantılı olarak tanımlanmaya başlayan bir işçi sınıfı kimliği ön plana çıkmaya başlamıştır. Bugün artık, Sanayi Devrimi ile birlikte ortaya çıkan homojen yapıya sahip bir işçi sınıfından bahsetmek mümkün değildir. Çeşitli alan araştırmalarında kentli işçi sınıfının tüketim kalıpları, yaşam biçimleri, popüler kültürle kurdukları bağ, siyaset ve sınıf algıları, sınıf kültürü ve kimliğinin birer ögesi olarak ele alınmaktadır. Bu çalışma açısından sınıf kültürü ve kimliğini işçi gençlik açısından analiz etmenin yollarından biri de işçi gençlerin yaşamlarının önemli bölümünü hâkimiyeti altına alan ve 1980'li yıllarla birlikte yükselişe geçen popüler kültür olgusunu incelemekten geçmektedir.

## **2. 2. GENÇLİK OLGUSU VE TÜRKİYE'DE GENÇLİK**

### **2.2.1. Gençlik Olgusunun Kavramsal Çerçevesi**

Gençlik, sosyolojik, psikolojik ve biyolojik boyutlarıyla ele alınması gereken, dolayısıyla tanımlanması zor, kapsamlı bir kavramdır. Gençlik üzerine yapılan araştırmalarda, gençliğin nasıl kavramsallaştırılacağı tartışmalı bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Gençliği tanımlamada kullanılan en yaygın ölçüt yaşa göre bir açıklama getirmektir. Bu tanımlamada gençlik, insan yaşamının bir evresi olarak çocukluktan yetişkinliğe geçiş olarak betimlenir. Birleşmiş Milletler, Avrupa Konseyi ve Dünya Bankası gibi uluslararası kuruluşlar gençlik dönemini 15-25 yaş arası olarak belirlemişlerdir. Ancak, kentleşme, sanayileşme ve okullaşma oranının önemli ölçüde gelişmesi günümüzde gençlik döneminin uzamasını da beraberinde getirmiştir. 15-25 yaş aralığı olarak kabul edilen gençlik tanımı, okulda kalma süresinin uzaması ile birlikte aynı uluslararası kuruluşlar tarafından 15-29 yaş grubunu kapsayacak şekilde uzatılmıştır (Yentürk ve Kurtaran; 2008:5).

Belirli bir yaş aralığına göre kavramsallaştırdığımızda gençlik, en yalın haliyle, çocukluktan çıkma ile yetişkinliğe geçiş arasındaki döneme ilişkin

olarak kullanılan bir terimdir. Özcan Köknel genci; belirli ve sınırlı bir yaş dilimi içinde duygu, düşünce, davranış ve tutum olarak gelişme çabası harcayan kişi olarak tanımlamaktadır (1982:67). Gökçe'ye (1971:17) göre ise gençlik “buluğa erme ile başlayan fizyolojik ve psikolojik değişmeyi de içeren, bireyi sosyal olgunluğa hazırlayan bir yaş dönemidir”. Birleşmiş Milletlerin Eğitim, Bilim, ve Kültür Örgütü (UNESCO) ise gençliğe ilişkin olarak geliştirdiği tanımlarda bir yandan yaş dilimini esas almakta diğer yandan gencin kişilik yapısını da içeren bir yaklaşım sergilemektedir. UNESCO'ya göre gençlik, 15-25 yaş dilimi arasında kalan insanlardan oluşmaktadır. Kimi kaynaklarda ise 12-24 yaş arası gençlik dönemi olarak tanımlanmaktadır (Nirun,1986:1). Özetle gençlik olgusunun tanımı ve sınıflandırması üzerinde net bir uzlaşının varlığından söz etmek mümkün değildir.

Demet Lüküslü (2005) gençliğin sadece bir yaş gurubu olarak tanımlanmasının sorunlu bir tanımlama olduğuna dikkat çekmiştir. O'na göre yaş grubuna göre yapılacak bir tanımlamada gençlik adeta biyolojik bir veri olarak addedilir; tarihsel ve toplumsal olgulardan etkilenmeyen, değişmeyen bir doğası olduğu varsayılır. Bu tür bir tanım gençliğe her zaman dinamik, yenilikçi, güçlü gibi olumlu anlamlar yüklemeye ya da tam tersine olay çıkartan, sorunlu, uzlaşmaz, tehlikeli gibi topyekun olumsuz sıfatlarla yaklaşmaya yol açar. Bu nedenle gençlik tanımlanırken sadece yaş değil, biyolojik ve psikolojik özelliklerin yanı sıra toplumsal, kültürel, tarihsel ve ekonomik koşulları içeren bir analizle gençliğe yaklaşılması gerekmektedir.

Gençliği tanımlayan değişkenler her ne kadar farklılık gösterse de temelde gençlik denildiğinde tarih boyunca farklı dönemlerde ve toplumlarda gençlerin ortak özellikler taşıdığını da vurgulamak gerekir. Günümüzden yüzyıllar önce Aristo, gençliğin özelliklerini çok çarpıcı ve özlü bir biçimde anlatmıştır: “Gençlerin istekleri pek çoktur ve bunları hemen eyleme dönüştürmek isterler. Bedensel isteklerine karşı koyamaz, özellikle cinsel isteklerine yenilirler. Çok değişkendirler, istekleri geçicidir, hasta bir insanın açlığı ve susuzluğu gibi birden parlar, birden söner. Tutkuludurlar, huysuz ve

öfkeliidirler. Eli açık ve iyilikseverdirler; çünkü kötülükleri tatmamışlardır. Çabuk güvenir, çabuk bağlanırlar, çünkü aldatılmamışlardır. Yüksek amaçları ve hayalleri vardır. Gençler yanılınca çok yanılırlar. Sevgide de nefrette de aşırıya kaçarlara. Her şeyi bildiklerini sanır, onun için yanlışlarında sonuna dek direnirler.” (Yörükoğlu, 1993: 20)

Mahmut Tezcan’a (2003: 105) göre de gençlik psiko-sosyal yönden bir takım ortak özellikler göstermektedir. Bunlar: Heyecanlı, ateşli, çabuk kızmaya eğilimli, sabırsız, hareketli, canlı, bağımsız olma arzusu taşıyan, mesleğini elde etmeye çalışan, takdir edilmek, kendini göstermek ya da lider olmak isteyen şeklinde sıralanabilir. Uzun yıllar gençliğin farklı kesimleri üzerine kapsamlı araştırmalar yapmış İbrahim Armağan da gençliği toplumun en dinamik ve enerjik özellikler taşıyan kesimi olarak ileriye yönelik görüşleri ve baskı gücü ile bazı toplumsal mekanizmaları harekete geçirecek potansiyele sahip bir güç olarak değerlendirmektedir (Armağan,2004:7).

Birey ile toplum arasında bir bağ olarak kimlik kavramı içerisinde gençlik, dönemselleştirici bir terim olarak yer almaktadır. Gençlik konusunda yapılan tarihsel araştırmalar ışığında gençliğin modernitenin bir ürünü olduğu ve aynı zamanda kentleşme, endüstri devrimi, eğitim alanındaki reformlar ve bugün anladığımız anlamdaki bir toplumsal kategori olarak moderniteyle beraber doğduğu (Lüküslü, 2005:69) kabul edilmektedir. Phillippe Aries, çocukluk tarihi üzerine yapmış olduğu araştırmalarda bugün bildiğimiz anlamda sosyal bir kategori olarak çocukluğun Ortaçağ’da Avrupa’da görülmediğini ve o dönemde daha çok “yetişkinlerin minyatürü” olarak algılandığını ileri sürer. Dolayısıyla çocukluğun bir sosyal kategori olarak var olmadığı bir ortamda, çocukluk ile yetişkinlik arasındaki döneme işaret eden “gençlik” de var olamaz. Gençliğin sosyal bir kategori olarak ortaya çıkması modern sanayi toplumunun ortaya çıkmasına dayanır. Çünkü sanayi toplumu diğer toplumlardan farklı olarak, çalışma üzerine kuruludur. Gençler de yetişkinliğin bir ön evresi olarak çalışma hayatına girmek ve katkı sunmak durumundadır. Bu nedenle de modern sanayi toplumu ile birlikte işgücüne

olan ihtiyacın artması gençliğe verilen önemin de artmasını beraberinde getirmiştir (Lüküslü,2009:19).

Ferhat Kentel (2005:13) ise gençlik olgusunu daha çok bireyin sosyolojik deneyimi paralelinde incelemiştir. O'na göre gençlik dönemini yaş ölçütleri ile tanımlamak çok kısıtlayıcı bir yaklaşımdır. Gençlik tanımı, genel olarak insan yaşamının bir evresi, bir dilimi olarak ele alındığında gençliğin çok daha karmaşık sosyolojik boyutlar içerdiği söylenebilir. Örneğin 23 yaşında üniversite eğitimi gören bir öğrenci genç ile 15 yaşından beri çalışan, evlenmiş ve çocuk sahibi olan ama gene 23 yaşında bir “gencin” yakın davranış kalıplarına sahip olduğunu söylemek mümkün değildir. Üniversiteli genç, “genç” olma halini en azından askere gidinceye, iş buluncaya veya evleninceye kadar sürdürecektir olmasına rağmen, çalışan genç artık “aile sorumluluğu” gibi değerlerle yetişkinler kategorisine girmiştir. Bu nedenle gençlikten bahsedildiği zaman homojen bir gruptan söz etmek mümkün değildir

Görüldüğü gibi, demografik, sosyolojik, psikolojik, biyolojik ve tarihsel değişkenle birlikte değerlendirilmesi gereken ve homojen olmaktan ziyade fazlasıyla heterojen özellikler taşıyan gençliği ele alırken birçok yaklaşımdan yararlanmamız gerekmektedir. Bu noktada gençliği hayatını sürdürdüğü ortama göre köy, kasaba, kent, gecekondu gençliği; uğraşı alanına göre okuyan, öğrenci gençlik, çalışan işçi gençlik ve çalışmayan işsiz gençlik olarak gruplamak mümkündür (Tezcan, 2003:106; Gökçe, 1984:10).

Vehbi Bayhan (2011:435) bu gruplamayı daha da geliştirerek sistematik olarak Türkiye örneği çerçevesinde gençliği dört ana kategoride toplamıştır: Birincisi, orta öğretim ve yüksek öğretim gençliğinin içinde olduğu eğitim sürecinde bulunan öğrenci gençliktir. İkincisi, örgün eğitim dışında bulunan okul dışı gençliktir. Çalışan gençlik, kırsal alan gençliği, işsiz gençlik, asker ve askerliğini yapmakta olan gençlik ve gecekondu gençliği bu grupta çeşitli isimler altında ortaya çıkan alt kültürlerdir. Üçüncüsü, özel

durumu olan fiziksel ve zihinsel engelli gençlik ile suçlu-hükümlü, tutuklu gençliktir. Dördüncü kategori ise ikinci kuşak gençlik ile yurtdışından dönen gençlik kesimidir. Bayhan bu araştırmanın temel ilgi alanını oluşturan işçi gençliğini, ikinci kategoriye yani örgün öğretim dışında bulunan okul dışı gençlik kesimine dâhil etmektedir.

Bu çalışma açısından gençlik, sadece demografik, psikolojik ve biyolojik boyutlarıyla değerlendirilmemiştir. Bir geçiş dönemi olmanın ötesinde içinde yer aldığı toplumun maddi var oluş koşulları ve kültürel ilişkilerine paralel olarak, toplumsal bir kategori olarak ele alınmış ve bu çerçevede bir analiz yapılmıştır.

## **2. 2. 2. Türkiye’de Gençliğin Tarihi**

Gençliğin tarih içindeki gelişimi incelendiğinde iki olgunun gençliğin toplum içindeki konumunu belirlediği görülebilir. Birincisi sanayi toplumunun doğuşu, diğeri ise ulus devletlerin ortaya çıkmasıdır. Bu iki olgu ile birlikte gençlik hem çalışma hayatı için önemli bir iş gücü hem de siyaset sahnesinde etkili bir aktör ve inşa edilen bir kategori olarak görülmeye başlanmıştır. Türkiye’deki gençlik açısından da böylesi bir benzerlikten söz etmek mümkündür.

Daha önce de belirtildiği gibi, gençliğin sosyal bir kategori olarak ortaya çıkması modern sanayi toplumunun ortaya çıkmasına dayanır. Modern sanayi toplumu ile birlikte iş gücüne olan ihtiyacın artması gençliğe verilen önemin de artmasını beraberinde getirmiştir. Diğer taraftan gençlerin siyasal alanda sahneye çıkmaları da ulus-devletlerin kurulma aşamasında belirginlik kazanmıştır. Öyle ki, ulus devletlerin kurulmasında gençlik çift taraflı bir rol oynamıştır. Bir taraftan gençlik, ulus devletler tarafından inşa edilen geleceğin toplumunu ve insan gücünü simgeleyen önemli bir kategori iken, diğer taraftan ulus devletlerin oluşum aşamasında yeni toplumları inşa eden önemli bir aktör olarak değerlendirilmiştir. Bunun en güzel örneğini

Türkiye toplumu açısından Osmanlı'nın son dönemi ve Cumhuriyetin ilk yıllarında görmek mümkündür.

Bu bölümde Türkiye’de gençliğin gelişimi yukarıda bahsedilen iki kategori açısından ele alınmıştır. Türkiye’deki gençlik tarihi incelenirken dikkat edilmesi gereken nokta, gençlik tarihinin gençlik hareketleri ile -Alpay Kabacalı’nın da ifade ettiği gibi- “gençlik hareketleri”nin de “öğrenci hareketleri” ile neredeyse özdeşleşmiş olduğudur (2007:11). Bu nedenle, gençlik üzerine yapılan çalışmalar genellikle eğitilmiş gençlik, özellikle de üniversite gençliği üzerine yoğunlaşmıştır.

Bu çalışma açısından işçi gençliğin tarihsel gelişimine dair yapılan araştırma ve veriler yeterli olmasa da yaş grubu olarak gençlik paydası altında toplanmış ve aynı dönemin koşullarından etkilenmiş olmaları, bize gençlerinin genel özellikleri hakkında dolaylı da olsa bazı değerlendirmeler yapma imkânını sağlamaktadır. Bir başka ifadeyle Mannheim’ın kuşak kavramsallaştırmasıyla özetleyecek olursak, aynı yaş grubundan gençlerde, aynı dönemde ve aynı olayları yaşamaktan kaynaklı bir kuşak bilinci gelişmektedir. Bu durumda yaş grubu, kendine özgü kimliği olan bir kuşağa dönüşmektedir. Bu kuşağa mensup farklı gruplar karşıt görüşlere sahip olsalar bile, yetiştikleri tarihsel döneme ilişkin ortak değerler bütününe paylaşmaktadırlar (Neyzi, 2011:109). Bu araştırmada bu bakış açısından yola çıkarak kuşak ve ortak değerler üzerinden Türkiye gençliğine dair analizler yapılmaya çalışılmıştır.

Tanzimat’la birlikte Avrupa’daki gelişmeleri izleyen Osmanlı’nın, devletin çöküşünü gençler aracılığıyla durdurmaya çalıştığı bilinmektedir. Osmanlı’nın son döneminde kurulmaya başlayan modern kurumlarda ülkeyi kurtarması beklenen bir gençlik, devlet tarafından inşa edilmiştir. Gençliğin inşa edilmesi sürecinde eğitim konusuna öncelik ve ağırlık veren Osmanlı’da ilk olarak geleneksel eğitim sisteminin değiştirilme çabalarına rastlanmaktadır. Bernard Lewis’in (1998:126) belirttiği gibi 19.yüzyıl boyunca

kurulan okullarda, yeni bir ruh, yavaş yavaş ve zahmetle yetişir: Gerçekler hakkında yeni ve daha açık bir anlayışla yetiştirilen yeni bir ruh. Eğitim alanında görülen bu modernleşme hareketiyle genç bir kuşak ortaya çıkar. Bu gençler ileride modernleşme akımının öncüleri haline gelecekler ve devleti kurtarmak için çalışacaklardır. Jön Türk hareketini oluşturacak olan bu gençler ile birlikte, “nesil”, “genç” gibi kavramların Osmanlı toplumunda sıkça kullanılır olduğu, dernek isimlerinde, roman isimlerinde veya gazetelerde bu kelimelere sık sık rastlandığı belirtilmektedir. Jön Türk hareketi incelendiğinde, hareketin kendisine aşılana misyon doğrultusunda devleti kurtarmaya odaklanmış, imparatorluğun çöküşünü durdurmak için pratik çözümler, reçeteler peşinde olduğu görülmektedir (Lüküslü, 2009:23).

Şerif Mardin’e (1999:301) göre bu dönemdeki gençlerin en derin isteği hürriyetten ziyade Osmanlı İmparatorluğu’nu parçalanmaktan kurtarmaktır. Hürriyet onları ancak dolaylı olarak ilgilendiriyordu. Görüldüğü gibi gençlik Osmanlı’nın son döneminde inşa edilen ve devleti kurtaracak bir özne olma karakteri taşıyordu. Yenilikçi olarak nitelenen ve Osmanlı’dan Cumhuriyete toplumu ileriye götürmek biçiminde özetlenen gençliğin rolü, Osmanlı döneminde Batıcılık, Cumhuriyet döneminde Atatürkçülük etrafında gelişmiştir (Tezcan, 2003:177).

Dinamik ve etkin bir aktör olarak sınıflandırılan ve devleti kurtaracak siyasal bir aktör olarak kurgulanan gençliğin bu durumunu Demet Lüküslü (2009:16), “gençlik miti” olarak kavramsallaştırmaktadır. Bu mit Osmanlı’nın son döneminden başlayarak, Cumhuriyet’in ilk yıllarında ve daha sonraki yıllarda da sürmüştür. Devlet merkezli olarak tanımlanan bu gençlik miti 1980 sonrasında kesintiye uğramıştır. Bu çalışma açısından, 1980 sonrası Türkiye’de yaşanan ekonomik, siyasal ve toplumsal gelişmeler ve bu gelişmeler karşısında gençliğin konumlanışına ayrı bir önem atfedildiğinden, “80 sonrası gençliği” bu mitleştirme çerçevesinde daha ayrıntılı bir biçimde ele alınmış ve genel olarak gençliğe atfedilen özelliklerin işçi gençlik açısından nasıl bir görünüm sergilediği incelenmiştir.

Cumhuriyet döneminde gençliğe yüklenen rol Osmanlı'nın son dönemindekine benzer özellikler taşımaktadır. Gençlik, yeni kurulan Cumhuriyet'in güçlendirilmesi, modernleşmenin hayata geçirilmesi, değerlerinin yaşatılması açısından en önemli aktör olarak kurgulanır. Cumhuriyet rejiminin amacı, Cumhuriyet'in değerleriyle donatılmış bir zihniyete sahip olan ve geleceğin kısıtlayıcı özelliklerinden arınmış bir yeni insan yaratmak olduğundan, gençler Türk milliyetçiliğinin merkezinde yer almaktadır. Bu bağlamda Cumhuriyet, genç kadın ve genç erkek imgeleriyle temsil edilmiş, "Gençlik ve Spor Bayram"larında görkemli jimnastik gösterileri sergilenmiştir. (Neyzi, 2011:116).

Cumhuriyet'le birlikte modernleşmeci bir gençlik anlayışının benimsendiğini vurgulayan Leyla Neyzi, (2011:105-106) Cumhuriyet'ten günümüze gençliğin toplumsal söylemde kurgulanış biçimini üç döneme ayırmaktadır. Neyzi, tek parti dönemine denk düşen 1923–1950 dönemini modernleşmeci gençlik dönemi olarak değerlendirirken, 1950–1980 döneminin öğrenci hareketleri nedeniyle çatışmalı geçen ve gençliğin ulusa yönelik bir tehdit olarak algılanan bir dönem olduğunu belirtmiştir. Son olarak, 1980 sonrasını modernleşmeci gençliğin ciddi bir kırılmaya uğradığı bir dönem olarak betimleyen Neyzi, bu dönem gençliğinin apolitik bir tüketiciler yığını olarak kurgulandığını belirtmektedir.

Türkiye Cumhuriyeti'nin kurucusu Mustafa Kemal Atatürk'ün gençliğe attığı önemi ve rolü de en iyi şekilde Nutuk adlı eserinde görürüz. Mustafa Kemal Atatürk, Nutuk'un sonunda gençliği devrimleriyle özdeşleştirirken, devrimlerin olası bir tehdit altında gençler tarafından savunulmasını salık verir ve bu durumu şu sözlerle ifade eder: "Ey Türk gençliği! Birinci vazifen, Türk istiklalini ve Türk Cumhuriyeti'ni ilelebet muhafaza ve müdafaa etmektir. Mevcudiyetinin ve istikbalinin yegâne temeli budur. Bu temel senin en kıymetli hazinendir. Ey Türk istikbalinin evladı! Vazifen, Türk İstiklal ve

cumhuriyetini kurtarmaktır. Muhtaç olduğun kudret, damarlarındaki asil kanda mevcuttur (2007:773).

1923 yılında Cumhuriyet'in kurulmasıyla birlikte gelecek kuşakların eğitimi Cumhuriyet'in baş görevlerinden biri halini alır. Vatan kurulduktan sonra artık görev vatani korumak ve geliştirmek olarak benimsenir. Cumhuriyet henüz yolun başındadır, yapılması gereken çok şey vardır ve bunları yapacak olan genç kuşaklar olacağına göre gençlere Cumhuriyet'in değerlerini benimsetecek, onlara ülkeyi hem korumalarını sağlayacak hem de ileriye götürecek bir eğitimin verilmesi esas alınır (Lüküslü, 2009:27).

Cumhuriyetin ilk yıllarından 1950'li yıllara kadar olan dönemde Tezcan (2003) gençliği, "modernleşmeci, yenilikçi ve devrimci" olarak nitelerken", Tanzer Sülker Yılmaz (1997) da "Cumhuriyetin ve devrimlerin güvencesi, çağdaş, eğitilmiş, laik, meslek sahibi bireyler" olarak tanımlamaktadır. Gençlere verilen eğitimde Cumhuriyet'in değerleri ve Kemalist ideolojinin benimsetilmesi esas alınır. Bu dönemde devletin gençleri inşa ettiğini söylemek yanlış olmaz. Özetle, gençlerin cumhuriyetin ilk yıllarından 1950'li yıllara kadar rejimin yılmaz bekçileri rolünü üstlendiklerini söylenebilir.

Gençlerin siyasetle ilişkisi incelendiğinde ise Cumhuriyet döneminin ilk yıllarında CHP ekseninde bir siyasal katılım sağlandığını görürüz. Gençlerin siyaset yapabilecekleri yer, dönemin tek partisi CHP'dir. Gençler burada Kemalizm'in ilke ve prensipleri doğrultusunda, parti içinde görev yapmaktadır. Dönemin üniversite gençliği incelendiğinde ise her ne kadar 1940'lı yıllarda siyasal fikirler açısından bir çeşitlenme görülse de gençlerin CHP hükümetinin politikalarına paralel olarak kendilerine verilen devleti koruma rolünü devam ettirdikleri görülmektedir (Lüküslü, 2009:41). Dönemin başlıca öğrenci örgütü, 1924 yılında kurulan Milli Türk Talebe Birliği'dir (MTTB). Bu örgüt, yeni bir ulusun yaratılmasında önemli roller üstlenmiş ve "Vatandaş Türkçe Konuş", "Yerli Malı Kullanalım" gibi benzeri hükümet politikalarını desteklemiştir (Kabacalı, 2007:71).

Geleceğin elitleri konumunda bulunan ve devleti yönetmeye aday olan gençlerin CHP'ye yakınlığının 1960'ların birinci yarısına kadar sürdüğünü, aynı zamanda 1960 askeri müdahalesinde orduyla da bir birliktelik kurduklarını söylemek yanlış olmaz. Ancak 1960'ların sonu ve 70'li yıllar Türkiye'deki gençlik açısından farklı bir dönemi işaret etmektedir. Bu noktada 1950'li yıllardan başlayarak ana hatlarıyla 1960, 1970 ve 80'li yılları incelemek gerekmektedir.

Türkiye'de değişen siyaset ve toplum yapısına paralel olarak gençliğin de bir değişim yaşadığı görülmektedir. 1950'den sonraki gençlik hareketlerine baktığımızda, gençlerin devleti ve toplumu kurtarma misyonuna sadık kaldıkları, dönemin hükümetlerine tepki olarak siyaset sahnesinde aktif rol oynadıkları tespiti yapılabilir.

1950 yılında seçimleri Demokrat Parti'nin kazanmasıyla Türkiye tarihinde yeni bir dönem açılmıştır. Demokrat Parti iktidarı, ekonomik yapıyı değiştirirken toplumda önemli değişimlerin yaşanmasına neden olmuştur. 1950'lerin ikinci yarısından itibaren DP'nin toplumu değiştirme çabaları asker kanadı, aydınlar ve özellikle gençlerin tepkisiyle karşılaşmıştır. Bu yıllar gençlerin siyaset sahnesinde aktif olarak boy gösterdikleri bir dönem olarak nitelendirilebilir.

Gençliğin önemli bir aktör olarak siyaset sahnesinde gözükmesi ve toplumun diğer kesimleriyle birlikte hareket etmesinin en önemli örneği 27 Mayıs 1960 askeri müdahalesi öncesinde gösterilen etkinliktir. Sülker Yılmaz (1997:92) gençliğin buradaki rolünü şu şekilde özetliyor: 27 Mayıs gençlik ve halk hareketleriyle bütünleşip, kaynaşmıştı. İdeolojik temelden yoksun, sağlam bir doktrine, teorik bağlantılara dayanmayan hareket birincil amacına ulaşmıştı ve bunda gençliğin, halkın katkıları yadsınamazdı. Demokrat Parti önceleri halktan destek gördüyse de sonraları yozlaşma ve otoriterlikle suçlanmış ve öğrenci eylemlerinin de etkisiyle 1960 yılında askeri darbeyle

tasfiye edilmiştir. Darbeyi destekleyenlerin başında öğrenciler ve ordu gelmektedir. 27 Mayıs 1960'tan sonra gençlik toplumda büyük bir saygınlık kazanmıştır. Yaygın inanışa göre, toplumu özgürlüğe kavuşturan, 27 Mayıs "devrimi"ne ulaştıran iki büyük güç kaynağı vardı: Ordu ve Gençlik (Kabacalı, 2007:157).

1960'tan sonra toplumda görülen görece özgürlük ortamı en çok gençleri etkilemiştir. Hemen her konuda hassasiyetleri artan, ekonomik ve toplumsal sorunlara duyarlılıkla yaklaşan dönemin gençlerinin, hızlı bir şekilde politize olduğu söylenebilir. Gençler artık toprak reformundan tam bağımsızlığa, üniversite reformundan Amerika ile ilişkilere kadar birçok konuda duyarlılık göstermeye başlamış ve o dönemde siyasetle ilgilenen aktif bir gençlik karşımıza çıkmıştır.

1960'ların ikinci yarısında başlayan ve bütün dünyada 68 kuşağı olarak bilinen ve özellikle Avrupa'da baş gösteren, gençlerin ana aktör olduğu toplumsal muhalefet ve isyan dalgası dönemin Türkiye gençliğini de derinden etkilemiştir. 1968 Mayıs ve Haziran'ında dünyanın birçok ülkesinde gençler ayaklanmıştır. Fransa'da Nanterre Üniversitesi'nde başlayan öğrenci hareketleri kısa sürede genişleyerek, işçilerin ve siyasal partilerin de katılmasıyla neredeyse bir devrim hareketine dönüşmüştür (Kabacalı,2007:177). Bu gelişmelerden önemli ölçüde etkilenen gençler, Türkiye'de çeşitli gösteri ve eylemlere başlamışlardır.

Avrupa'daki Mayıs 1968 olaylarından etkilenen üniversite öğrencileri hızla örgütlenmeye başlarlar. Önceleri üniversitedeki koşulların iyileştirilmesini talep eden öğrenciler, çok geçmeden öğretmenlerden, işçilerden ve köylülerden oluşan kitlesel hareketlerin destekçisi olarak evrilirler. Statükonun değişmesinin zor olduğunu gören öğrenci hareketi, 1968'den itibaren, Avrupa, Latin Amerika ve başka ülkelerdeki öğrenci hareketlerinden etkilenecek ve şiddetin yükselişinden kazanç sağlayan güçlerin de kışkırtmasıyla gitgide yasal zeminin dışına kayar. Bu durum,

artan şiddet olaylarıyla doruğa ulaşmış ve 1971 askeri darbesini takiben gençlik hareketleri büyük bir baskıya maruz kalmıştır (Neyzi, 2011:120).

Öğrenci hareketleri, 1970’li yıllarda da artarak devam etmiştir. Artık “devrimci gençlik örgütleri” Türkiye’de “sosyalist mücadeleyi yürüten en aktif militanlar” olarak görülüyordu. Bunlar gençlik ve öğrenci sorunlarını tümüyle savsaklamamakla birlikte, artık işçi ve köylülerle işbirliği yapmaya, sosyalizmi kitlelere anlatmaya ve Türkiye’nin sosyalizme geçmesine yönelik eylemelere önem veriyorlardı (Kabacalı,2007:218). 1960-1980 yıllarının en belirgin özelliği olarak, gençliğin, özellikle de üniversite öğrencilerinin büyük ölçüde politize olduğu söylenebilir. 1960’ların ikinci yarısında yükselen toplumsal muhalefete paralel olarak “romantik” bir gençliğin siyasallaşmasına tanık olunurken, bu muhalefetin önünün tıkanması ve demokrasiyle bütünleşemeyip, demokrasiye entegre edilememesiyle birlikte, 1970’lerde “sağ-sol” kutuplaşması, gençliğin aşırı siyasallaşmasını da beraberinde getirmiştir (Lüküslü, 2005:72).

### **2.2.3. 1980 Sonrası Dönemde İşçi Gençlik ve Popüler Kültür**

1980 askeri darbesi, Türkiye siyasetinde önemli bir dönüm noktası olmuştur. Darbe sonrasında sivil yönetime çabuk geçilmişse de, sivil özgürlükleri büyük ölçüde kısıtlayan yeni bir anayasa yürürlüğe girmiş, 1970’ler ve 1980’lerde doğan gençler depolitize bir ortamda yetişmiştir. Liberal ekonomiye geçilmesi ve küresel sermayeyle bütünleşme 1980’lere damgasını vuran gelişmelerdir. Buna ek olarak özelleştirme, tüketim toplumunun yükselişi ve yeni medya teknolojileriyle birlikte, medya toplumda önemli bir güç haline gelmiştir (Neyzi,2011:126).

1980 sonrası dönem, Türkiye’nin siyasi kültüründe bir kırılmayı simgelediği gibi, modernist gençlik anlayışında da kopuş anlamına gelmektedir. Bugün medya artık her yere ulaşabilen geniş dolaşım ağı aracılığıyla, çeşitli gençlik kurgularını karşımıza çıkarmaktadır. Bu kurguların

çoğunda sunulan “gençlik” alışık olmadığımız, bir nitelik taşımaktadır. 1980 sonrası dönemi bekli de en iyi ifade eden kavram “köşeyi dönmek”tir; bu deyiş yozlaşmanın ve kamusal kaynakların özel amaçlar için kullanımının eşlik ettiği medya ve ekonomik liberalleşme çağında “özel” yaşamın fütursuzca sergilenişini ve tüketim merkezli yaşam biçimlerini çağrıştırmaktadır. Bu anlayışla en fazla özdeşleşen de gençliktir. Hem Cumhuriyet hem de 68 kuşağının kamusal alandaki kültürel ağırlıkları göz önüne alındığında “Özal kuşağı” ya da “1980 sonrası kuşak” olarak adlandırılan bu gençler, kolektif sorumluluktan yoksun, bencil ve bireyci tüketiciler olarak resmedilmektedir (Neyzi, 2011:130-131).

Yetmişli yılların en önemli siyasi aktörleri arasında yer alan gençler, 1980 askeri darbesinin ardından başta siyasal partiler, sendikalar ve dernekler olmak üzere kurumsal siyasi yapılardan uzak durmayı öğrendiler. Doksanlı yılların neo-liberal küreselleşme sürecinde sadece piyasaya güvenmeyi öğrendiler. Hayatları ile ilgili projelerinin yalnızca bir piyasa değeri olduğu sürece bir anlamı olacağını öğrendiler. Piyasa, gençlerin yaşamlarının sürdürülebilirliği ve kalitesinin sağlamasını yapabilecekleri en önemli olgu olarak sunuldu. İletişim teknolojileri, internet, uydu sistemlerini kullanarak birbirleriyle ve dünyayla ilişki kurmayı öğrendiler. Artan eşitsizlik, yoksulluk, ayrımcılık ve dışlanmadan yoğun olarak etkilendiler (Yentürk ve Kurtaran, 2008: 7). Bu nedenle, 1980 sonrası dönemde özellikle medya ve eğlence sektörünün de etkisinin artmasıyla gençlik, popüler kültürün hâkimiyet kurduğu alanlarda tüketimle şekillenen, toplumla bağları zayıflamış, politikadan uzak, bireyselleşmiş kimlikleriyle var olmaya başlamıştır. Bu yeni kimliklerin oluşumunda 80’lerin toplumsal ortamının hâkim söyleminin rolü kuşkusuz çok belirleyicidir. Gürbilek’in (1993:16) ifadesiyle bir yandan yasakla susturulmuş, diğer yandan konuşmaya kısırlanmış bir dilin yarattığı bu söylem, kendini daha çok bireysel ifade edişlerde göstermiştir. Türkiye’de gençlerle birlikte işçi sınıfının da önemli bir dönüşüm yaşadığı 1980’li yıllarla birlikte siyasetten, kimliğe, eğitimden, eğlenceye, modadan tüketime türlü biçimlerle toplumsal hayata egemen olmuş yeni bir kültürel ortam doğmuştur.

Bu kültürel ortamın en önemli özelliği de toplumsal alandan bireysel alana kayan bir nitelik taşımasıdır. Bu durum, toplumsal bir kimlik olarak işçi gençliğinin yaşadığı değişime, siyasetten uzak olma haline de ışık tutmaktadır.

1980'li yıllarda batıya benzeme çabası içerisinde olan, ancak üretimsel anlamda yeterli bir gelişmişlik düzeyine ulaşamamış olan Türkiye, bu yakınlaşma ve benzeşmeyi üretimsel düzeyde gerçekleştiremeyince bunu tüketim ağırlıklı olarak yapmaya yönelmiştir. 1980'li yıllarda böylece giderek yoğunlaşan ve ülke ekonomisine egemen duruma gelen enflasyonist sürecin de etkisiyle üretimsel tabanda yoksun yollarla elde edilen gelir, tüketim amacına yönelik olarak kapitalist merkezlere aktarılır, bunun karşılığında batılı kapitalist ülkelerden tüketime dönük ürün ve hizmetler satın alınır. Bu ürün ve hizmetler kültürel ürün ve değerleri de içerir. Dolayısıyla da batıya benzeme süreci tüketim kalıplarından, zevk ve beğenilere dek uzanan geniş bir kapsamda yaşamın tüm kesitlerine etki eder (Güngör,1993:134-135).

Seksen öncesinde karaborsadan, kaçakçılardan ve bavul ticareti yapanlardan temin edilebilen yabancı sigara, içki, Nescafe, Levi's blucin gibi o dönemde lüks sayılan ithal ürünler serbest piyasa ekonomisine geçilmesiyle birlikte önce vitrinleri, sonra da vitrinleri seyre dalan sokaktaki insanların hayallerini süslemeye başlar. Seksen sonrası dönemde gelir düzeylerini artırabilmeyi başaranlar içinse hayaller çabucak gerçeğe dönüşür, bu talihli kesim özlemini duyduğu ve hayallerinde kurguladığı bu yeni dünyanın önce eşiğinden içeri adım atmayı, daha sonra da içine yerleşip kendisine konforlu bir yer edinmeyi başarır. İthal ve lüks ürünlerin herkesin gündelik yaşamına girmesi, lüks sayılabilecek ürünlerin sıradanlaşması, televizyonun renkli yayına (Bali,2004:19) geçmesiyle bu değişim hızla kitlelere aktarılır.

Malların bollaşması, tüketim isteğinin yükselmesi ve alım gücünde gözlenen görece artış, kitle iletişim araçlarının da yardımıyla, özellikle büyük kentlerde yoğunlaşır, nüfusta bir "öz-hoşnutluk duygusu" yaratır. Aynı duygu,

giderek kent kültürünün değer yargılarıyla olduğu kadar araç-gereciyle de donanan kırsal kesim insanları arasında da yerleşmeye başlar ve tüketim ideolojisi köylere de yayılır (Oktay,2002:313-314). Kitlelerin tüketim isteklerinin arttırılması ve kitle iletişim araçlarının özellikle televizyonun kitlelere boş zamanlarını nasıl değerlendireceklerini anlatarak tüketim isteklerini desteklemesiyle insanlarda özellikle daha üst statüde bulunanların yaşam biçimlerine karşı bir özlem ve özenti uyandırılır. Aynı zamanda tüketim kalıplarının çeşitlenmesi bireylerdeki daha iyi yaşam isteğini uyandırmış, içinde bulunan durumu kabullenmemeyi doğurmuştur. Tüketim yoluyla da olsa kitleler daha ileride daha iyi şeyler olduğunu düşünür, iletilen mesajları kendi yaşam deneyimlerinin ve toplumsal ilişkilerinin içinden algılar noktaya gelmişlerdir (Oktay,2002:142).

Bu dönemde söz bollaşır ama aynı zamanda hiçbir şey söylenmez. Söz ve görüntü patlaması, birbirini etkileyen, ama birbirine indirgenemeyecek birçok unsurun kesişmesiyle oluşur. Kültür daha önce görülmedik boyutlarda, kitle iletişim araçlarıyla piyasaya tabi olur, reklamcılık kısa sürede sınırsız sayıda imgeyi dolaşıma sokar, çok satan haber dergilerinin yayın hayatına girmesiyle yeni bir kamuoyu, yeni bir haber dili oluşur. Hepsinin etkilerinin kesiştiği, iç içe geçtiği kısa bir zaman dilimi içinde, Türkiye'de cümle yapısından sözcüklerin yüklendiği simgesel değerlere, seyretme biçimlerinden fiil zamanlarına kadar kültür denen bölgenin çeşitli cephelerinde kendisini gösteren, kısmen kurgusal ve sentetik bir dilde ifadesini bulan bir değişim yaşanır (Gürbilek, 2001: 21-22).

1980'li yıllardan sonra popüler kültür toplumu öylesine etkilemeye başlar ki, adeta her evde bir televizyon bulunur ve kanal sayısı da oldukça artar. Bu hızlilik ve değişim, bazı kültür kalıplarını değiştirmeye ve bir kitle toplumunu biçimlendirmeye başlar. Gittikçe hızlanan bu süreç özellikle Özal (1983-1990) döneminde, özel radyo ve televizyonların serbest bırakılmasından sonra hissedilir ölçüde hızlanır (Kızıldağ, 2001: 24). Bu yıllardan sonra değerler, duyular, düşünceler, inançlar, edimler ve pratikler manzumesi olan kültür, "sermaye" haline gelir. Bu "sermaye"nin birikimi, "seyir"le sağlanır. Bu süreç

oldukça farklı bir insanlık algısının ve anlayışının da biçimlenmesine yol açar. Artık "düşünmek"ten çok "seyretmek", "bilmek"ten çok "görünmek", kafaya değil göze hitap etmek, meslek sahibi olmaktan çok şöhret sahibi olmak, çalışmaktan çok kolay para kazanmak ve "emek"ten çok "eğlenmek", toplumsal tercih olarak rağbet görmeye başlar (Atay,2004:12). Günlük düşünüp, günlük yaşamaya empoze edilen daha çok üretim, daha çok tüketim ekseninde örgütlenen çağdaş toplumun bireyleri sürekli ve bilinçsizce tüketmeye başlar (Kızıldağ, 2001: 28). Bu nedenle, daha önce de belirtildiği gibi kapitalist toplumda bir üretim unsuru olarak değerlendirilen işçi gençlerin aynı zamanda yaşam biçimlerine paralel olarak bir tüketim unsuru olarak da ele alınması gerektiğinden hareketle popüler kültür olgusu araştırmanın merkezine oturmuştur. Bu amaçla, işçi sınıfının özgül bir kesimini oluşturan işçi gençlikle ilgili analizler de yukarıda söz edilen değişkenler ve 1980'lerin yarattığı ekonomik, toplumsal, kültürel ve siyasal gelişmelerle birlikte ele alınmıştır.

1980 sonrası dönemde ortaya çıkan değişimler, özgürlüklerin kısıtlanması, her türlü toplumsal muhalefetin bastırılması gibi etkenler, 1980'lerin başında doğan, 1990'lı ve 2000'li yıllarda "hayata atılan" gençlerin dünyasında belirleyici bir rol oynamıştır. Ana akım medyada ve gündelik kullanımda "80 sonrası kuşak" olarak nitelenen, siyasete ilgisiz, kayıtsız ve yalnızlaşmış bu gençlik, kendini ifade etme, toplumsal bir kimlik kazanma, birey olma, özgürleşme, hayata dair sorumluluk alma konularında sürekli engellerle karşılaşmıştır. Böyle bir ortamda toplumsal hayatı, yaşam biçimlerini, değerleri ve kimlikleri önemli ölçüde belirleyen popüler kültür; tüketimle, eğlenceyle, modayla, imajlarla, hedonizmle ifade edilebilecek olan başat bir kültürel olgu olarak karşımıza çıkmıştır. Bu başat kültürel ortam gençlerin, toplumsal ilişkilerinden, kimliğinden, pratiklerinden uzaklaşarak popüler kültürün sunduğu türlü kimliklerle, değerlerle, ürünlerle yaşamaya başlamasına neden olmuştur.

Türkiye özelinde düşünüldüğünde popüler kültür, işçi sınıfının önemli bir dönüşüm yaşadığı 1980'li yıllarla birlikte siyasetten, kimliğe, eğitimden,

eğlenceye, modadan tüketime türlü biçimlerle toplumsal hayata egemen olmuş bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Burada iki önemli dinamik söz konusudur: Biri popüler kültürün kendine özgü mevcut değerleri alt üst etme ve yerine kurgulanmış yeni bir dünya yaratma yönündeki etkisi, bir diğeri de 80'lerin kendine özgü alt üst olmuş ortamı ve bu süreçte yapılanmakta olan yeni toplumsal yapı. Bu iki dinamiğin bir araya gelmiş olması, Türkiye'de 80 sonrası yaşanan değişimin ideolojik ve kültürel boyutlarını anlamak bakımından önemlidir. Buna paralel olarak, Türkiye toplumunun en önemli dinamiklerinden birini oluşturan gençlerin de 1980 sonrası yaşanan ekonomik, siyasal, kültürel dönüşümler karşısında en fazla değişime uğrayan toplum kesimi olduğu artık kabul edilmiş bir gerçektir. Bu amaçla, bu gerçekliğin ayrıntılı bir şekilde analiz edilmesi için nüfusun büyük bir bölümünü oluşturan gençlerin, özellikle işçi gençlerin yaşam biçimlerine odaklanılmıştır.

#### **2.2.4. Türkiye'de Gençlik Araştırmaları**

Türkiye'de gençler üzerine yapılan çok sayıda araştırma mevcuttur. Ancak, bu araştırmaların niteliğine baktığımızda daha çok üniversite gençliği üzerine yoğunlaşan araştırmalar olduğu görülmektedir. Gençliğin önemli bir kesimini oluşturan çalışan gençlerin diğer bir ifadeyle işçi gençliğin sınırlı araştırmalar dışında sosyal bilimlerin ilgi alanına girmediği görülmektedir. Türkiye'deki gençliği anlayabilmek ve bu araştırmaya bir temel oluşturabilmek için bu bölümde, gençlik üzerine yapılan araştırmalar incelenerek, bu çalışmalarda işçi gençliğin izi sürülmeye çalışılmıştır. Aynı zamanda bu bölümde Türkiye'de yapılan işçi araştırmaları da ele alınarak, bu çalışmalarda işçi gençlerle ilgili elde edilen veriler değerlendirilmiştir.

Gençler, yaşadıkları döneme damgasını vuran ve toplumun gidişatına yön veren önemli ekonomik, siyasal, toplumsal gelişmelerden fazlasıyla etkilenirler. Gençliği anlamak ve ileriye yönelik öngörülerde bulunmak ancak toplumdaki sosyo-ekonomik ve kültürel dinamikleri birlikte

değerlendirebilmekle mümkündür. Bunun yolu ise gençlikle ilgili kapsamlı çalışmalar yapmaktan geçmektedir. Türkiye’de nüfusun önemli bir bölümünü oluşturan gençlikle ilgili birçok araştırma yapılmıştır. Ülkemizde belirli bir yöneme ve sınırlı bir örnekleme göre yapılmış gençlik çalışmaları çoğunluktadır (Tezcan, 2003:7).

Türkiye’de gençlik üzerine yapılan çalışmaların 1960’lı yıllarda başladığı görülmektedir. Ülkemizde gençlikle ilgili yapılan çalışmalar kuramsal olarak değil, daha çok uygulamalı, ampirik, görgül çalışmalardan oluşmuştur. Ayrıca toplumdaki farklı gençlik kesimlerini konu almakla birlikte, bu araştırmalar daha çok üniversite gençliği üzerine yoğunlaşmıştır. Genellikle çalışan işçi gençlik, kırsal kesim gençliği ihmal edilmiştir. Armağan (2004:5) bu durumun sadece Türkiye’ye özgü olmadığını, Batı’daki gençlik araştırmalarının büyük çoğunluğunun da öğrenci gençlik ile özdeşleştiğini belirtmektedir.

Türkiye’deki sosyal bilimcilerin gençleri bir sorun olarak görme eğilimi yüksektir. Bu düzeltilmesi gereken bir bakış açısıdır. Gençlik üzerine yapılan çalışmalarda gençlerin “sorun çıkarmaya aday kişiler” olarak değerlendirilmesi yapılan araştırmaların boyutları ve sınırlarını da belirlemektedir. Bu bakış açısıyla genç suçluluğu, uyuşturucu bağımlılığı ve şiddet konuları da ele alınmıştır.

1961 yılında, Prof. Nermin Abadan’ın, “Üniversite Öğrencilerinin Serbest Zaman Faaliyetleri” adlı araştırması yayınlanmıştır. 1966 yılında yine üniversite öğrencileri üzerinde yapılmış iki araştırma görüyoruz. Bunlardan birincisi, Prof. H. Topçuoğlu’nun “Neleri Öğrenmek İstiyorlar?”, ikincisi ise Prof. Ö. Ozankaya’nın “Üniversite Öğrencilerinin Siyasal Yönelimleri” isimli çalışmadır. Bu dönemde yapılan en kapsamlı çalışmalardan biri de İbrahim Ethem Özgüven’e aittir. Özgüven, 1968-69 yılında Hacettepe Üniversitesi Temel Bilimler Yüksekokulu’nda okuyan öğrencilere sormaca uygulamış ve

öğrencilerin başarılarını, başarıyı etkileyen zihinsel faktörleri değerlendirmiştir (Güngör vd.,2007:31).

Bu yıllarda yapılan çalışmaların aksine 1970’li yıllarda daha sosyolojik araştırmalar yapılmıştır. Bu çalışmalara örnek olarak: Özcan Köknel’in (1979) “Cumhuriyet Gençliği ve Sorunları”, F. Gürses, H. Basri Gürses’in (1979) “Dünyada ve Türkiye’de Gençlik”, Musa Arırt’ın (1979) “Cumhuriyet Döneminde Gençlik”, Birsen Gökçe’nin (1971) “Gecekondu Gençliği”, Ahmet Taner Kışlalı’nın (1974) “Öğrenci Ayaklanmaları” ve Çiğdem Kağıtçıbaşı’nın (1973) “Gençlerin Tutumları” adlı çalışmaları gösterilebilir.

1980’li yıllara geldiğimizde ise gençlikle ilgili çalışmaların daha da arttığı görülmektedir. Bunun nedeni 1985 yılında “gençlik yılı”nın Türkiye’de kutlanmasıdır. Bu vesileyle resmi, özel ve gönüllü kuruluşlar, mesleki örgütler gençlik konusunda toplantılar yapmış, yayınlarda bulunmuş ve gençlik konuları kitle iletişim araçlarında oldukça yaygın biçimde yer almıştır (Tezcan, 2003:8). Bu yıllarda kuşak çatışması konusu, okuyan ve çalışan gençlik açısından ilk kez kapsamlı olarak Prof. Mahmut Tezcan (1981) tarafından ankete dayalı olarak gerçekleştirilmiştir. Prof. A. Ekşi (1982), “Gençliğimiz ve Sorunlar” adlı kapsamlı araştırması ile gençliğin psiko-sosyal sorunlarına değinmiştir. Yine bu yıllarda özellikle Spor Bakanlığı’nın gençlikle ilgili bir dizi yayını göze çarpmaktadır. Bu araştırmalar, çoğunlukla gençliğin sosyo-ekonomik sorunları, uyuşturucu madde alışkanlıkları, aile ve çevre ilişkileri, boş zaman etkinlikleri gibi konuları kapsamaktadır.

1990’lı yıllardan günümüze kadar ise gençlikle ilgili birçok araştırma yapılmıştır. Bu noktada, “Popüler Kültür ve İşçi Gençlik” başlıklı çalışmanın temel ilgi alanını oluşturacak olan 1980 sonrası dönemdeki gençliğin genel özelliklerini ortaya koyması açısından referans alınabilecek üç kapsamlı niceliksel araştırmadan bahsedebiliriz. Bu araştırmalardan ilki Konrad Adenauer Vakfı tarafından gerçekleştirilen, “Türk Gençliği 98: Suskun Kitle Büyüteç Altında” (1999) isimli çalışmadır. Bu araştırma 12 farklı şehirde,

2.223 farklı gençle yapılmıştır. İkinci araştırma, Gazi Üniversitesi tarafından “Türk Üniversite Gençliği Araştırması” (2003) adı ile 58 farklı üniversitede, 37.680 üniversite öğrencisi ile yapılmıştır. Arı Düşünce ve Toplumsal Gelişim Derneği’nin yaptığı “Türk Gençliği ve Katılım” (2001) başlıklı üçüncü araştırma ise 12 farklı şehirde 1242 gençle yapılmış ve gençlerin siyasete ilgisini araştırmıştır. Bu araştırmaların yanı sıra işçi gençliğe dair verilerin elde edildiği araştırmalar da bir sonraki başlıkta incelenmiştir.

Konrad Adenauer Vakfı tarafından gerçekleştirilen, gençliğin kendisini nasıl gördüğünü, değer yargılarını ve temel tutumlarını, sorunlarını ve geleceğe dönük düşüncelerini ortaya koymayı amaçlayan “Türk Gençliği 98: Suskun Kitle Büyüteç Altında” adlı araştırma hayli kapsamlı olmasından dolayı Türkiye gençliğini anlamak adına büyük önem taşımaktadır. 1999 yılında 2223 genç üzerinde yapılan bu araştırmaya konu olan işçi gençlerin oranı % 35.9’dur. Araştırmaya katılan gençlerin kimlik ve değerleri incelediğinde dinsel ve milliyetçi kimlikler ön plana çıkmaktadır. Gençlerin % 27’si kendisini dini inancına göre tanımlarken, % 16.3’ü vatan-millet, % 11.4’ü demokrat, % 5.5’i Atatürkçü ve % 10’u da meslek ve sosyal statüye göre tanımlamaktadır. Burada dikkat çeken nokta gençlerin kendilerini meslekleri açısından ifade etmedikleridir. Bu eğilim diğer birçok araştırmada da yaygındır. Görülmektedir ki gençler kendilerini sınıf aidiyeti açısından tanımlamamaktadır.

Sandığa gitme eğilimi düşük, siyaset ve partilerden uzak duran gençliğin siyasi parti üyeliği sadece % 3.7 iken sivil toplum kuruluşları, vakıf ve derneklere üyelik durumu da % 2.5’lerde kalmıştır.

Gençlerin yarısına yakını (% 49.1) kendi işini kurmak istemektedir. Çalışan gençlerin % 60’ı işini değiştirmek isterken, iş güvencesinin yokluğunu ve işsizliği sorun olarak gören gençlerin oranı % 70’i bulmaktadır.

Araştırmaya göre gençliğini yaşayamayanların oranı hayli yüksektir. Gençler daha çok eve kapanmış görünmektedir. Kurumsal etkinlikler sınırlıdır. Spor yaptığını söyleyen gençlerin büyük çoğunluğunun spor kulübü ve derneklerle ilgisi yoktur.

Çalışan gençlerin boş zaman etkinliklerini %39.5 maça gitmek, % 29 bilgisayar-internetle ilgilenmek, % 29.7 spor yapmak ve % 30.6 ile disko-bar gibi mekanlarda eğlenmek yoluyla gerçekleştirdikleri bulgulanmıştır. İstanbul'daki gençlerin buluşma mekanlarında ilk sırayı % 44.4 ile ev alırken, bu oranı % 38.7 ile arkadaş, % 29.8 ile Kafeler, % 26.8 ile sokak ve özellikle alt gelir grubundaki gençler için % 11.3 ile kahvehaneler izlemektedir.

Bu araştırmanın yanı sıra, Gülten Kazgan tarafından yapılan “İstanbul Gençliği Gençlik Değerleri Araştırması” (2006) İstanbul'da yaşayan gençlere ışık tutmaktadır. Günümüze en yakın, kapsamlı ve önemli gençlik araştırmalarından biri de Demet Lüküslü'nün İstanbul'da 2000-2004 yılları arasında farklı kesimlerden gelen gençlerle yaptığı derinlemesine görüşmelerden oluşan çalışmasıdır. Kadın, erkek, çalışan, üniversite öğrencisi gençlerden oluşan örneklem üzerinde çalışan Demet Lüküslü, “80 sonrası kuşak” olarak nitelenen gençliğin özelliklerini ve deneyimlerini anlamayı amaçlamıştır. Lüküslü'nün araştırmasında elde ettiği veriler ve yukarıda da bahsi geçen üç büyük araştırmanın verileriyle karşılaştırarak yaptığı çözümlemelerde vardığı önemli sonuçlardan biri 80 sonrası kuşağı gençliğini betimleyen ilk özelliğin siyasete ilgisizlikleri ve siyasal katılımlarını düşük olduğudur (Lüküslü,2009:146). Lüküslü, gençlerin siyasete olan ilgisizliğini, politikacılara güvenmemeleri, siyaseti kirli bir alan olarak görmeleri, siyasi örgütlenmenin bireyi öldürdüğü ve siyasi bir tavır olarak apolitizmi benimsemelerine bağlamaktadır (2009:162).

Yaptığı araştırmalarla gençlerin değerler sisteminin son 20 yılda önemli ölçüde değiştiğini belirten Armağan (2004:45-146), 1980 öncesi ve 1980 sonrasındaki gençliğin özelliklerini değerlendirerek, 1970'ler ve 1990'lar

gençliğini karşılaştırmıştır. Armağan'ın karşılaştırmalarının sonuçlarına göre, 1970'ler gençliği paraya önem vermezken; 1990'lar gençliği mutlu olmanın temel aracı olarak parayı görmektedir. 1970'ler gençliği eğitim ve mesleği para kazanma aracı görürken; 1990'lar gençliği zengin olmanın yolunu miras, şans oyunları ve politikada görmektedir. 1970'ler gençliği kendine güvenip toplumsal bir misyonu olduğuna inanırken; 1990'lar gençliği, bireyselleşme ve yabancılaşma süreçleri sonucunda kimlik arayışları içinde olan bir gençliktir. 1970'ler gençliği daha örgütlü, politika ile ilgili ve özgürlüğüne düşkünken; 1990'lar gençliği büyük ölçüde depolitize, örgütsüzdür. Armağan (2004:306-308) değerler sistemindeki bu köklü değişimin temel nedenlerini, 12 Eylül'le başlayan siyasal-toplumsal süreçlerde gençliğin depolitize edilmesi, 12 Eylül'ün sorumlusu olarak gösterilmesi, üniversitelerde YÖK sistemi, ekonomik krizler ve siyasal sistemdeki yozlaşmaya bağlamaktadır.

Gençliğin farklı yönlerini ve boyutlarını kapsayan bu çalışmalar gençliğin toplum içindeki gelişim seyrini, karakteristik özelliklerini anlamak ve gençlikle ilgili genel çerçeveyi çizmek bakımından önemlidir. Ancak Türkiye'de gençlikle ilgili araştırmalar incelendiğinde daha önce de belirtildiği gibi bu araştırmanın yoğunlaştığı ve gençliğin önemli bir bölümünü temsil eden, eğitim düzeyi düşük, kentin daha çok kenar mahallelerinde yaşayan işçi gençlikle ilgili analizler yok denecek kadar azdır. Diğer taraftan işçi sınıfı üzerine yapılmış araştırmaların çoğu da sınıf tarihinin gelişimi, eylemler ve sendikal hareketler üzerine kurulmuştur. Dolayısıyla işçilerin yaşamlarına, kimliklerine, politik duruşlarına ve kültürel durumlarına eğilen araştırmalar sınırlı kalmıştır.

Bu çalışma açısından işçi gençleri daha iyi anlamak ve özelliklerini çıkarmak amacıyla işçiler üzerine yapılmış araştırmalarda işçi gençlere dair veriler analiz edilerek genel bir işçi gençlik profili çıkarılmaya çalışılmıştır.

### 2.2.5. Türkiye’de İşçi Araştırmaları ve İşçi Gençlik Profili

Hem akademik hem de popüler düzlemde işçi sınıfı imgesi genellikle örgütlü işçi sınıfı kesimiyle sınırlı kalmıştır. Bu yüzden küçük işletmelerde, sanayi sitelerinde ve atölyelerdeki işçiler fazla dikkate alınmamıştır. Yapılan işçi araştırmaları daha çok fabrikalarda yapılmış araştırmalardır. Diğer taraftan işçi sınıfına dair yapılan tarihsel çalışmalar ise işçi sınıfının gelişimi, mücadelesi, sendikal hareket düzeyinde bir kronoloji ve tarihsel bakış açısıyla yapılmıştır. Bu araştırmalarda, işçi sınıfının kültürü, yaşam biçimi, değerleri, kimliği ile ilgili veriler çok fazla değildir. Ancak son yıllarda işçiler üzerine daha derinlikli araştırmaların yapıldığı da söylenebilir. Bu çalışmalar, yaşanan teknolojik ve ekonomik değişimlere paralel olarak ortaya çıkan esnek, parçalanmış emek üzerine değerlendirmeleri içermekte ve klasik anlamıyla ifade edilen örgütlü işçi sınıfından ziyade daha kapsamlı emek süreçlerine, işçilerin yaşam biçimlerine, kimliklerine eğilmektedir.

Türkiye’nin genel olarak sahip olduğu genç nüfus yapısına bağlı olarak, kentsel iş gücü de görece genç bir demografik profil arz etmektedir. Dolayısıyla işçiler üzerine yapılan araştırmalarda dolaylı da olsa işçi gençliğe dair verilere ulaşmak mümkündür. Bu nedenle işçiler üzerine yapılan araştırmalarda işçi gençlerle ilgili yapılan analizler bu araştırma için de önemli bir temel oluşturmaktadır.

Nadir Suğur ve Theo Nichols’un (2005) birlikte yaptığı “*Türkiye’de İşçiler ve Modern Fabrika*” başlıklı kapsamlı işçi araştırması, işçi sınıfı ve işçi gençler açısından önemli sonuçlar ve değerlendirmeler içermektedir. Araştırma, 1999 ve 2000 yıllarında İzmit-İstanbul-Bursa üçgeninde yer alan 7 büyük ölçekli fabrikada yürütülmüştür. Araştırma kapsamında, 3 tanesi beyaz eşya, 2 tanesi otomotiv ve 2 tanesi de tekstil sektöründe faaliyette bulunan fabrikalarda çalışan 356 işçi ile görüşülmüştür. Türkiye’nin demografik yapısına paralel olarak yaş ve cinsiyet açısından değerlendirildiğinde bu araştırmaya katılan işçilerin % 55’i 30 yaşın altındadır. Bir başka ifadeyle,

araştırmaya katılanların yarısından fazlası genç işçilerdir. Yine cinsiyet açısından incelendiğinde işçilerin % 77'si erkektir (Suğur, 2005:16).

Sanayide çalışan işçiler üzerine yapılan önemli bir araştırma da Eskişehir'de yapılan *İşçi Profili Araştırması: Eskişehir Örneği*'dir. Eskişehir'deki işçilerin; sosyo-ekonomik ve demografik özellikleri, sınıfsal ve kültürel özellikleri, çalışma yaşamı ve sorunları ile sendikal durum özelliklerini belirlemek amacıyla yapılan araştırmanın demografik verilerine baktığımızda yaş ve cinsiyete dair benzerlikler dikkat çekmektedir. 560 işçi üzerinde yapılan bu araştırmaya katılanların % 71.4'ü erkek, % 28.6'sı kadındır. Yaş dağılımı açısından değerlendirdiğimizde ise işçilerin % 27.5'i 25 ve altındaki yaşlarda, % 22.1'i ise 26-30 yaş aralığındadır. Diğer bir ifadeyle araştırmaya katılanların % 49.6'sı işçi gençlerdir (Zühtü, 2005:81). Bu durumun yine Türkiye'deki nüfus özelliklerine paralel olduğu söylenebilir. Eğitim açısından değerlendirildiğinde ise eğitim seviyesinin düşük olduğu görülmektedir.

İşçiler üzerine yapılan araştırmalardan biri de Arif Geniş (2006) tarafından Ankara'da yapılan *Küçük Sanayi İşçileri Üzerine Bir İnceleme*'dir. OSTİM'deki küçük sanayi işletmelerinde çalışan işçiler üzerine kapsayıcı bir profil çıkarmanın amaçlandığı çalışmaya katılanların yaş ortalaması 29, işçilerin üçte ikisi 35 yaşın altında, bunların yaklaşık yarısı da 25 yaşın altındadır (Geniş,2006:60). Dolayısıyla bu araştırmanın dolaylı da olsa genç işçiler konusunda çok sayıda veri sunması kaçınılmazdır. İşçiler üzerine yapılan araştırmalarda dikkat çeken konulardan biri cinsiyettir. Türkiye'de iş gücüne katılımın cinsiyete göre dağılımına paralel olarak özellikle sanayi kesiminde çalışan işçilerde kadın oranı çok düşüktür. Arif Geniş'in araştırmasında kadınların oranı sadece % 9 olarak belirtilmiştir.

Suğur'un (2005:246) araştırmasında kendisini işçi olarak tanımlayan çok az sayıda (%14) işçi bulunmaktadır. Bu işçilerin çoğunluğunun genç olması dikkat çekicidir. İşçilerin kendilerini çoğunlukla "işçi" olarak tanımlamayıp buna karşın geleneksel ve muhafazakâr kimlikleri tercih

etmesi, işçilerde sınıf bilincinin yetersizliğine işaret etmektedir. Mekânsal olarak fabrikada olmak bu işçilerin işçi sınıfı bilinci geliştirmelerine katkı sunmamıştır. Bu araştırmada genç işçilerin işçiliğe bakışına dair çarpıcı tespitler yer almaktadır. Gebze'deki bir otomobil fabrikasında çalışan genç işçi: *"Çocuklarımla benim gibi işçi olmaması için elimden gelen her şeyi yapacağım. Gerekirse eşimin ziynet eşyalarını satacağım ve onları sonuna kadar okutacağım."* derken, yine Gebze'de çalışan 25 yaşındaki bir işçi de şunları söylemektedir: *"Şimdi ben işçiyim ve 25 yaşımdayım. Şu anki işim fena değil diyorum ama bu işi 60 yaşına kadar yapabilir misin diye sorsan 'evet' diyemem. Çünkü fabrika işi 35 yaşında çok sağlam bir adamın posasını çıkartır... böylesi bir işi çocuklarım için asla istemem".* Çerkezköy'deki beyaz eşya fabrikasında çalışan bir genç işçi ise: *"İşçiliğin sonu yok. Eğer bu dünyada en çok çalışan zengin olsaydı, ameleler-hamallar bu dünyanın en zengin insanları olurlardı. Bu iş seni ne güldürür ne öldürür. İşçilikle ne ev sahibi olursun ne de araba. İşçilik seni hiçbir yere götürmez"* demektedir. Bursa'daki tekstil fabrikasında çalışan başka bir genç işçi de görüşlerini *"İşçi olduğun zaman yükselme şansın hiç yok. Şimdi işçisin, 20 sene çalış yine işçisin. İşten atılmazsan –gerçi 100 defa atılmış olursun ya- ve 65 yaşına kadar çalışsan da yine işçisin. Yani hep emir alıyorsun, tepende her zaman birileri var ve hep ağır işleri yapıyorsun. Çocuğum niye benim gibi olsun ki. Okusun da adam olsun. Masa başı iş yapsın. Başkalarından emir almasın, onlara emir versin. Çocuklarımla mühendis olmasını isterim"* şeklinde açıklamaktadır. Görüldüğü gibi işçiler, kendi statülerinden ve konumlarından pek memnun olmamakla birlikte, işçi olmayı da kabullenmek istememektedirler. İşleriyle ilgili gelecek beklentileri de zayıftır. Durumlarından şikâyetçidirler ancak değiştirmeye dair bir girişimleri de yoktur. Bu noktada sendikaya bakış açıları dikkat çekmektedir. Genç işçiler sendikayı daha az desteklemektedir (Suğur,2005:242).

Özetle, genç işçiler ekonomik açıdan çok daha büyük bir beklenti içindedir. Ücretlerinden daha az memnundur. Kentsel tüketim olanaklarından

daha fazla yararlanmak istemektedir. Ev ve araba sahibi olma arzuları daha kuvvetlidir (Suğur, 2005).

İşçiler arasında kendi işini kurma fikri yaygındır. Araştırmaya katılan işçilerin yarısında bu yönde bir düşünce vardır. Bu düşünceler fiili planları ve imkânları yansıtmazlar: Bu düşüncelerin yarısından fazlası, gerçekleşmesi (eğer para bulursam) kimi koşullara bağlı isteklerdir ve yine yarısından fazlası için bu yönde bir hazırlık ya da destek beklentisi yoktur (Geniş,2006:181). İstihdam alanındaki olumsuz koşullar, işçilerin kültürel formasyonu içinde doğrudan ve dolaylı olarak muhtelif etkiler yaratmaktadır. Düşük ücret, kötü çalışma koşulları ve iş güvencelerinin olmayışı, araştırmaya katılan işçilerin örgütlenme kapasitesinde sınırlayıcı bir rol oynamaktadır (Geniş,2006:183).

Eskişehir’de 560 işçi üzerinde yapılan araştırmanın sonuçlarına siyasal ve toplumsal katılım açısından baktığımızda, işçilerin sadece % 10’u bir siyasi partiye üye iken herhangi bir sivil toplum kuruluşu, vakıf ve derneğe üye olanların oranı da % 13.8’dir. İşçilerin örgütlenmesi açısından önemli olan sendika üyeliği de yine çok düşük kalmıştır. İşçilerin % 28.2’si bir sendikaya üye olduğunu belirtmiştir (Zühtü, 2005:137-138). Bunun nedeni kısmen, araştırmanın yapıldığı küçük ve orta ölçekli işletmelerde sendikal gelişimin düşük olmasına bağlanabileceken; işçilerin siyasal ve toplumsal katılımlarının düşük olmasına paralel olarak sınıfsal örgütlenmeden uzak durma tercihlerine de bağlanabilir.

Toplumsal değerler ve kimlik konusunda elde edilen veriler incelendiğinde, araştırmaya katılan işçilerin kendilerini tanımlamada çoğunlukla sosyal sınıflarını ve doğdukları bölgeyi temel aldıkları görülmektedir. Bunu meslek ve cinsiyet izlemektedir. Din, siyasi tercih ve mezhep, işçilerin en az kullandıkları kimlik özellikleridir (Zühtü,2005:139).

İşçilerin yarısına yakınının düzenli gazete okuyucusu olmasına rağmen kitap okuma, sinema ve tiyatroya girme alışkanlıklarının zayıf olduğu söylenebilir (Zühtü, 2005:147). İşçilerin % 29,1’i nadiren, % 23.2’si bazen, %

10.9'u çoğu zaman, % 2.9'u her zaman sinemaya giderken % 32'si hiçbir zaman sinemaya gitmemektedir. Yine benzer biçimde, işçilerin % 32'si nadiren, % 11.8'i bazen, % 4.1'i çoğu zaman, %0.5'i her zaman tiyatroya giderken % 48.9'u hiçbir zaman tiyatroya gitmemektedir (Zühtü,2005:196).

Demet Lüküslü'nün İstanbul'da 2000-2004 yılları arasında farklı kesimlerden gelen 80 gençle yaptığı derinlemesine görüşmelerden oluşan çalışmasının sonuçlarından da işçi gençlere dair veriler elde etmek mümkündür: Tekstil atölyesinde çalışan bir gençle, simit satan bir gencin hayallerinin ortak olması gibi. Her iki genç de ileride bir gün kendi işini kurmak, ev, araba sahibi olmak ve konforlu bir yaşam özlemi duymaktadır (Lüküslü,2009:126).

İşçi gençliğe dair elde edilen bulgulara geçmeden önce Türkiye'de gençliğin farklı kesimleri ve işçiler üzerine yapılmış araştırmaların sonuçları değerlendirilmiştir. Bu değerlendirmeye, gençler ve işçiler üzerine yapılmış araştırmalarda elde edilen verilere paralel gençlerin belirli ortak özelliklerini ortaya koymak ve bu araştırmanın bulgularıyla karşılaştırmak amaçlanmıştır.

## BÖLÜM III

### ALAN ARAŞTIRMASI: İŞÇİ GENÇLİK VE POPÜLER KÜLTÜR

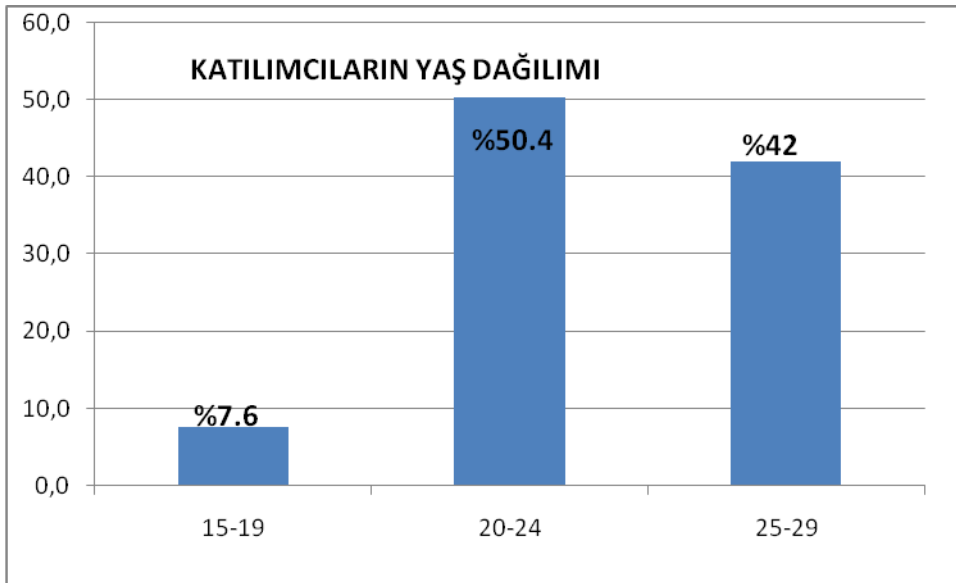
Bu bölümünde araştırmanın amacına yönelik olarak oluşturulan anket formu ile elde edilen bulgular değerlendirilmiştir. Bu veriler, 1 Aralık 2010 – 30 Ocak 2011 tarihleri arasında İstanbul'un çeşitli semtlerinde yer alan oto sanayi sitelerinde, tekstil fabrikaları ve konfeksiyon atölyelerinde, ilaç fabrikalarında, metal sanayide, gıda imalat ve matbaa atölyelerindeki 250 genç işçiyi kapsamaktadır.

Örnekleme olarak saptanan işçi gençliğe dair elde edilen veriler, işçi gençlerin popüler kültürle ilişkisi, özel hayat, iş yaşamı, sosyal ve kültürel yaşam, teknoloji ve medya, hayaller ve değerler ve son olarak kimlik, siyaset ve sosyal katılım başlıkları altında değerlendirilmiş ve grafiklerle açıklanmıştır.

#### 3.4. İşçi Gençlik Araştırmasında Elde Edilen Bulgular

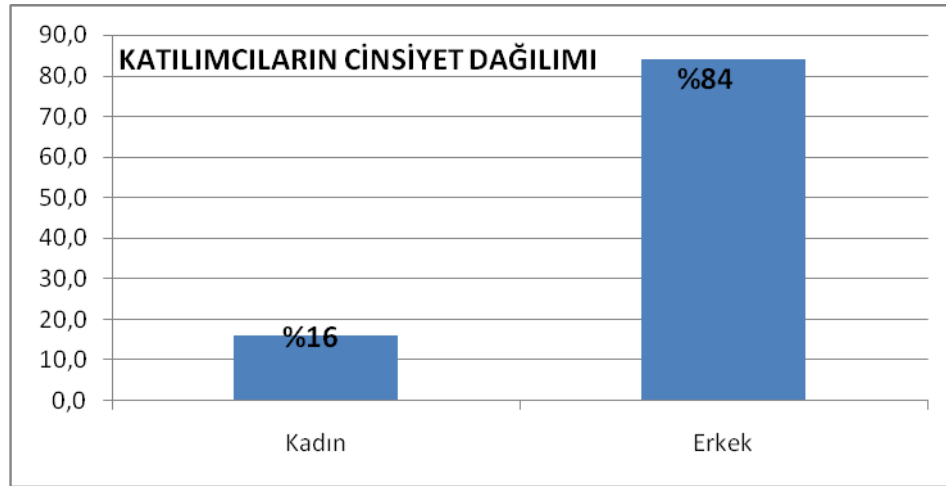
##### 3. 4.1. İşçi Gençliğin Özel Hayatına İlişkin Veriler

**GRAFİK 1. İşçi Gençliğin Yaş Dağılımı**

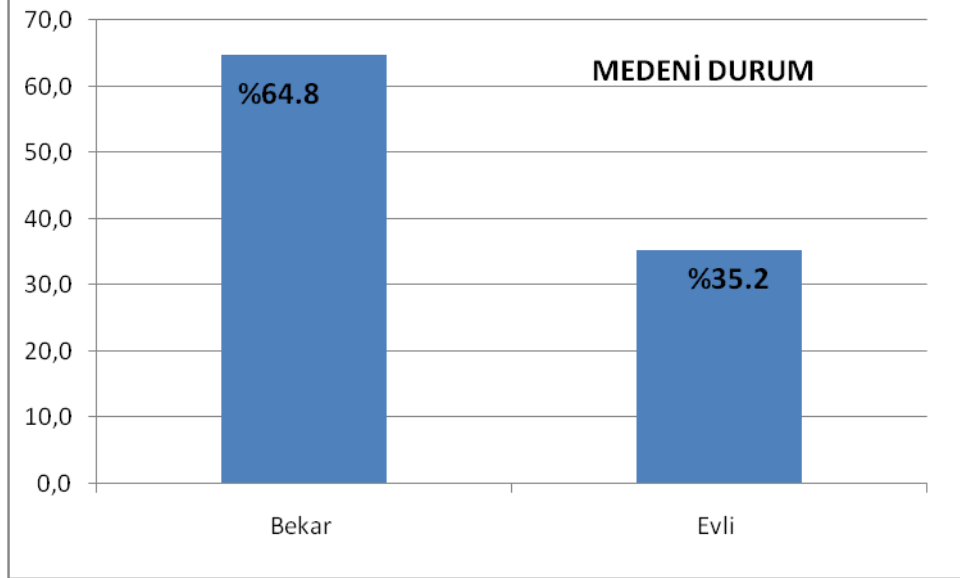


Araştırmaya katılan işçi gençlerin yaş aralığına göre dağılımı incelendiğinde gençlerin yarısından fazlasının % 50,4'ünün 20-24 yaş aralığında olduğu görülmektedir. 25 – 29 yaş aralığındaki gençlerin oranı % 42 çıkarken, 15 - 19 yaş aralığındaki gençlerin oranı ise %7,6 olarak tespit edilmiştir. Bir başka ifade ile bu araştırmaya katılan gençlerin % 92,4'ünün 20-29 yaş aralığında olduğu söylenebilir.

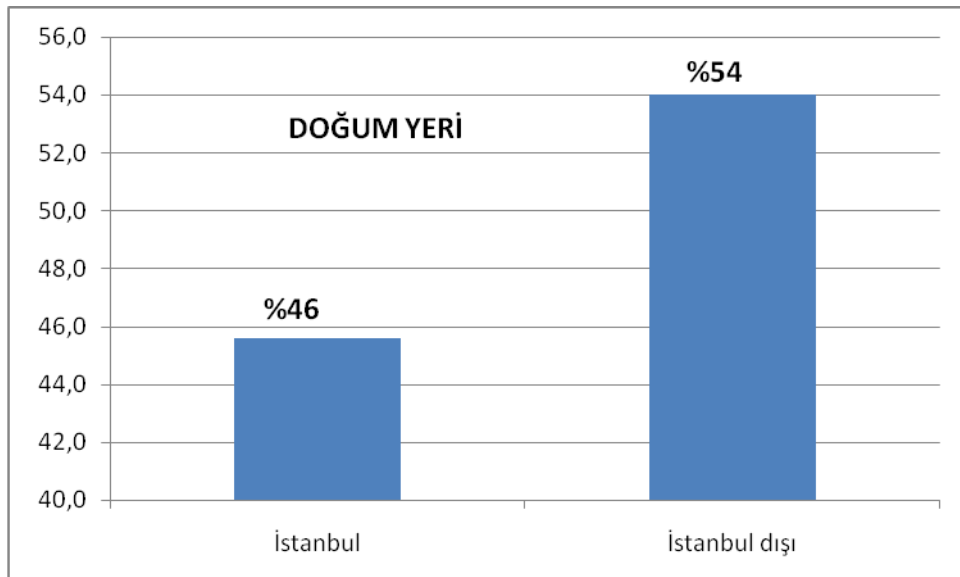
## GRAFİK 2. İşçi Gençliğin Cinsiyet Dağılımı



Araştırmaya katılan işçi gençlerin cinsiyete göre dağılımına baktığımızda erkeklerin oranının çok yüksek olduğu görülmektedir. Araştırmada kadınların oranı % 16 kalırken erkeklerin oranı %84 olmuştur. Bunun nedeni araştırmanın yoğunlaştığı iş kollarında tekstil hariç çalışma koşullarının daha dayanıklılık isteyen işler olduğu ve kadın işgücünün buralarda yoğunlaşmadığı şeklinde açıklanabilir. Cinsiyete göre bu dağılımın Türkiye genelindeki işgücüne katılımın mikro bir örneğini oluşturduğu da söylenebilir. Eylül 2012 TÜİK verilerine göre Türkiye’de 15-24 yaş aralığındaki nüfus içerisinde erkeklerin işgücüne katılım oranı % 70’lerde çıkarken kadınların işgücüne katılım oranı % 30’larda kalmıştır (TÜİK, 2012).

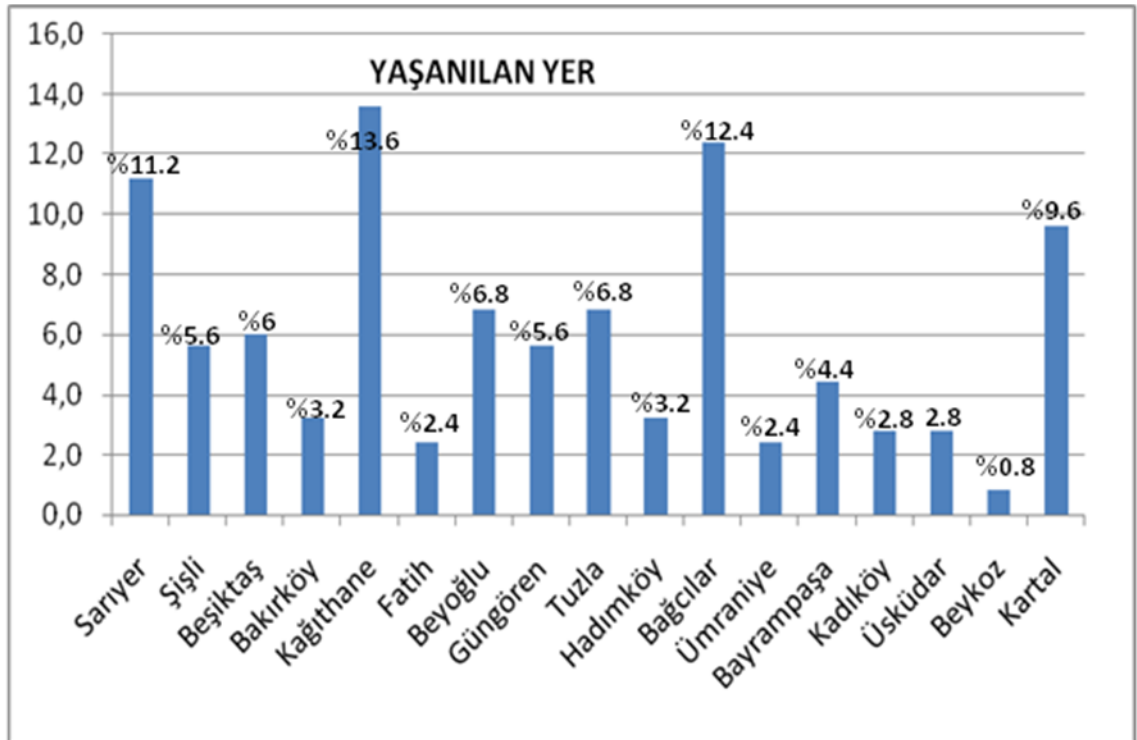
**GRAFİK 3. İşçi Gençliğin Medeni Durumu**

Araştırmaya katılan işçi gençlerin medeni durumları incelendiğinde % 64.8 bekar, %35.2 oranında evli oldukları görülmektedir. İşçi gençlik içinde evlilik oranının aslında küçümsenemeyecek bir oranda olduğu tespiti yapılabilir. Bu durum işçi gençlerin içinde bulundukları yaşam koşullarından ve hayata erken atılmalarının bir sonucu olarak erken yaşta aile kurmaları ile açıklanabilir.

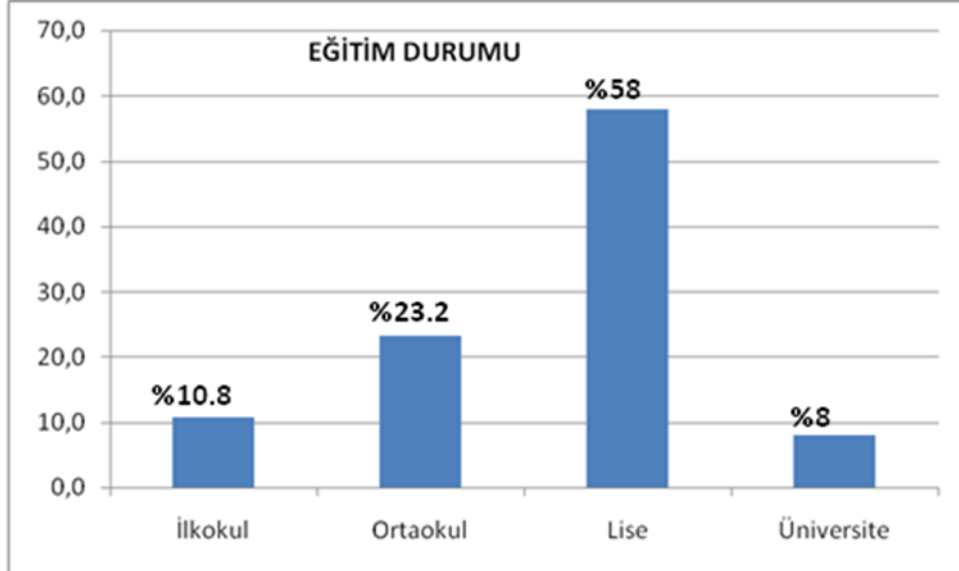
**GRAFİK 4. Doğdukları Yere Göre İşçi Gençlik**

İstanbul'un farklı ilçelerinde yapılan araştırmaya katılan işçi gençlerin doğum yerlerine göre dağılımları incelendiğinde, gençlerin yarısından fazlasının (%54) İstanbul dışından gelen ailelerin çocukları olduğu tespit edilmiştir. Gençlerin %46'sı ise İstanbul doğumludur.

**GRAFİK 5. Yaşadıkları Yere Göre İşçi Gençlik**



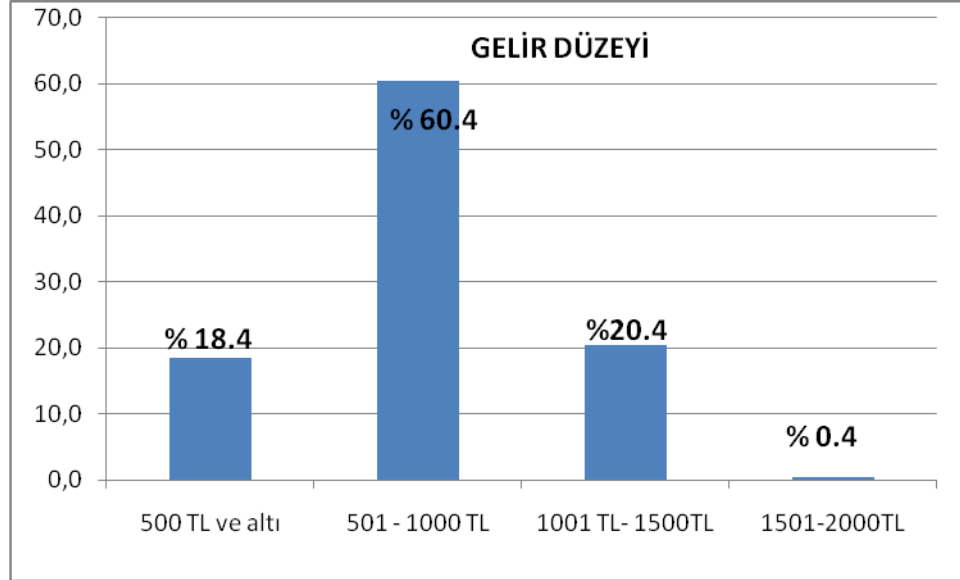
İstanbul'un 17 ilçesinde yapılan araştırmaya katılan işçi gençlerin yaşadıkları ilçelere göre dağılımına bakıldığında gençlerin yarıya yakınının Kağıthane (%13.6), Kartal (%9.6), Bağcılar (%12.4) ve Sarıyer'de (%11.2) yoğunlaştıkları gözlenirken diğer ilçelerde birbirine yakın bir dağılım sergilemişlerdir. Bunun nedeni de Kağıthane, Bağcılar gibi ilçelerde fabrika ve atölyelerin Sarıyer ve Kartal gibi ilçelerde ise sanayi sitelerinin yoğunluğuyla açıklanabilir. Bunun yanı sıra göçle gelen ailelerin daha çok araştırmanın yapıldığı ilçelerde "gecekondu" olarak nitelenen kenar mahallelerde ikamet etme imkanlarının fazlalığıyla ilişkili olduğu söylenebilir.

**GRAFİK 6. Eğitim Durumuna Göre İşçi Gençlik**

Araştırmaya katılan işçi gençlerin eğitim düzeyleri incelendiğinde ilk dikkat çeken nokta gençlerin eğitim durumunun düşük olduğudur. Gençlerin sadece % 8'i açık öğretime devam eden ve üniversite mezunu iken % 58'i lise, % 34'ü ilk ve ortaokul mezunudur. Gençlerin eğitim düzeylerinin düşük oluşu çalıştıkları işlerdeki pozisyonlarına da yansımaktadır. Eğitim ve kalifiye düzeylerinin düşük olması onları nitelsiz ve ucuz işgücü olarak konumlandırmaktadır ve düşük ücretli kol emeğine dayalı vasıfsız işlere yönlendirmektedir.

### 3.4.2. İşçi Gençliğin İş Yaşamına İlişkin Veriler

**GRAFİK 7. İşçi Gençliğin Gelir Düzeyi**

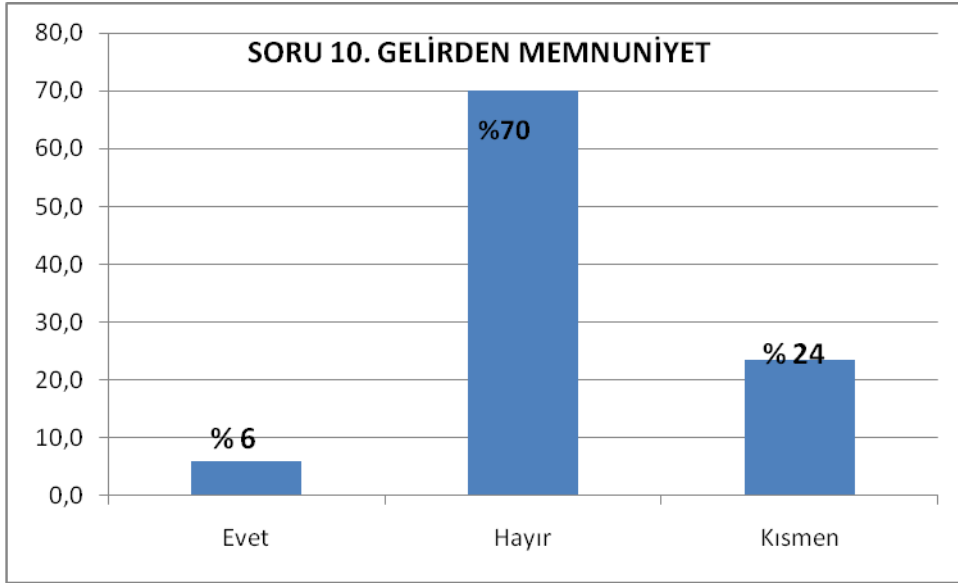


Araştırmaya katılan işçi gençlerin gelir düzeyine dair veriler değerlendirildiğinde, gençlerin %18,4'ünün 500 TL'nin altında yani asgari ücretten daha az para kazandıkları görülmektedir. 500 TL ile 1000 TL arası kazanan gençlerin oranı % 60,4 olurken bunun anlamı araştırmaya katılan gençlerin %78,8'i 1000 TL ve altında para kazanırken, % 20'lik bir kısım 1000 ile 1500 TL arasında kazanmaktadır. Gençlerin sadece %0,4'ü 1500 TL'nin üzerinde gelir elde etmektedir.

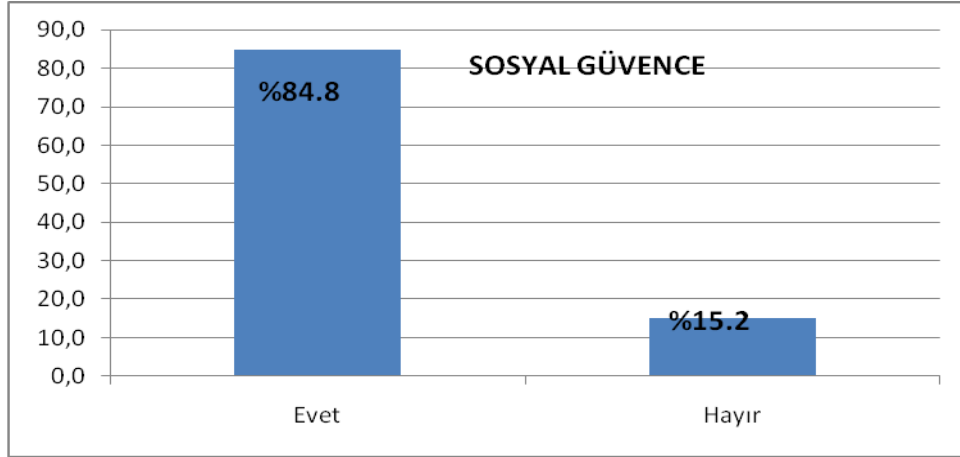
Bu veriler bir bakıma Türkiye'deki işçi gençliğin yaşam standardına ilişkin genel durumun bir tür saptaması olarak değerlendirilebilir. Türkiye'de bugünün koşullarında işçilerin, özellikle de belli bir yaşın altındaki genç işçilerin asgari gelir düzeyinin oldukça düşük olduğunu göstermektedir. Bu demektir ki Türkiye'de işçi kesimi, özellikle de işçi gençlik, nüfusun dar gelirli kesimini oluşturmakta, yoksulluk sınırının da oldukça altında bir yaşam sürdürmeye çalışmaktadır. Bu durumda, dar gelirli, ortalama yaşam standardının oldukça altında bir yaşam sürdürmeye çalışan işçi gençlerin toplumun kültürel olanaklarından yeterince yararlanabilmesi olanaksız hale

gelmektedir. O halde gelir düzeyi açısından ele alındığında işçi gençlik için gerektirdiği maliyetin düşüklüğü açısından popüler kültür en erişilebilir kültürel ortam olarak görülebilir.

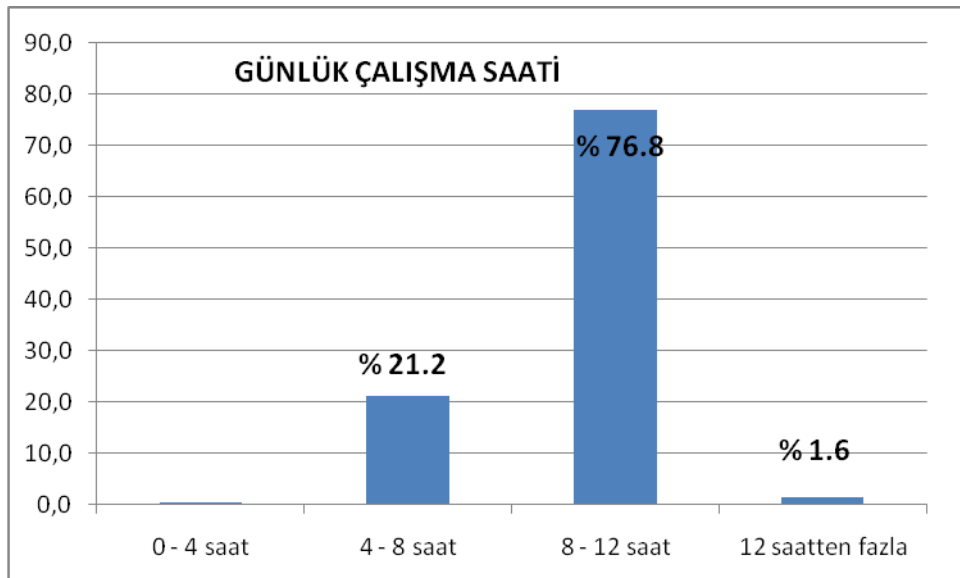
**GRAFİK 8. İşçi Gençliğin Gelirinden Memnuniyet Düzeyi**



Araştırmaya katılan işçi gençlerin gelirden memnuniyet düzeyi incelendiğinde, sadece % 6'sının gelirinden memnun olduğu, % 70'inin memnun olmadığı, % 24'ünün ise kısmen memnun olduğu saptanmıştır. Diğer sorulardan elde edilen sonuçlarla birlikte değerlendirildiğinde işçi gençlerin sadece gelirden değil, genel olarak hayatından da pek memnun olmadığı söylenebilir.

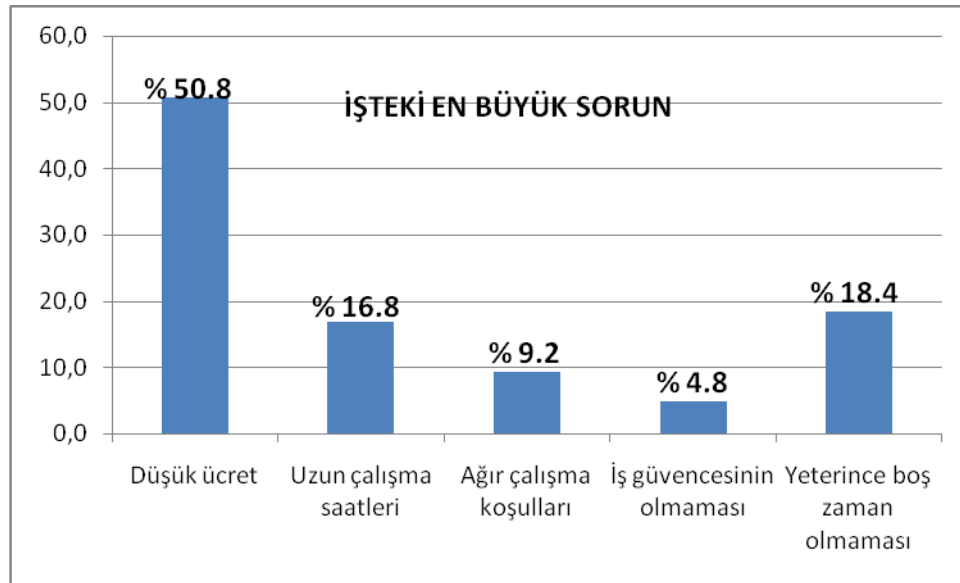
**GRAFİK 9. Sosyal Güvence Durumuna Göre İşçi Gençlik**

Araştırmaya katılan işçi gençlerin % 84.8'inin sosyal güvencesi varken sadece %15.2'sinin herhangi bir sosyal güvencesinin olmadığı saptanmıştır. Sosyal güvencesiz çalışan genç sayısının düşük olmasında temel etkenin sosyal güvencesiz işçi çalıştırmanın yasak olduğu ülkemizde işverenlerin bu yasağa uymaları gösterilebilir. Buna rağmen işçi gençlerin çalıştığı denetimden uzak, düşük ücret ve sosyal güvencesiz iş yerlerinin olduğu gerçeğini de kabul etmek gerekmektedir.

**GRAFİK 10. İşçi Gençliğin Günlük Çalışma Saatleri**

Araştırmaya katılan işçi gençlerin günlük çalışma saatleri incelendiğinde yoğun bir iş temposu içinde oldukları söylenebilir. Gençlerin % 76.8'i 8 ila 12 saat arasında çalışırken, % 21.2'si 4 ila 8 saat, % 1.6'sı da 12 saatten fazla çalışmaktadır. Bu da gençlerin iş dışı serbest zamanlarının ne denli sınırlı olduğunu göstermektedir. İş yeriyle ev arasında geçen bir gündelik yaşam organizasyonu gözlenmektedir. Bu tespite göre işten çıkan ve eve yorgun gelen işçi genç için uyku öncesindeki birkaç saatin televizyon başında geçirilmesinden başka bir olanak olmadığını söylemek yanlış olmaz. Dolayısıyla işçi gençlikle televizyon aracılı popüler kültür ortamı arasında güçlü bir ilişki olduğu sonucuna varmak mümkündür.

#### GRAFİK 11. İşçi Gençliğin İşteki En Büyük Sorunu

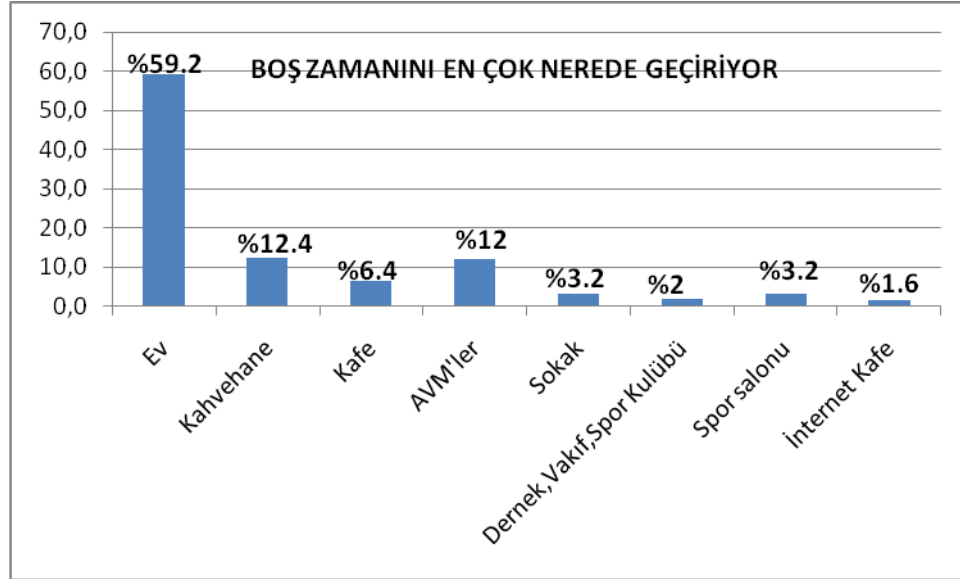


Araştırmaya katılan işçi gençlerin çalışırken yaşadıkları sorunların en başında düşük ücret gelmektedir. Gençler % 50.8 ile en büyük sorununu düşük ücret olarak ifade ederken, bunu % 18.4 ile yeterince boş zaman olmaması, % 16.8 ile uzun çalışma saatleri, % 9.2 ile ağır çalışma koşulları ve % 4.8 ile iş güvencesinin olmaması izlemektedir. Daha öncede belirtildiği

gibi gelirinden memnun olmayan işçi gençlerin işiyle ilgili temel sorunun düşük ücret olması beklenen bir sonuç olarak değerlendirilebilir.

### 3.4.3. İşçi Gençliğin Sosyal ve Kültürel Yaşamına İlişkin Veriler

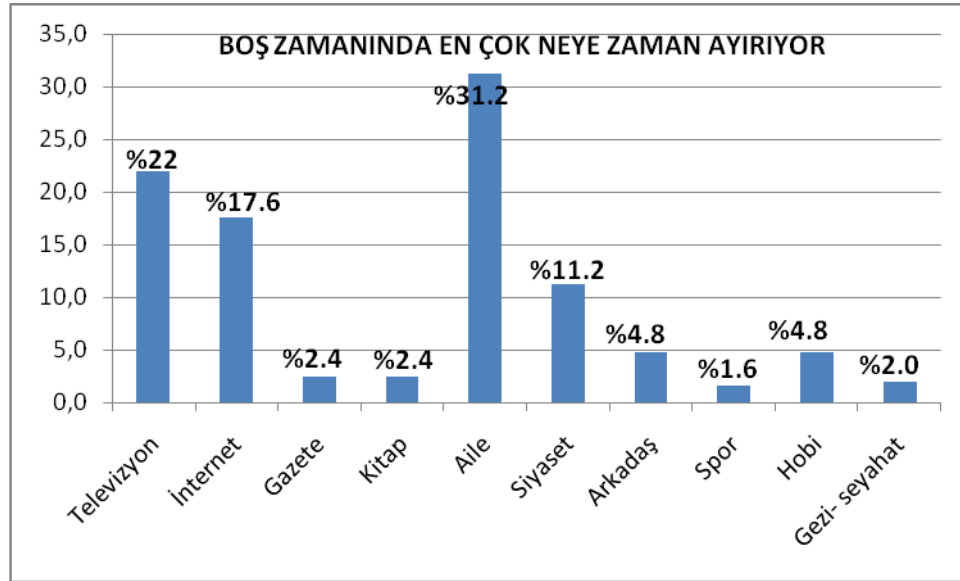
**GRAFİK 12. İşçi Gençlik ve Boş Zamanların Değerlendirildiği Mekanlar**



Yeterince boş zamanlarının olmamasını işteki en büyük sorunlar sıralamasında ikinci sıraya yerleştiren işçi gençlerin, işten arta kalan boş zamanlarını çoğunlukla evde (% 59.2) geçirdiği görülmektedir. Gençlerin % 12.4'si kahvehanede, % 12'si Alışveriş Merkezleri'nde (AVM), % 6.4'ü kafelerde, % 3.2'si spor salonlarında, % 3.2'si sokakta, % 2'si dernek, vakıf ve spor kulübünde ve % 1.6'sı internet kafede boş zamanlarını değerlendirmektedir. Bu durumda işçi gençliğin, gündelik yaşamını genelde popüler kültürün en sıradan kodlarıyla ilişki kuracağı alanlar içerisinde organize ettiği gözlenmektedir. İşçi gençler, evde televizyon izlemekte, mahalle kahvesinde çeşitli boş zaman oyunları oynamakta, alışveriş merkezlerinde popüler kültürün vitrin görüntülerine maruz kalmaktadır. Aynı zamanda işçi gençlerin spor kulüplerine ve spor salonlarına ilgisinin de az olduğu söylenebilir. Anketlerin yanı sıra yapılan gözlem ve görüşmelere göre, işçi gençlerin Türkiye'de en popüler spor olan futbola ilgilerinin yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ancak gençlerin futbola ilgisi daha çok taraftarlık ve izleyicilik

düzeyinde kalmaktadır. Yukarıdaki verilerden de anlaşılacağı gibi gençler spor yapmaktan çok daha popüler bir etkinlik olan futbol karşılaşmalarını takip etmeyi ve popüler takımların taraftarlığını yapmayı tercih etmektedir.

### GRAFİK 13. İşçi Gençlik ve Boş Zamanlarını Değerlendirme Durumu

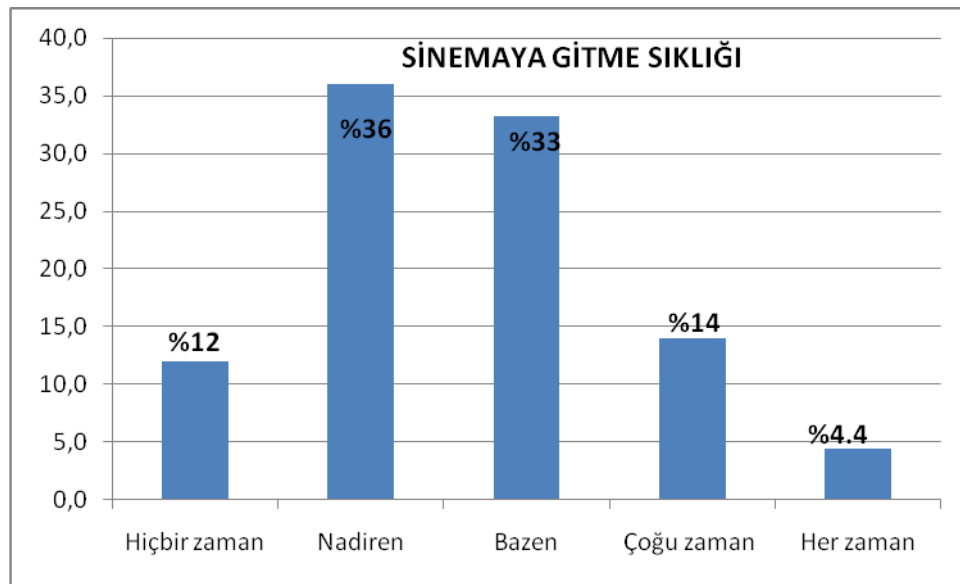


Araştırmaya katılan işçi gençlerin boş zamanlarında en fazla aile (%31.2), televizyon (% 22) ve internet (% 17.6) üçlüsüne zaman ayırdığı görülmektedir. Gençlerin zaman ayırdığı konuların başında siyaset (% 11.2) aile, internet, televizyon üçlüsünden sonra gelirken, işçi gençlerin % 4.8'i arkadaşlarına, % 4.8'i hobilerine, % 4.8'i gazete ve kitap okumaya, % 2'si ise gezi ve seyahate, % 1.6'sı da spora zaman ayırmaktadır.

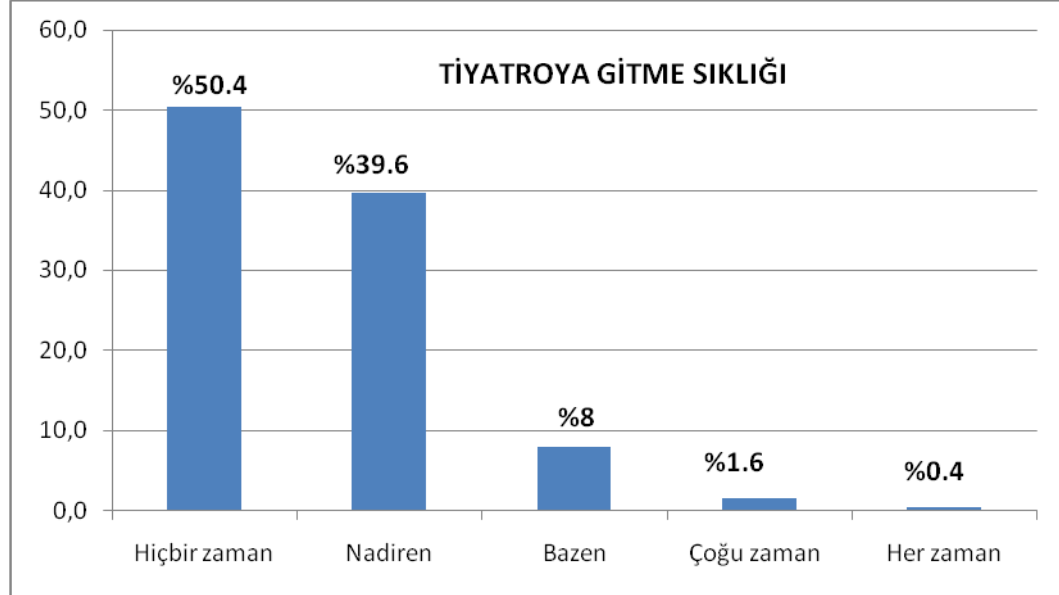
Soruya verilen yanıtlardan da görüldüğü üzere işçi gençliğin zamanını çoğunu televizyon izlemek, internet kullanmak ve aile ile bir arada olmak gibi ev içi etkinliklerle geçirdiği söylenebilir. Bu veriler ışığında daha önce de belirtildiği gibi işçi gençlerin kültürel etkinlik ve yönelim alanlarının başında özellikle televizyonun kültürel sunum alanının geldiğini söylemek yanlış olmaz. İşçi gençlerin diğer boş zaman etkinliklerin göz önüne alındığında, sıkça kullandıkları enformasyon kaynaklarının, televizyon ve internet gibi

görsel sunumlar tarafından biçimlendirilen araçlar olduğu anlaşılmaktadır. Gazete ve kitap gibi okuyarak bilgi edinilebilecek yazılı iletişim araçlarının kullanımının, görselliğin hakim olduğu ve daha popüler olan TV ve internetin gerisinde kalması dikkat çekicidir. Aynı şekilde siyasetin gençlerin gündelik yaşamında alt sıralarda kalması da belirtilmesi gereken bir noktadır.

**GRAFİK 14. İşçi Gençliğin Sinemaya Gitme Durumu**

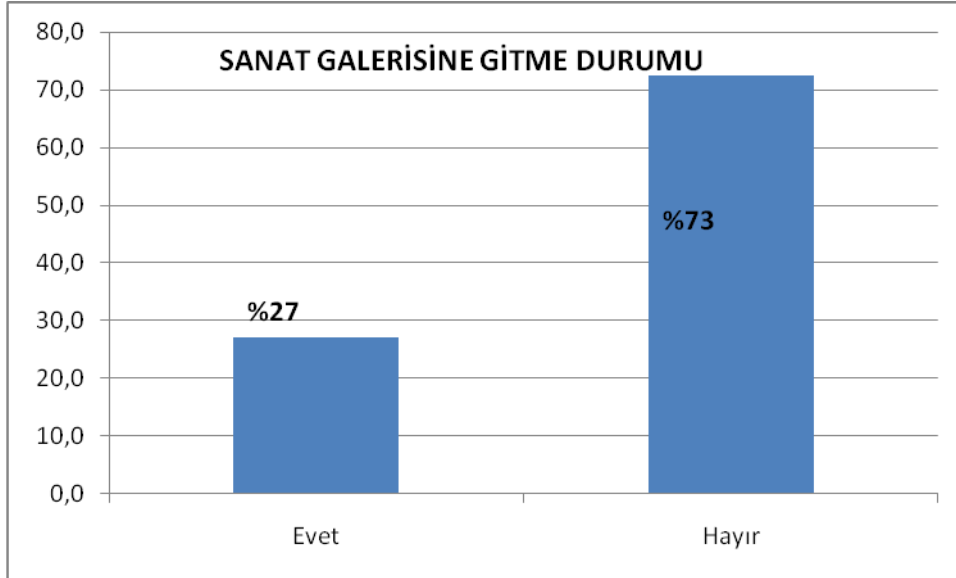


İşçi gençlerin sinemaya gitme sıklığına verdiği cevaplar şu şekildedir: her zaman % 4.4, çoğu zaman % 14, bazen % 33, nadiren % 36, hiçbir zaman % 12. Bu veriler bize işçi gençlerin sinemaya gitme konusunda pek istekli olmadıklarını göstermektedir. Günümüzün en popüler ve küresel eğlence endüstrisi olarak nitelenebilecek olan sinemanın gençlerin dünyasında fazla yer edinememesi dikkat çekicidir. İşçi gençlerin sinema konusunda isteksiz olmalarının nedeni olarak boş zamanlarında televizyon ve interneti daha çok tercih etmeleri olabilir. Ayrıca düşük ücret karşılığında çalışan ve kıt kanaat geçinen işçi gençler için sinemanın, televizyon ve internetle kıyaslandığında belli bir maddi bedelinin olması da önemli bir neden olarak gösterilebilir.

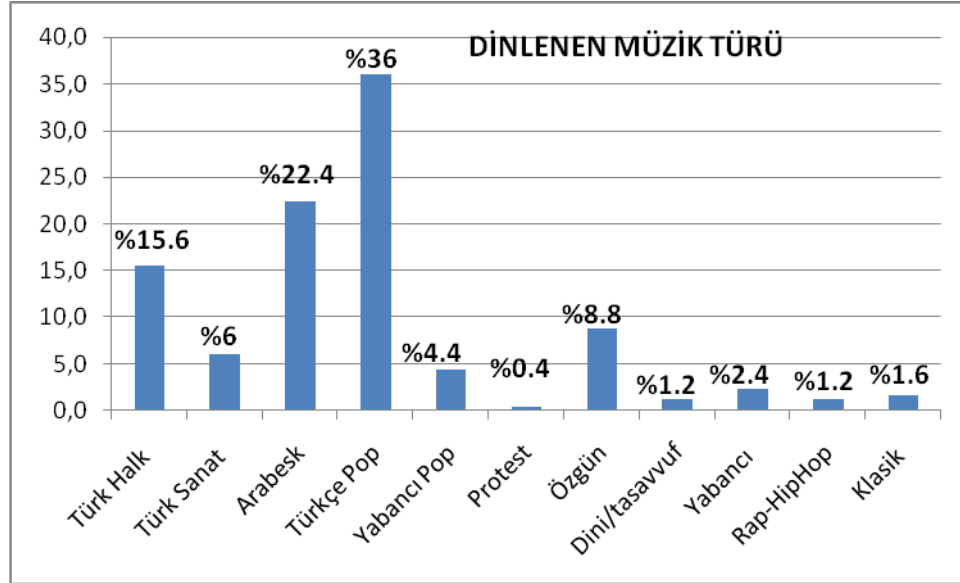
**GRAFİK 15. İşçi Gençliğin Tiyatroya Gitme Durumu**

Araştırmaya katılan işçi gençlerin tiyatroyla ilgili soruya verdiği cevaplar doğrultusunda tiyatroya pek ilgi göstermedikleri ortaya çıkmaktadır. Gençlerin % 50.4'ü tiyatroya hiçbir zaman gitmediğini söylerken, % 39.6'sı nadiren, % 8'i bazen, % 1.6'sı çoğu zaman % 0.4'ü ise her zaman cevabının vermiştir.

Tiyatronun önemli bir kültürel üretim alanı olduğu bilinmektedir. Yüksek sanatla yoğrulmuş bu kültürel alanda bulunmak, ona ilgi duymak belli bir eğitim ve kültürel alışkanlık düzeyi gerektirmektedir. Oysa işçi gençlik hem eğitim düzeyi açısından tiyatroyla ilişkilendirilememekte, hem de çalışma koşulları ve maddi açıdan sanatsal ve kültürel etkinliklere ayıracak bir zamana sahip bulunmamaktadır. Bu yüzden işçi gençliğin yoğun iş gününün ardından, sınırlı serbest zamanında kültür adına hazırda ne varsa ve en düşük maddi bedel karşılığında neye ulaşabiliyorsa onu almaya eğilimli olduğu tespiti yapılabilir.

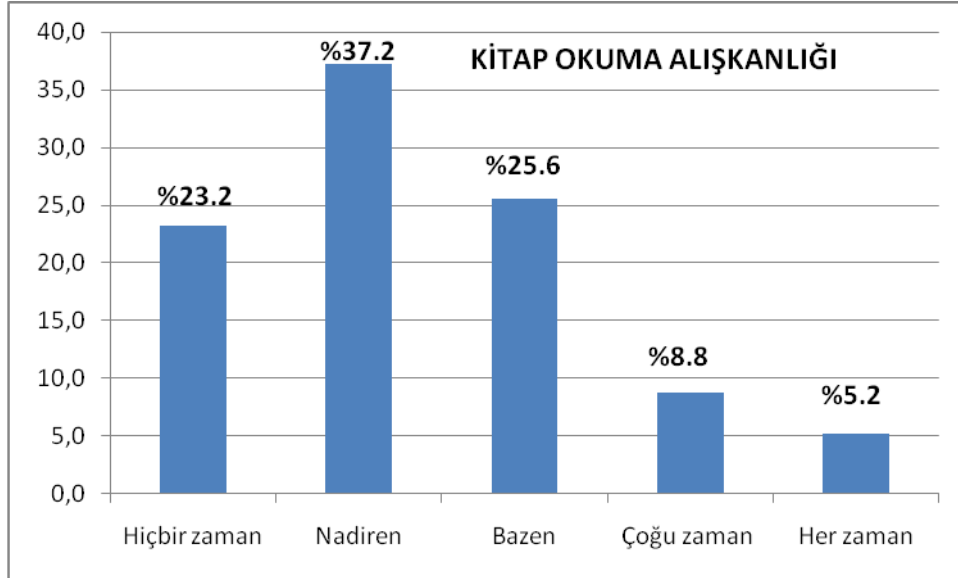
**GRAFİK 16. İşçi Gençliğin Sanat Galerilerine Gitme Durumu**

Araştırmaya katılan işçi gençlerin % 73'ü herhangi bir sanat galerisine gitmediğini ifade ederken % 27'si bir kere de olsa bir sanat galerisine gittiğini belirtmiştir. Bu da göstermektedir kent ortamının yüksek sanatsal ortamlarıyla işçi gençlik arasında bir bağlantı bulunmamaktadır. Sanatsal ortamlara katılmak için her şeyden önce o sanat ürünlerini algılayabilecek eğitim ve beğeni düzeyine sahip olmak gerekir. Bunun yanı sıra sanat galerilerinin, çoğunlukla kentin üst ve üst orta toplumsal tabakalarına seslendiği bilinmektedir. Eğitim ve ekonomik düzeyin yanı sıra sanat galerisi ziyaretleri belli bir yaşam biçimini, belli ritüelleri, belli bir giyim kuşam tarzını, belli tavır ve davranış biçimlerini gerektirir. Bu nedenle işçi gençlik, gerek gelir düzeyi, gerek eğitimi, gerekse yaşam biçimi ve beğenileri açısından sanat galerilerinin gerektirdiği pratiklere yanıt verememektedir. Özetle sanat galerilerini sıkça ziyaret eden toplumsal kesimle işçi kesimini neredeyse ayrı dünyaların insanları olarak bile tanımlamak mümkündür.

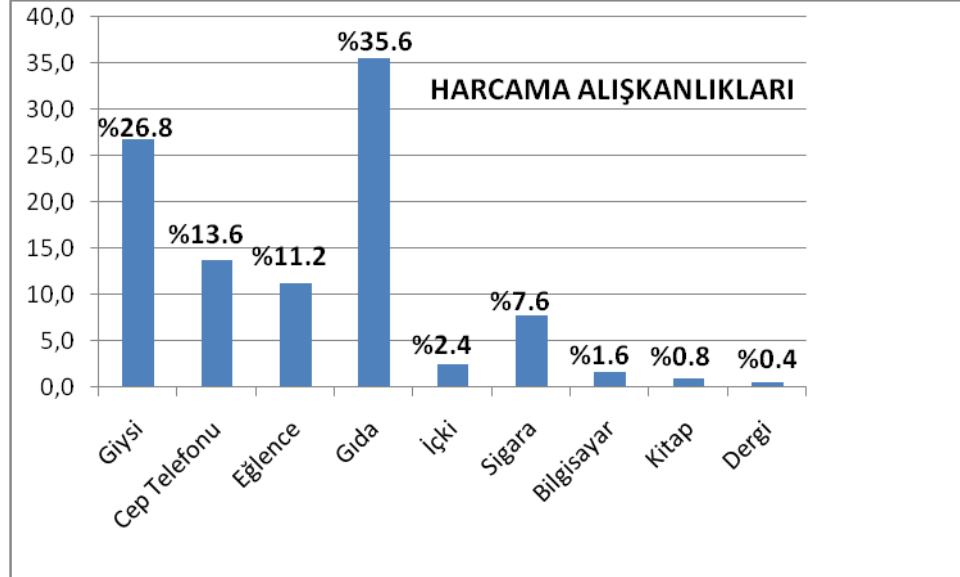
**GRAFİK 17. İşçi Gençlik ve Müzik Dinleme Alışkanlıkları**

Araştırmaya katılan işçi gençlerin müzik dinleme alışkanlıkları incelendiğinde, gençlerin en fazla Türkçe Pop (% 36), daha sonra arabesk müzik (% 22.4) ve Türk halk müziği (% 15.6) dinledikleri görülmektedir. Bu türleri sırayla özgün (% 8.8), Türk sanat müziği (% 6), yabancı pop (% 4.4), yabancı (%2.4), klasik (% 1.6), dini tasavvuf (% 1.2), Rap-HipHop (%1.2) ve protest (% 0.4) müzik izlemektedir.

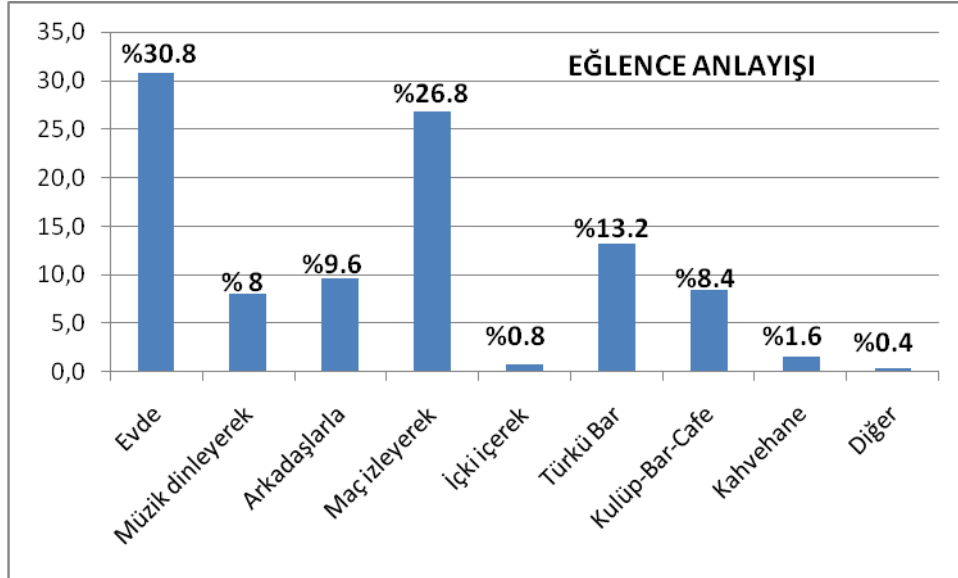
İşçi gençler en fazla Türkçe pop dinlemektedir. Gençler için en popüler mecra olan televizyonlarda sıklıkla dolaşıma sokulan pop müziğin işçi gençler arasında yaygın olması da beklenen bir sonuçtur. Sıradan, belirli bir derinlik gerektirmeyen, söz ve ritimle eğlence ve gündelik olanı sunan pop müziğin bir anlamda gündelik yaşamın sıkıntı ve yorgunluğundan kaçmak isteyen gençlere hitap ettiği söylenebilir. Aynı şekilde arabesk müzik, dışlanma ve yoksulluğun hakim olduğu işçi gençlerin yaşadığı ve çalıştığı kenar mahallerdeki alt kesimlerin müziği olarak varlığını sürdürmektedir. İşçi gençlerin içinde bulunduğu koşulların onları müzik dinleme alışkanlığını belirlediği söylenebilir.

**GRAFİK 18. İşçi Gençliğin Kitap Okuma Durumu**

Araştırmaya katılan işçi gençlerin kitap okuma alışkanlıkları incelendiğinde, gençlerin kitap okuma konusunda çok istekli olmadıkları görülmektedir. Gençlerin kitap okumayla ilgili soruya verdikleri cevaplar % 23.2 hiçbir zaman, % 37.2 nadiren, % 25.6 bazen, % 8.8, her zaman % 5.2 şeklinde olmuştur. Medyalaşmanın ve görselliğin hakim olduğu günümüzde buna paralel olarak işçi gençlerin de okuma alışkanlıklarının düşük olduğu söylenebilir. Gençler, belirli bir çaba ve düşünme gerektiren okuma etkinliğinin yerine daha çok görselliğe hitap eden mecra ve etkinliklere yönelmektedir.

**GRAFİK 19. İşçi Gençlik ve Para Harcama Durumları**

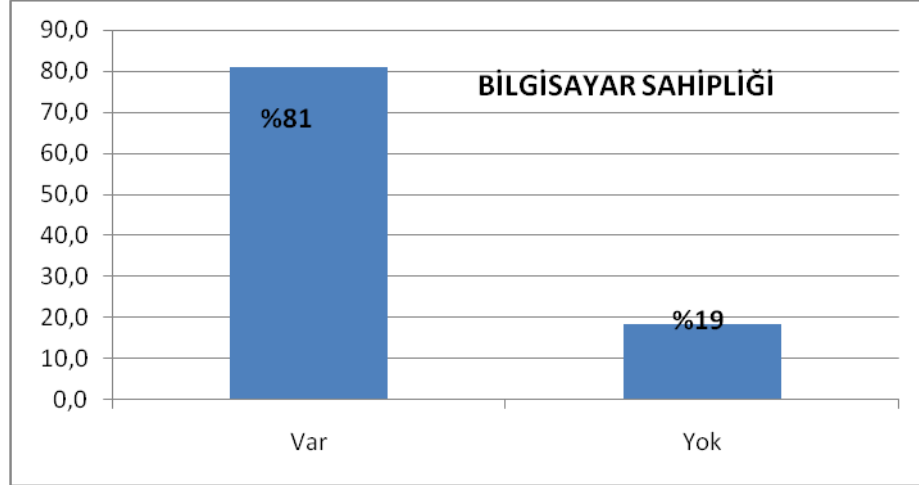
Araştırmaya katılan işçi gençlerin harcama alışkanlıklarında ilk dikkat çeken nokta, -düşük gelir düzeyine sahip oldukları gerçeğinden hareketle- temel gıda giderlerinin (% 35.6) önemli bir yer tutmasıdır. Gıda harcamalarından sonra sırayı yine temel ihtiyaçlardan giysi, kıyafet (% 26.8) almaktadır. Daha sonra ise sırası ile cep telefonu (%13.6), eğlence (% 11.2), sigara (% 7.6), içki (% 2.4), bilgisayar (% 1.6), kitap ve dergi (% 1.2) giderleri gelmektedir. Görüldüğü gibi gençler her ne kadar popüler olan teknoloji ve eğlenceye düşkün olsalar da düşük gelir düzeyleri ve sınırlayıcı yaşam koşullarından dolayı harcamalarını çoğunlukla temel gereksinimleri olan gıda ve giysiye yapmaktadır. Bir başka ifade ile işçi gençlerin popüler kültür endüstrilerinin yoğun olarak faaliyet gösterdikleri eğlence, müzik, kişisel hobiler ve kişisel bakım gibi tüketim alanlarına ilişkin çok az harcama yaptıkları görülmektedir.

**GRAFİK 20. İşçi Gençliğin Eğlence Anlayışı**

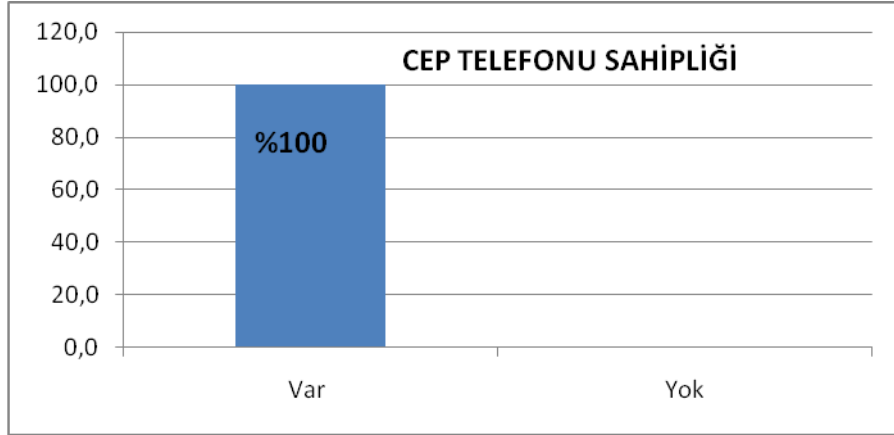
Araştırmaya katılan işçi gençlerin nasıl bir eğlence anlayışına sahipsiniz? sorusuna verdikleri cevaplara göre gençler, daha çok evde vakit geçirerek (% 30) ve maç izleyerek (% 26.8) eğlenmektedir. Gençlerin dışarıda eğlenmek istediklerinde türkü barları (% 13.2), Kulüp-bar ve kafeleri (% 8.4) ve müzik dinlemeyi (% 8) tercih ettikleri söylenebilir. Gençlerin arkadaşları ile birlikte (% 9.6) eğlenmeyi tercih etmeleri de dikkat çeken bir noktadır. İçki içerek elendiğini söyleyen gençlerin oranı ise oldukça düşüktür (% 0.8). İşçi gençlerin yaşadıkları mahallelerdeki en önemli eğlence mekanı olan kahvehaneleri tercih etme oranının (% 1.6) düşük olması da önemli bir sonuç olarak karşımıza çıkmaktadır. Burada dikkat edilmesi gereken nokta aslında mahallelerdeki kahvehaneler bir eğlence mekanı olmaktan çıkmış, rutin gidilen bir mekan işlevi konumuna yükselmiştir. Bu yüzden gençler tarafından eğlencenin kahvehanenin dışındaki etkinlikler olarak algılanması muhtemeldir.

### 3.4.4. İşçi Gençlik, Teknoloji ve Medya Kullanımı

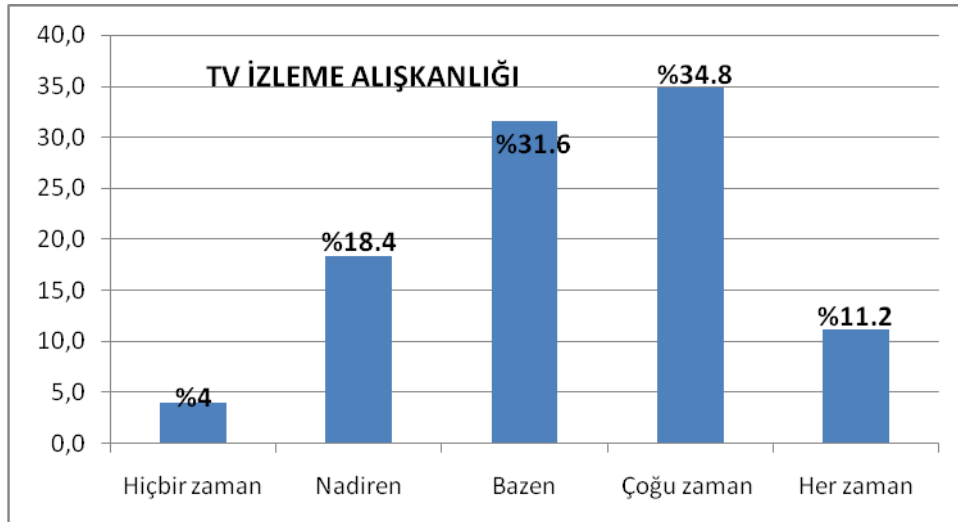
**GRAFİK 21. İşçi Gençlik ve Bilgisayar Sahipliği**



Araştırmaya katılan işçi gençlerin % 81'i bilgisayar sahibi iken % 19'unun bilgisayarı yoktur. Dar gelirli olmalarına karşın işçi gençlerin çoğunun bilgisayar sahibi olması bilgisayar teknolojisinin yaygınlığını ve cazibesini ortaya koymaktadır. Bilgisayarın işçi gençler arasında özel bir ilgi alanı ve eğitimlerine destek sağlayan bir araç olmaktan çok internetle anlam kazandığını söylemek mümkündür. Bir başka ifadeyle aslında internete girmenin bir aracı konumuna indirgenen bilgisayar, işçi gençler için neredeyse internetle özdeşdir. Bu yönüyle bilgisayarı internetle birlikte ele aldığımızda popüler kültürün üretim ve tüketim mecralarından biri olarak görmek mümkündür. Aynı zamanda bilgisayarın kendisi bir popüler kültür ürünü olarak gündelik yaşamın içerisindeki yerini almış bulunmaktadır. Bu yönüyle internet ortamının sağladığı fırsatlarla bilgisayar popüler kültürün kitlesel kodlarının yaygınlaşmasına katkı yaptığı söylenebilir.

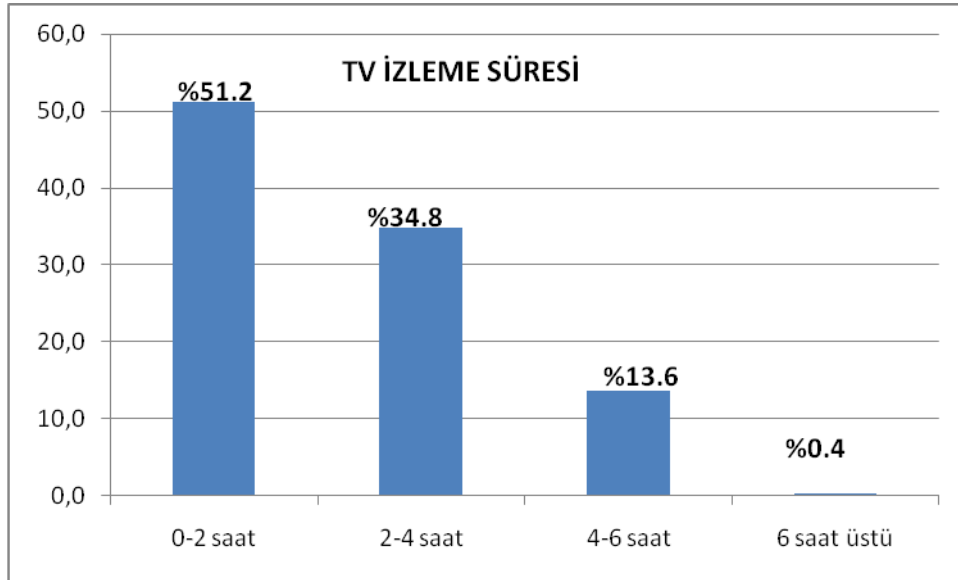
**GRAFİK 22. İşçi Gençlik ve Cep Telefonu Sahipliği**

Araştırmaya katılan işçi gençlerin tamamının en az bir cep telefonu vardır. Bilgisayar teknolojisinde olduğu gibi cep telefonları da artık toplumda kullanılan en yaygın ve popüler teknolojilerin başında gelmektedir. İşçi gençler açısından baktığımız ise doğal olarak böylesine popüler bir teknolojiye sahip olmamak düşünülemez. Günümüzdeki cep telefonlarının sesli görüşme ve mesajla haberleşmenin yanı sıra internet kullanımına uyumlu olması işçi gençler için önemli bir neden oluşturmaktadır. Günün her saatinde nerede olursa olsun mekan farkı gözetmeden internete girebiliyor olabilmek ve özellikle sosyal medyada var olabilmek gençler için önemlidir. Bu yönüyle cep telefonu vazgeçilmez bir teknoloji olarak toplumun genelinde olduğu gibi işçi gençler arasında popülerliğini korumaktadır.

**GRAFİK 23. İşçi Gençlik ve Televizyon İzleme Alışkanlıkları**

Araştırmaya katılan işçi gençlerin televizyon izleme alışkanlıkları incelendiğinde, % 11.2'sinin her zaman, % 34.8'inin çoğu zaman, %31.6'sının da bazen televizyon izlediği saptanmıştır. Gençlerin % 18.4'ü nadiren televizyon izlediğini % 4'ü de hiçbir zaman televizyon izlemediğini ifade etmiştir. Boş zamanlarının çoğunu evde geçirme eğiliminde olan gençlerin bu sonuçlara göre daha önce de belirtildiği gibi en büyük zaman geçirme aracı olarak televizyon karşımıza çıkmaktadır. Bu durumda işçi gençlik televizyonun merkezde yer aldığı kitle iletişim araçlarıyla aktarılan kültürel ürünlere daha fazla erişim sağlamaktadır. Eğitim düzeylerinin düşüklüğü de dikkate alınacak olursa televizyon vasıtasıyla kitlesel düzeydeki popüler kültürün önde gelen alıcıları arasında işçi gençliği görmek mümkündür.

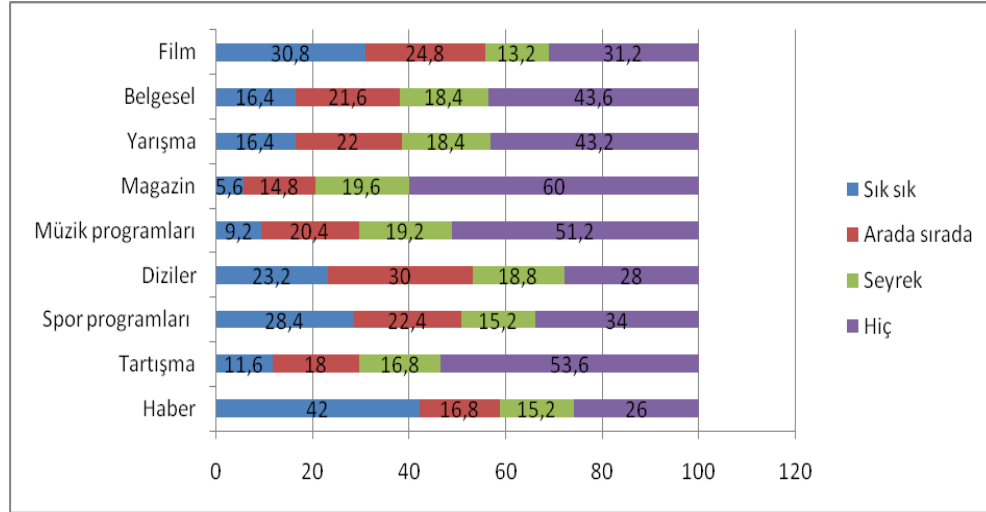
**GRAFİK 24. İşçi Gençlik ve Televizyon İzleme Süreleri**



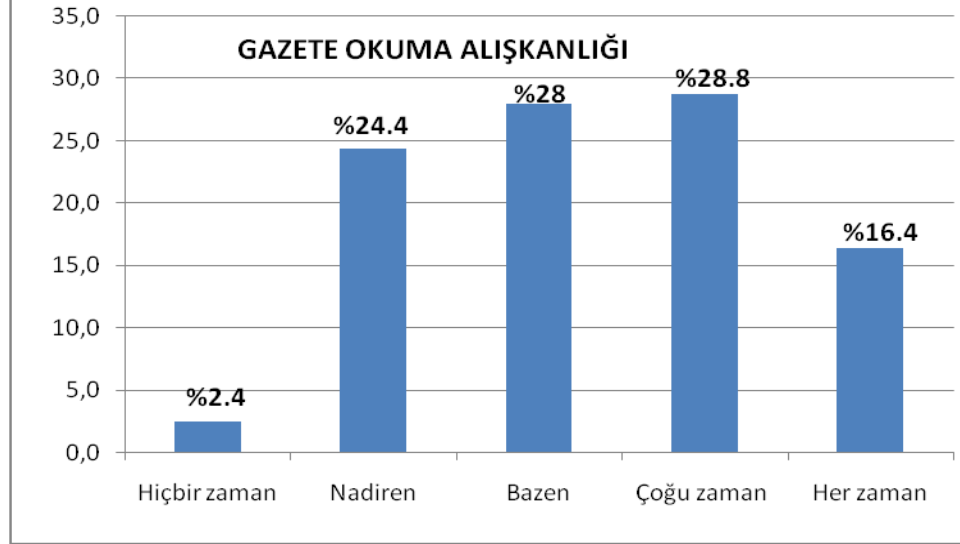
Televizyon izleme alışkanlığı yoğun olan işçi gençlerin günlük televizyon izleme süreleri de bunu destekler niteliktedir. İş dışında televizyon karşısında geçirdikleri zaman sınırlı olan işçi gençlerin yarısından biraz fazlası (% 51.2) günde iki saat televizyon izlerken, gençlerin % 34.8'i 2 ila 4 saat, % 13.6'sı 4 ila 6 saat, % 0.4'ü ise 6 saat ve üstü sürelerde televizyon

izlemektedir. Bir başka ifade ile gençlerin yarısına yakını altı saatten fazla iki saatten az olmamak kaydıyla televizyon izlemektedir.

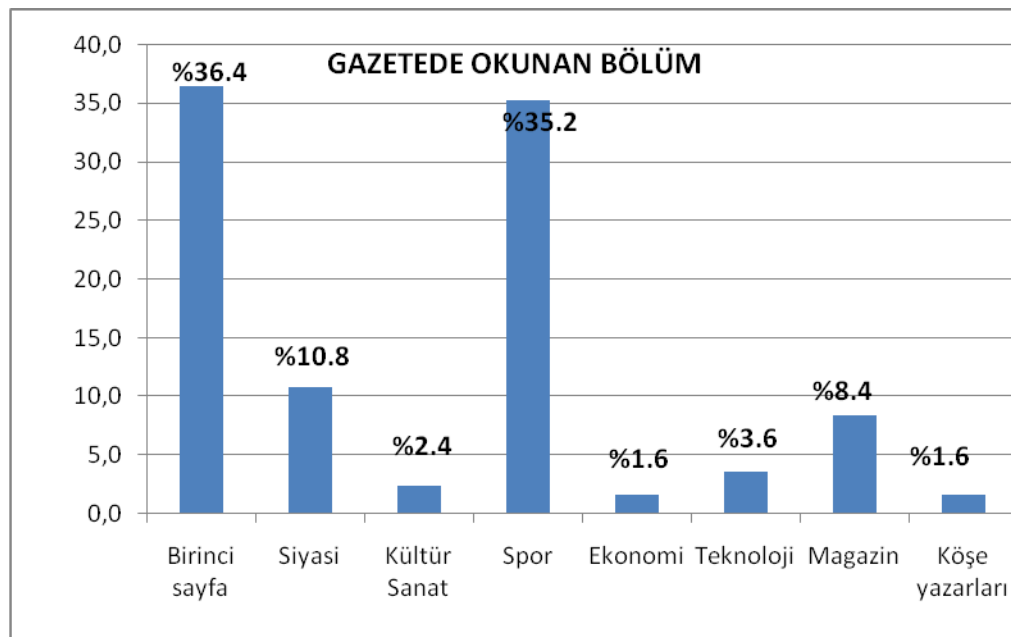
**Grafik 25. İşçi Gençlerin Televizyon Programlarını İzleme Durumu**



Araştırmaya katılan işçi gençlerin televizyon programlarını izleme alışkanlıkları incelendiğinde, en sık izledikleri program türünün % 42 ile haber yayınları olduğu; bunu sırasıyla filmler (% 30.8), spor programları (% 28.4), diziler (%23.2), belgesel (% 16.4), yarışma (% 16.4), tartışma (% 11.6), müzik (% 9.2) ve son olarak da magazin programları (% 5.6) izlemektedir. Bu grafikteki verilere baktığımızda işçi gençlerin popüler diziler, yarışma ve spor programlarına ilgisinin yüksek olmasına rağmen, popüler kültürün televizyondaki önemli temsilcilerinin başında gelen magazin programlarını izleme oranlarının çok düşük olması dikkat çekicidir.

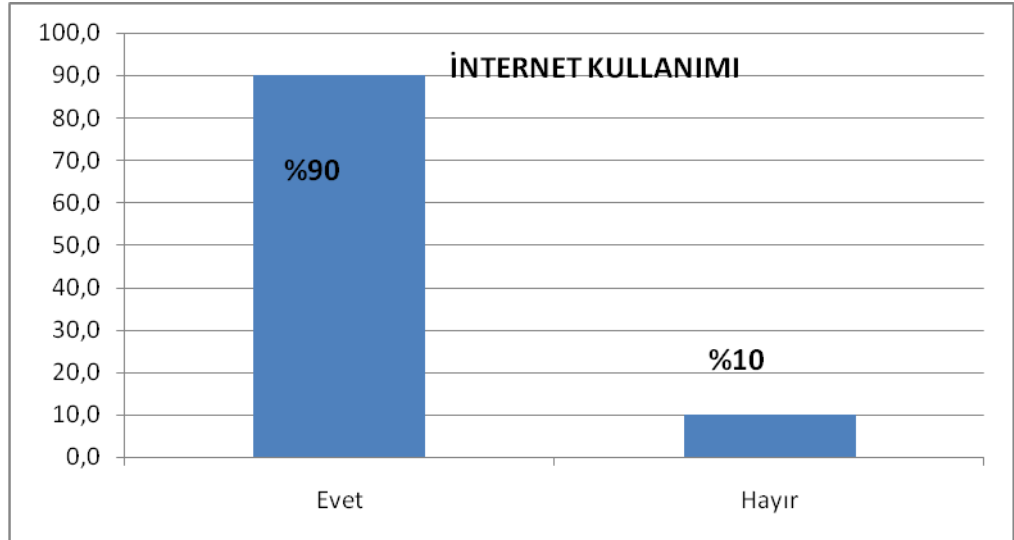
**GRAFİK 26. İşçi Gençliğin Gazete Okuma Durumu**

Araştırmaya katılan işçi gençlerin gazete okuma alışkanlıkları incelendiğinde, gençlerin günlük gazeteleri çoğunlukla takip ettikleri görülmektedir. Gençlerin % 2.4'lük bir kesimi hiçbir zaman gazete okumadığını ifade ederken, % 24.4'ü nadiren, 28'i bazen, % 28.8 i çoğu zaman , % 16.4 de her zaman takip ederim cevabı vermiştir.

**GRAFİK 27. İşçi Gençliğin Gazetede Okunan Bölümleri Okuma Durumu**

İşçi gençlerin gazetelerin ilk sayfaları (% 36.4) ve spor sayfalarına (% 35.2) özel bir ilgi gösterdiklerini söyleyebiliriz. Bu sırayı % 10.8 ile siyaset ve % 8.4 ile magazin sayfaları takip etmektedir. Gençlerin % 3.6'sı teknoloji, % 2.4'ü kültür sanat sayfalarıyla ilgilenirken, ekonomi sayfaları (% 1.6) ve köşe yazarlarını takip etme oranı % 1.6 da kalmıştır. Gençlerin en fazla birinci sayfayı okuduğunu söylemesi genel geçer bir gazete okuyucusu oldukları şeklinde yorumlanabilir. Bir başka ifade ile işçi gençlerin gazeteye göz atmak şeklinde bir okuma alışkanlığından söz edebiliriz. Spora özellikle futbola olan ilginin yüksekliği, işçi gençlerin kendilerini eğlendiren, en fazla söz söyledikleri, bildiğini düşündükleri ve dolayısıyla kendilerini var ettikleri bir etkinlik alanını olarak spor sayfalarını takip etme ihtiyacı şeklinde okunabilir. Özellikle en popüler sporun futbol olduğu ülkemizde, gençlerin en popüler etkinlik olarak futbol konuşmak ve takım taraftarlığı etrafında bir kimlik edime ihtiyacı içinde oldukları söylenebilir.

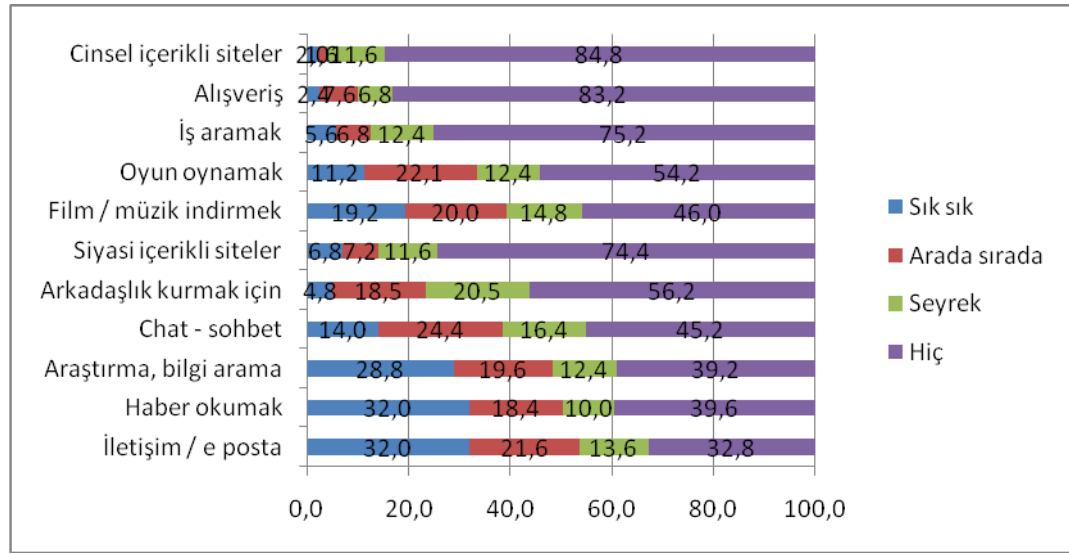
#### GRAFİK 28. İşçi Gençlik ve İnternet Kullanımı



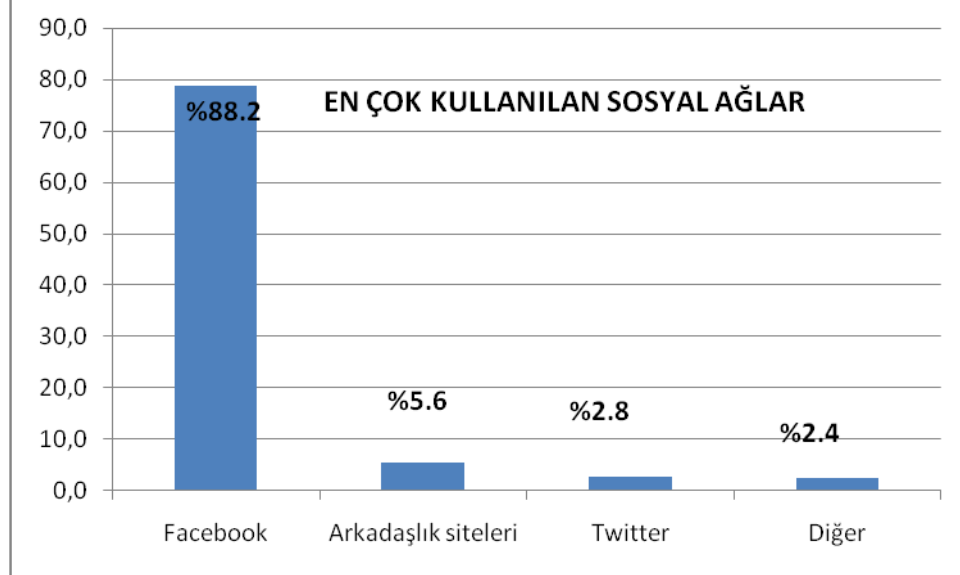
Araştırmaya katılan işçi gençlerin % 90'ı internet kullanırken sadece % 10'luk bir kesimi internet kullanmamaktadır. Günümüzün en popüler iletişim ve kültür ortamı olarak değerlendirilen internetin işçi gençler tarafından yoğun

olarak kullanıldığı söylenebilir. Bu veriler aynı zamanda, Türkiye'deki internet kullanımının yaygınlığı ile paralellik göstermektedir. İnternet, özellikle yapısı, içeriği ve sosyal ağlar vasıtasıyla oluşturduğu kültürel form özellikle gençlere yönelik popüler kimlikler sunma konusunda büyük bir potansiyele sahiptir. Bu nedenle de internet işçi gençlerin dünyasında önemli bir yer tutmaktadır.

**Grafik 29. İşçi Gençlerin İnterneti Kullanım Amaçları**



Araştırmaya katılan işçi gençliğinin interneti kullanma alışkanlıkları değerlendirildiğinde, iletişim ve bilgiye ulaşmak için kullanmanın ilk amaç olduğu görülmektedir. İnterneti kullanma amaçları sorulan gençler, % 32 ile iletişim/e-posta ve yine % 32 ile haber kaynaklarına ulaşma amacını ilk sıraya taşımaktadır. Bu soruya araştırma ve bilgi toplama şeklinde cevap verenlerin oranı % 28,8 olurken, sohbet amaçlı kullanmayı ilk sıraya koyanların oranı % 14'tür. Grafikte dikkat çeken bir nokta da işçi gençlerin interneti iş aramak (% 5,6) veya alışveriş yapmak (% 2) için fazla tercih etmemeleridir. İşçi gençlerin çok büyük bir oranı ise (yüzde 84,8) internette cinsel içerikli siteleri hiç ziyaret etmediğini belirtmektedir.

**GRAFİK 30. İşçi Gençliğin Sosyal Ağları Kullanım Durumu**

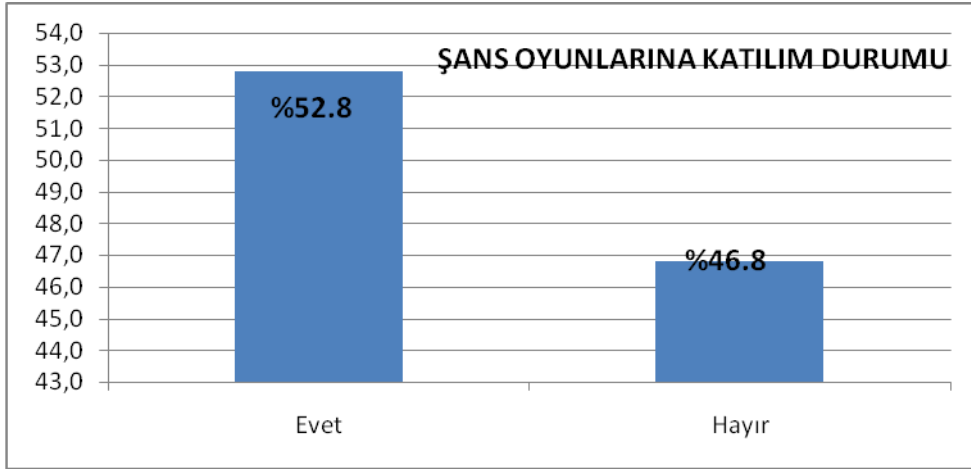
Araştırmaya katılan, tamamında bilgisayar olan ve % 90 oranında internet kullanan işçi gençlerin sosyal ağlara ilgisi yoğun olmaktadır. En popüler sosyal paylaşım ağlarının başında gelen Facebook gençlerin %88.2'si tarafından kullanılmaktadır. Ayrıca gençlerin % 5.6'sı arkadaşlık sitelerini, % 2.8 de Twitter kullanmaktadır. Facebook kullanımının çok yoğun olmasının temel nedeni ücretsiz olması ve sitenin yapısından kaynaklandığı söylenebilir. Facebook'da var olan etkileşim ve sosyalleşmenin diğer ağlara göre kolaylığı işçi gençler için temel bir etkidir. Diğer taraftan arkadaşlık sitelerinin belirli bir üyelik bedelinin olması gençleri Facebook'a yönleltmektedir. Facebook gibi ücretsiz olmasına rağmen Twitter'ın fazla ilgi görmemesinin nedeni ise işçi gençlerin eğitim, kültürel ilgi ve gündemi takip etme düzeyleri açısından Twitter kullanıcılarına göre daha farklı bir sosyal çevre içinde olmalarıyla açıklanabilir.

İnternetin geneli özellikle de sosyal ağlar, gençler için sanal ortamda yeni bir toplumsal alan yaratmaktadır. Burada gençlere farklı aktiviteler ve farklı kimlikler sunulmaktadır. Sosyal ağlar kullanıcıları bir taraftan belirli bir popüler kimliğe ve kültüre davet ederken bir taraftan da etkileşime olanak

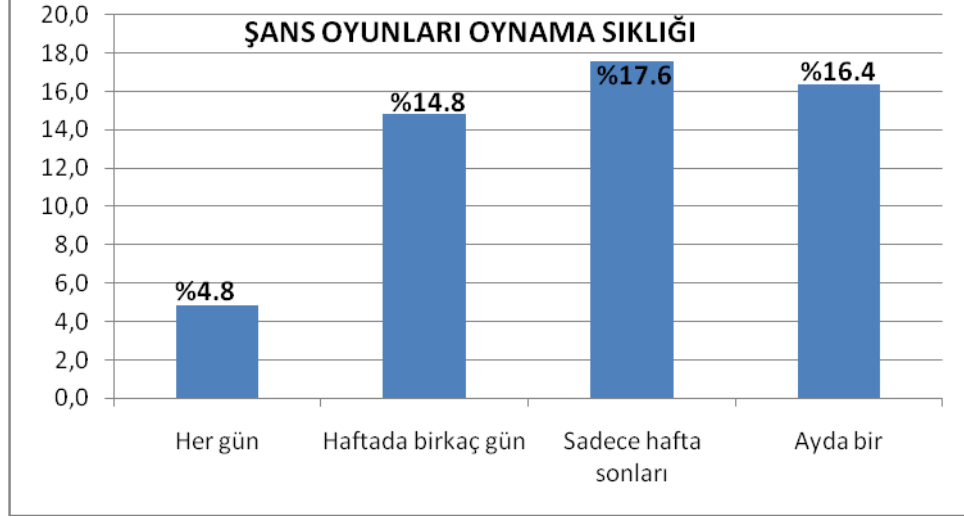
tanıyan yapısıyla, katılımcıların kendilerini yeniden tanımladıkları ve sosyal ilişkilere katıldıkları bir kimlik mekanı sağlamaktadır. Bu nedenle internet popüler kültürün yayıldığı önemli bir mekan işlevi görmekte ve gençlerin ilgisini çekmektedir.

### 3.4.5. İşçi Gençlik, Hayaller ve Değerler

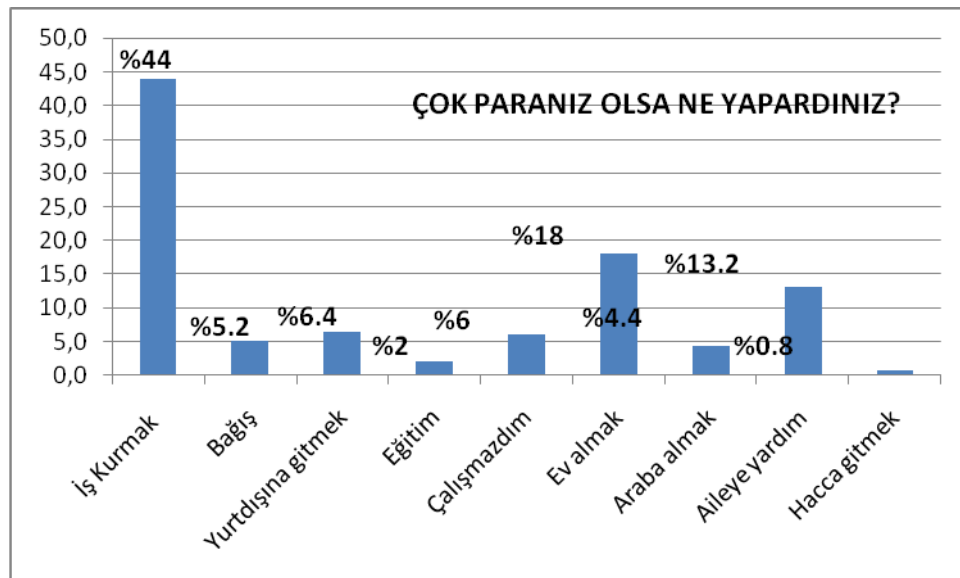
**GRAFİK 31. İşçi Gençlik ve Şans Oyunlarına Katımı Durumu**



Günümüzde çok yaygın olarak oynanan şans oyunlarına işçi gençlerin yaklaşımının olumlu olduğu söylenebilir. İşçi gençlerin yarısından çoğu (% 52.8) iddia ve altılı gibi şans oyunlarına iştirak ederken, % 46.8'lik bir kesim ise şans oyunlarına katılmamaktadır. İşçi gençler de şans oyunlarından elde edecekleri para ve maddi değerlerden medet ummaktadır.

**GRAFİK 32. İşçi Gençliğin Şans Oyunlarına Katılım Sıklığı**

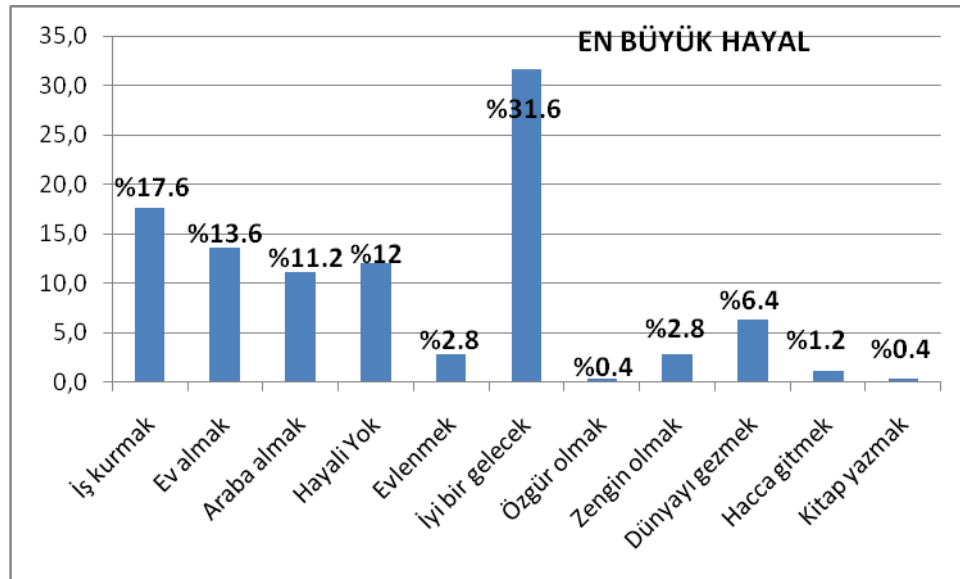
Araştırmaya katılan ve şans oyunu oynadığını ifade eden işçi gençlerin (% 52. 8) şans oyunu oynama sıklığı, % 4.8 her gün, % 14.8 haftada birkaç gün, % 17.6 sadece hafta sonları ve % 16.4 ayda bir olarak tespit edilmiştir. İşçi gençlerin özellikle boş zamanlarının olduğu hafta sonları şans oyunlarını daha fazla oynadıkları söylenebilir.

**GRAFİK 33. İşçi Gençliğin Paraya Yaklaşımı**

Araştırmaya katılan işçi gençlerin “Çok paranız olsa ne yapardınız?” sorusuna verdikleri cevaplar incelendiğinde, gençlerin en çok % 44’le iş kurmak ve kendi işinin patronu olmak istedikleri tespit edilmiştir. Gençlerin % 18’i ev sahibi olmak isterken, aileye yardım etmek isteyen gençlerin oranı % 13.2. Param olsaydı çalışmazdım diyen gençlerin oranı ise % 6. Patron olmak ve çalışmak istemeyen gençlerin diğer istekleri ise şu şekilde sıralanabilir: Yurtdışına gitmek % 6.4, bağış yapmak % 5.2, araba almak % 4.4, eğitim % 2 ve hacca gitmek % 0.8’dir.

Yukarıdaki bulgulara bakıldığında işçi gençlerin parayla kurdukları bağın iş kurmakla ve dolayısıyla da zengin olmakla sıkı bir ilişki içinde olduğu söylenebilir. İş kurmak, ev sahibi olmak, araba almak hatta çalışmamak dikkat çekici isteklerdir. Günümüzde gençlerin somut, özellikle maddi istek ve taleplerinin bireysel ve popüler olması onların daha toplumsal bir bakış açısına ve değerlere inanmaktan uzak oldukları şeklinde değerlendirilebilir.

#### GRAFİK 34. İşçi Gençlik ve Hayalleri

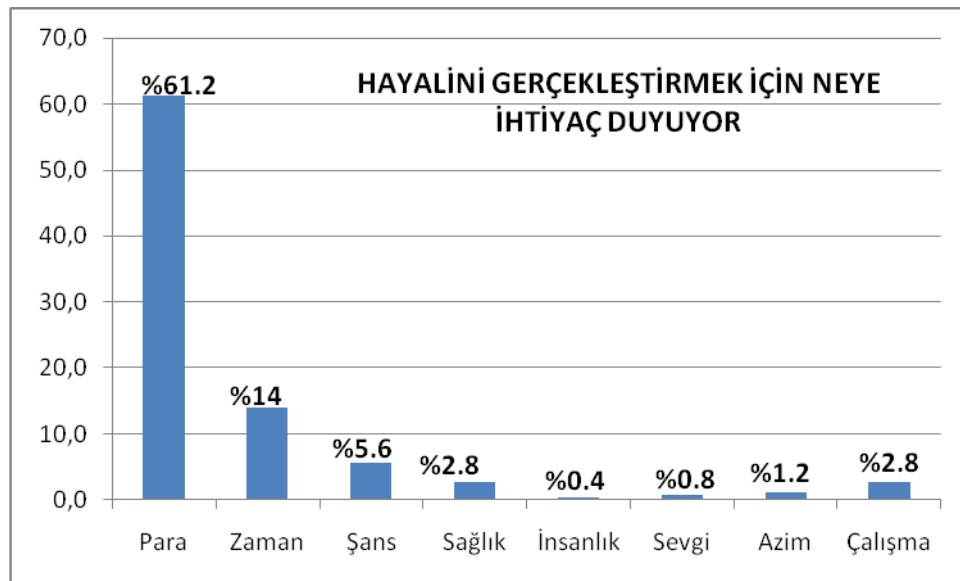


Araştırmaya katılan işçi gençlerin, hayallerinin ne olduğuna yönelik olarak elde edilen veriler ışığında söylenebilecek ilk şey, gençlerin hayalleri

ve para ile kurdukları bağ arasında büyük bir paralellik vardır. Gençler öncelikle iyi bir gelecek (% 31.6) hayal ederken, ikinci sıraya iş kurmayı (% 17.6) koymaktadır. Yine para ile kurdukları ilişkiye paralel olarak gençlerin hayallerini ev sahibi olmak (%13.6) ve araba almak (% 11.2) süslemektedir. Gençlerin % 12'sinin ise hayalinin olmaması ve sadece % 0.4'lük bir kesimin özgür olmak istemesi önemli bir sonuç olarak karşımıza çıkmaktadır. Gençlerin % 6.4'ü dünyayı gezmeyi, % 2.8'i evlenmeyi, % 2.8'i zengin olmayı, % 1.2'si hacca gitmeyi ve % 0.4'ü kitap yazmayı hayal etmektedir.

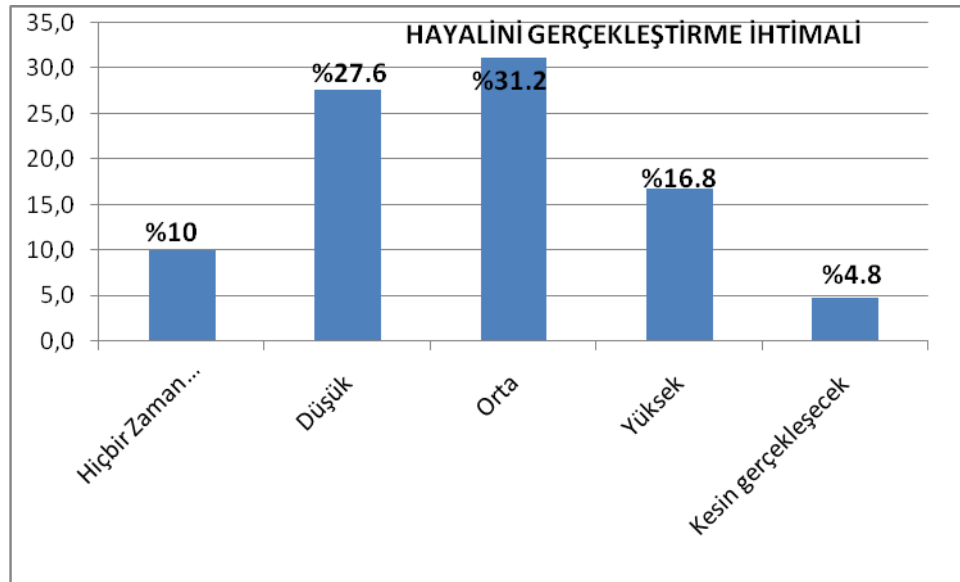
Gençlerin maddi değerler ve parayla kurdukları bağa paralel olarak hayallerinin de bu temel üzerinden yükseldiğini söylemek hiç de zor değil. Hayalleri, iyi bir gelecek, iş kurmak, ev ve araba almak özetle çoğunlukla maddi ihtiyaçlardır. Dolayısıyla gençler hayallerini popüler değerler ve yaşam biçimi üzerinde inşa etmektedir. Diğer taratan hayalinin olmadığını söyleyen işçi gençlerin oranının da azımsamayacak olması dikkat çekicidir.

### **GRAFİK 35. İşçi Gençlik ve Hayallerini Gerçekleştirmede İhtiyaç Duydukları**

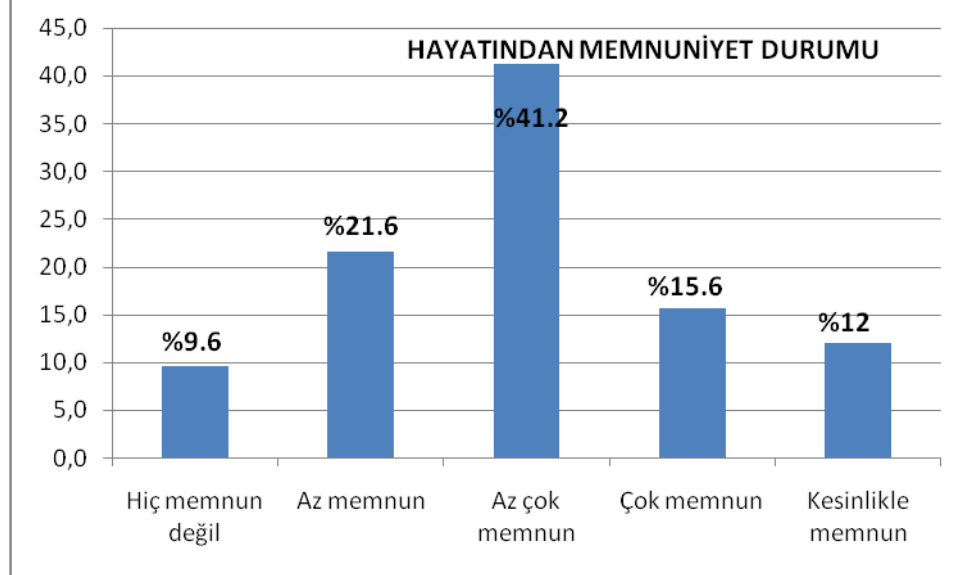


Hayalleri arasında iş kurmak, iyi bir gelecek sağlamak, ev ve araba almak olan işçi gençler, bu hayallerini gerçekleştirmek için en fazla paraya (% 61.2) ihtiyaç duyduğunu ifade etmektedir. Çalışma % 2.8 gibi küçük bir oranla son sıralarda yer alırken, gençler hayallerini gerçekleştirmede zaman (% 14) ve şansa (% 5.6) daha çok ihtiyaç duymaktadır. Daha sonra ise % 2.8 ile sağlık gelirken insanlık (% 0.4) ve sevgi (% 0.8) gibi soyut değerler son sırada yer almaktadır.

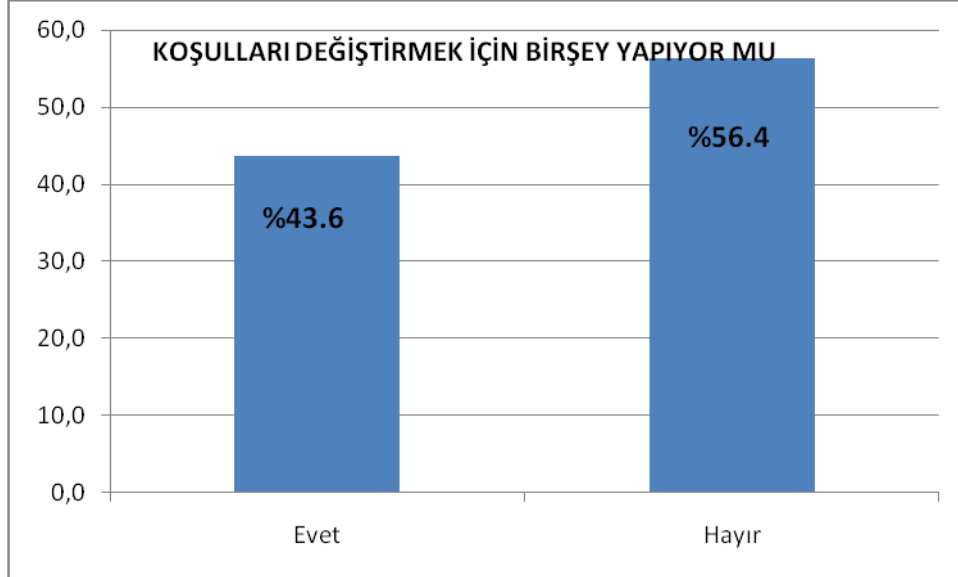
### GRAFİK 36. İşçi Gençliğin Hayallerinin Gerçekleşeceğine İnanma Durumu



Araştırmaya katılan işçi gençlerin hayallerinin gerçekleşme ihtimali konusunda pek iyimser olmadıkları söylenebilir. Gençlerin sadece % 4.8'i hayalinin kesin gerçekleşeceğini düşünürken, % 10'u hiçbir zaman gerçekleşmeyecek, % 27.6'sı gerçekleşme ihtimali düşük, % 31.2'si gerçekleşme ihtimali orta ve % 16.8'i gerçekleşme ihtimali yüksek olduğu görüşündedir.

**GRAFİK 37. İşçi Gençliğin Hayatından Memnuniyet Durumu**

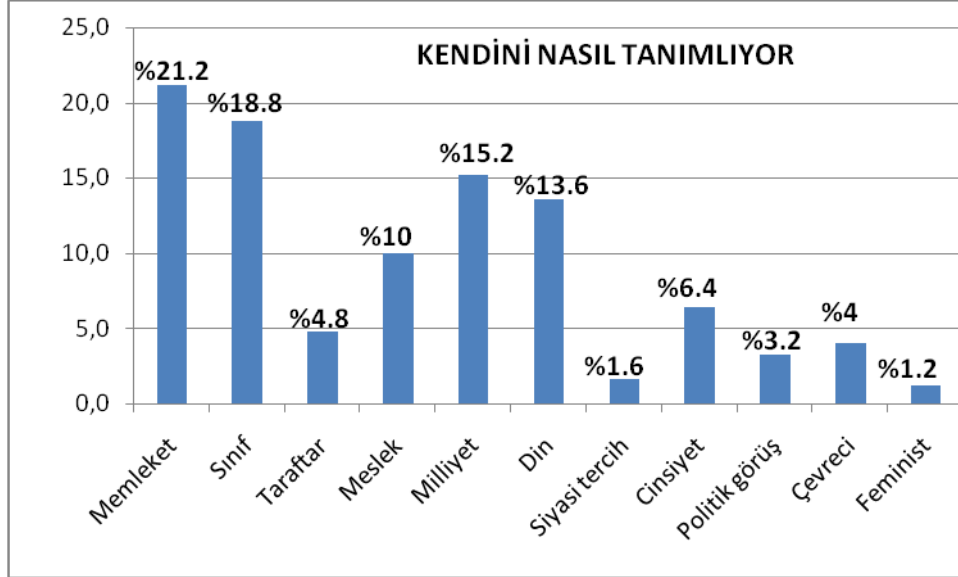
Hayallerinin gerçekleşmesi ihtimali konusunda pek iyimser olmayan işçi gençler benzer şekilde hayatlarından da memnun değildir. Hayatından kesinlikle memnun ve çok memnun olduğunu ifade eden gençlerin oranı % 27.6'iken, az çok memnun, az memnun ve hiç memnun olmayanların toplam oranı % 72.4 olarak tespit edilmiştir. Hayatından memnuniyet ve gençliğini yaşama durumuna dair veriler göz önüne alındığında, işçi gençlerin memnuniyetsiz ancak harekete geçmeyen politika ve toplumsal mücadeleden, var olanı değiştirme iradesinden uzak oldukları söylenebilir. Bu verilere paralel olarak, işçi gençlerin sadece % 6'sının çalıştığı işten ve elde ettiği gelirden memnun olması da bu durumu destekler niteliktedir.

**GRAFİK 38. İşçi Gençliğin Koşullarını Değiştirme Durumu**

Araştırmaya katılan işçi gençlerin mevcut koşullarını değiştirmeye yönelik bir çabalarının olup olmadığına ilişkin sorulan soruya % 56.4'ü hayır cevabı verirken, % 43.4'ü ise evet cevabı vermiştir. Bu durumda, işsizliğin yaygın olduğu ülkemizde hayatını, kıt kanaat da olsa kazanmakta olduğu bir işinin olması bile işçi gençleri memnun etmektedir sonucu çıkarılabilir. İşçi gencin içinde bulunduğu koşullarda daha iyi bir iş bulma olanağı çok sınırlıdır. Dolayısıyla gençlerin teslimiyetçi bir memnuniyet bildiriminden başka şansı kalmamaktadır. İşçi gençliğin ümitsizlikten kaynaklanan bu teslimiyetçiliğinin ve durağanlığının, popüler kültürün var olanı kabullenme, sorgulamaktan uzak durma özelliğiyle büyük ölçüde uyduğu söylenebilir.

### 3.4.6. İşçi Gençlik, Kimlik, Siyaset ve Sosyal Katılım

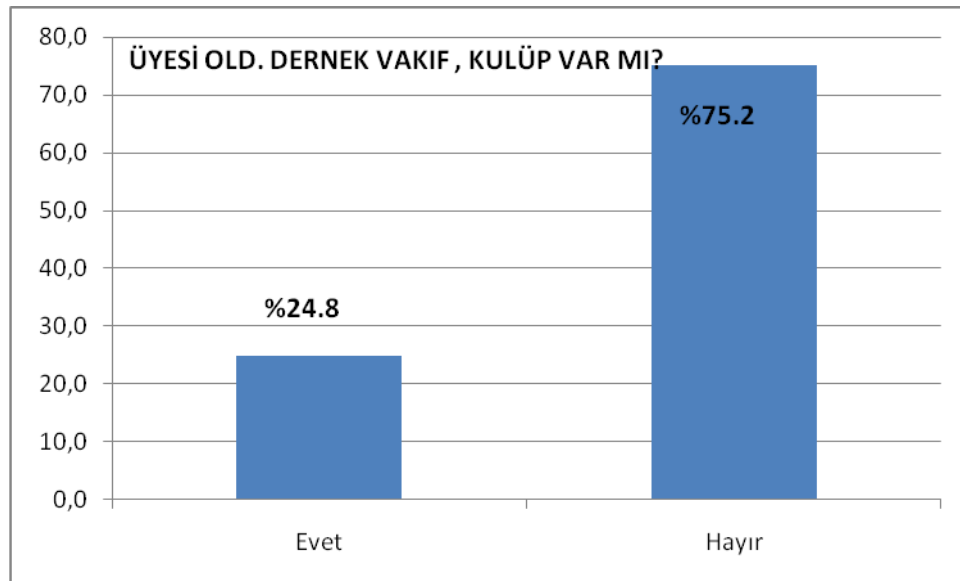
**GRAFİK 39. İşçi Gençlik ve Kimliğini Tanımlama Durumu**



Araştırmaya katılan işçi gençler kendilerini öncelikle memleket, ait olunan sınıf, din ve milliyete göre tanımlarken politik görüş ve siyasi tercihi pek önemsemedikleri tespit edilmiştir. Şöyle ki gençler kendisini tanımlarken önce %21.2 memleket, % 18.8 ait olduğu sınıf, %15.2 milliyet, %13.6 din, % 10 meslek, % 6.4 cinsiyet, % 4.8 takım taraftarlığı, % 4 ile çevreciliği ön plana çıkarmaktadır. Kendisini politik görüşüne göre tanımlayan gençlerin oranı %3.1, siyasi tercihe göre tanımlayanların oranı da % 1.6 da kalmıştır. Ayrıca gençlerin % 1.2'si de kendisini feminist olarak tanımlamaktadır. Bu veriler ışığında gençlerin kimliğinde belirleyici olan temel unsurun memleket olmasının birçok nedeni vardır. Bunlardan birincisi gençlerin yarısından fazlası İstanbul dışında doğmaları ve göçle buraya gelmeleridir. Gençler her ne kadar İstanbul'da yaşasa da memleketle bağlarını korumaktadır. İkinci olarak ise işçi gençlerin kimlik inşasının temelinde yaşadıkları mahallelerde hemşerilik ilişkilerinin önemli ölçüde belirleyici olması yatmaktadır. Doğduğu yere göre aidiyet kurmanın yanında milliyetçi ve dini bir temel üzerinden kendisini tanımlayan gençlerin oranı da küçümsenemeyecek düzeydedir. Bunun nedeni de her ne kadar büyük bir şehirde olsalar da gençler hem iş

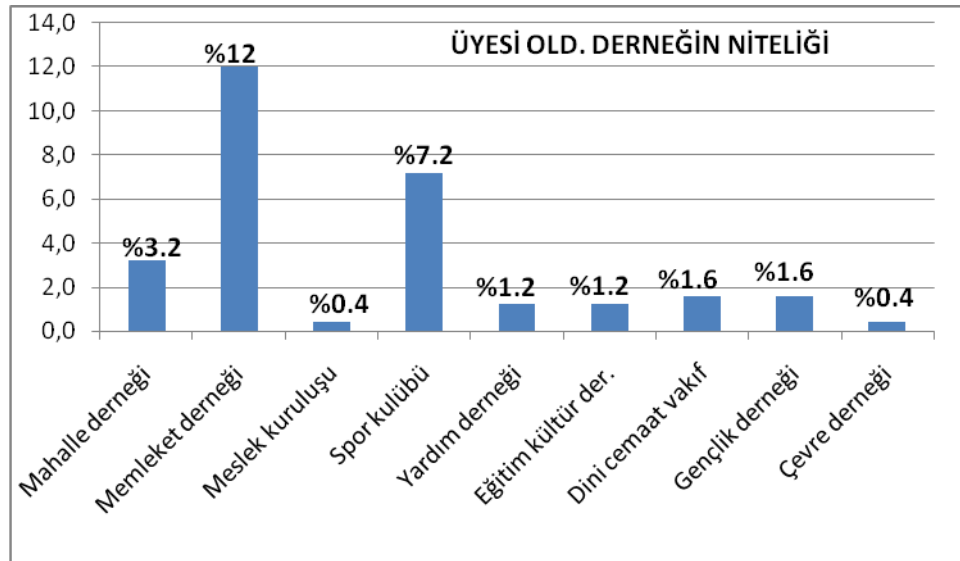
çevreleri hem de yaşadıkları mahalleler göz önüne alındığında kısmen de olsa dışa kapalı ilişkilerin sürüldüğü muhafazakar bir ortamda yaşamaktadır. Bu kapalılık geleneksel değerlerin korunması ve milliyetçilik ile dinin önemli bir kimlik unsuru olmasını sağlamaktadır. Burada en dikkat çeken nokta ise kimliğini sınıfsal konumuna göre inşa ettiğini söyleyen işçi gençlerin oranıdır. Kendisini memleketine göre tanımlayan gençlerin oranının ardından ikinci sırada yer alan sınıfsal konuma göre kimliğini tanımlama durumu, işçi gençlerin sınıfsal bir aidiyet hissettikleri şeklinde okunabilir. Ancak diğer sonuçlar da göz önüne alındığında işçi gençlerin, bu kimlik tanımlama biçimi ile sınıfsal aidiyet üzerinden toplumsal bir varoluş, sınıfsal bir bilinç ve mücadeleye girişmelerine yeterli olmadığı sonucu çıkarılabilir. Politik görüşe göre kendisini tanımlayan gençlerin oranının çok düşük olması da bu durumu destekler niteliktedir. Çünkü sınıfsal aidiyet ve varoluşla birlikte politik görüşün de yükselişe geçmesi beklenebilirdi. İşçi gençlerin kimliğini Türkiye toplumu açısından fazlasıyla yaygın ve belirleyici olan milliyet ve dini değerler üzerinden inşa ettiği söylenebilir. Ancak yine çok popüler olan takım taraftarlığı unsurunun işçi gençlerin kimlik oluşturma ve kendilerini ifade etmede alt sıralarda kalması da dikkat çekicidir.

**GRAFİK 40. İşçi Gençlik ve Sosyal Katılım (Dernek, vakıf kulüp üyeliği)**



Araştırmaya katılan işçi gençlerin sosyal katılımına dair veriler incelendiğinde, gençlerin sadece % 24.8'i dernek, vakıf ve spor kulübüne üye iken % 75.2'si herhangi bir sivil toplum kuruluşuna üye değildir. İşçi gençlerin çeşitli dernek, vakıf ve kulüpler aracılığıyla sosyal katılım konusunda pek istekli olmadıkları söylenebilir. Bu durum gençlerin toplumsal varoluş ve sosyalleşmelerini kolektif değerler üzerinden inşa etmekte isteksiz oldukları şeklinde okunabilir. Bu durumda gençlerin daha çok bireysel davranma, toplumsal duyarlılık taşıyama gibi popüler değerlere eğilimli oldukları şeklinde bir değerlendirme yapılabilir.

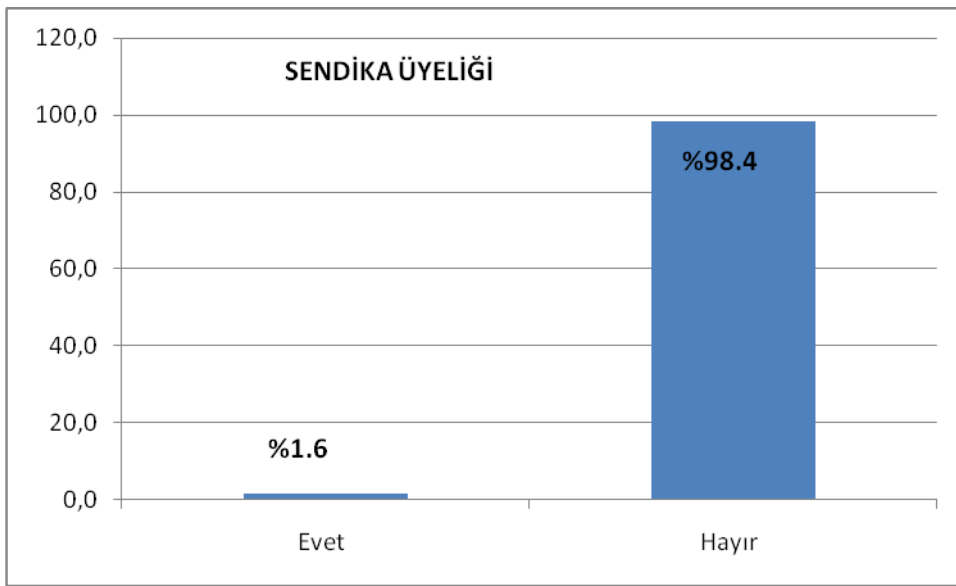
**GRAFİK 41. İşçi Gençliğin Üye Olduğu Kuruluşların Niteliği**



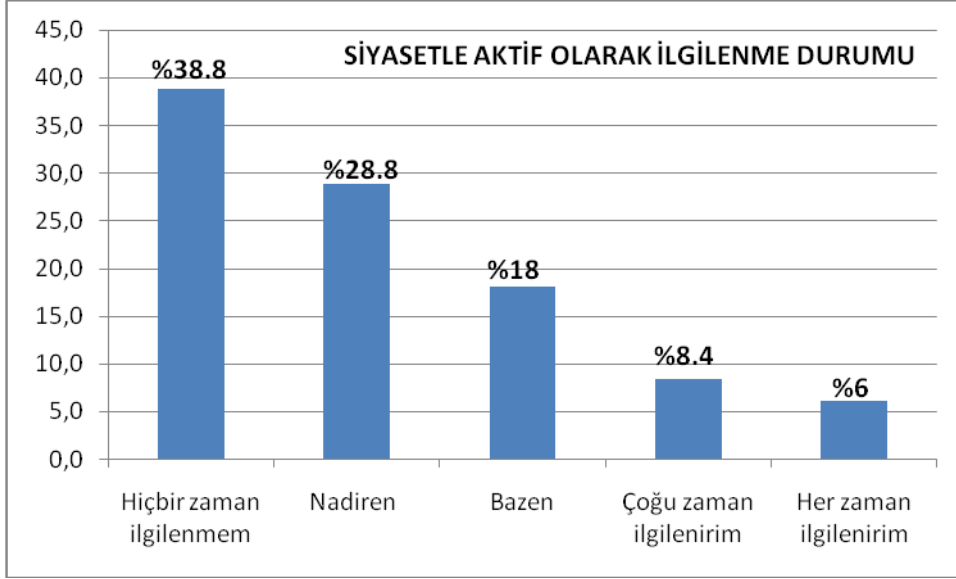
Araştırmaya katılan işçi gençlerin üye olduğu kuruluşlar incelendiğinde ilk sırayı % 12 ile memleket dernekleri almaktadır. Gençler memleket derneklerinin yanı sıra % 7.2 ile spor kulüplerine yönelirken, üye olunan kuruluşlar olarak % 3.2 ile mahalle derneği, % 1.6 ile dini cemaat ve vakıflar, % 1.6 ile gençlik dernekleri, % 1.2 ile yardım derneği, % 1.2 ile eğitim ve kültür derneği, % 0.4 ile çevre dernekleri daha sonra gelmektedir. İşçi gençlerin meslekleri ile ilgili bir kuruluşa üyeliklerinin % 0.4 gibi bir oranda kalması ise dikkat çekicidir. Kendi kimliğini tanımlama konusunda doğduğu

yere (memlekete) büyük önem atfeden işçi gençlerin üyesi olduğu kuruluşların başında % 12 ile çoğunlukla yaşadıkları mahallerde faaliyet gösteren memleket derneklerinin gelmesi beklenen bir sonuçtur. Çünkü kimliğini ve toplumsal varoluşunu sıklıkla hemşerilik ve memleket ilişkileri üzerinde kuran gençlerin bu değerleri öne çıkaran dernekler etrafında toplanması doğaldır.

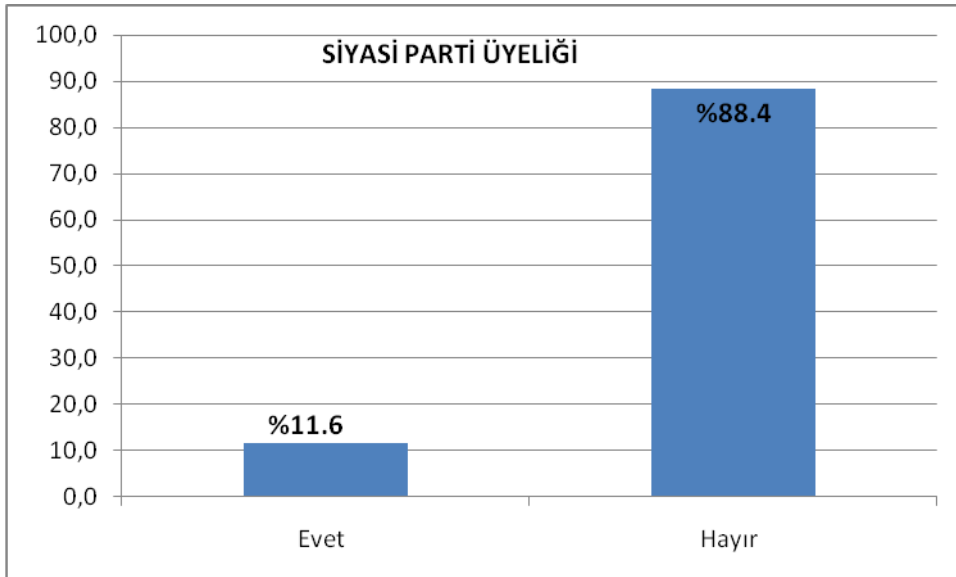
**GRAFİK 42. İşçi Gençlik ve Sendika Üyeliği**



Araştırmaya katılan işçi gençlerin sadece % 1.6'sı bir sendikaya üyedir. Gençlerin % 98.4'ünün herhangi bir sendikaya üyeliği bulunmamaktadır. Gençlerin sendikaya üyeliğinin çok düşük bir oranda kalmasının temel nedeni, çalıştıkları iş kollarında sendikalaşma oranının düşüklüğü ile açıklanabilir. Ancak sendikalaşmanın düşük olması işçi gençlerin içinde yer aldıkları üretim ilişkilerinden kaynaklı bir sınıf bilinci ve mücadele kültürüne ulaşmamış olmaları ile de yakın bir ilişki içinde olduğu söylenebilir.

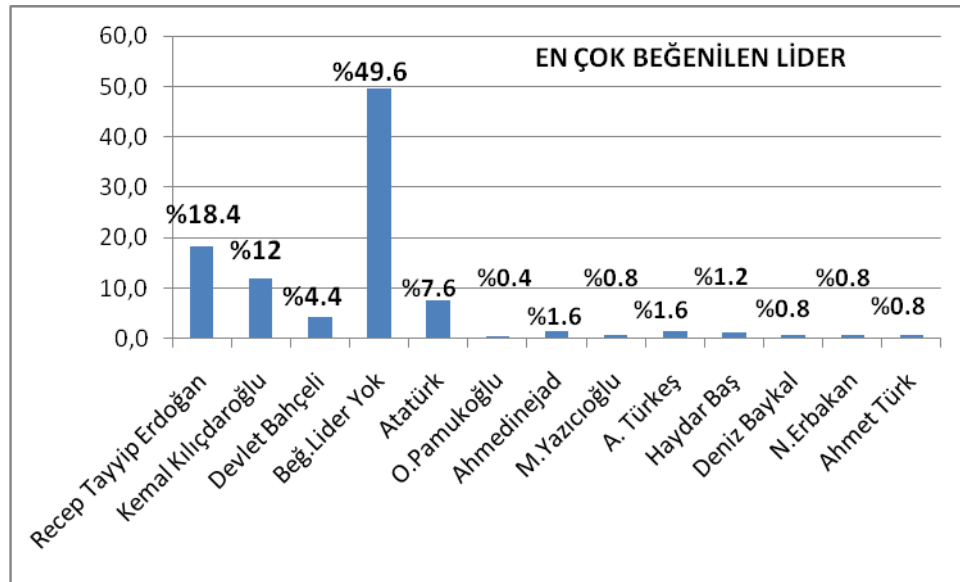
**GRAFİK 43. İşçi Gençlik ve Siyasetle İlgilenme Durumu**

Araştırmaya katılan işçi gençlerin siyasetle aktif olarak ilgilenmedikleri söylenebilir. Gençlerin % 38.8'i siyasetle hiçbir zaman ilgilenmediğini ifade ederken % 28.8'i nadiren, % 18'i ise bazen ilgilendiğini belirtmiştir. Siyasetle çoğu zaman ilgilenirim diyenlerin oranı % 8.4'de kalırken her zaman ilgilenirim diyenlerin oranı ise % 6 olmuştur. Dernek, vakıf, spor kulübü gibi sivil toplum kuruluşlarına ve sendikaya mesafeli duran işçi gençler, siyasetten de uzak durmayı tercih etmektedir.

**GRAFİK 44. İşçi Gençlik ve Siyasi Parti Üyeliği**

Araştırmaya katılan işçi gençlerin % 88.4'ü herhangi bir siyasi partiye üye olmadığını ifade ederken, herhangi bir siyasi partiye üye olan gençlerin oranı % 11.6'da kalmıştır. Siyasetle ilgilenmeyen işçi gençlerin aynı tavrı siyasi parti üyeliği konusunda da sürdürdüğü söylenebilir. Yukarıda bahsedilen nedenler göz önüne alındığında siyaset ve gençler arasındaki mesafenin gittikçe açılması siyasi parti üyeliğine de yansımıştır. Siyaset yapmaktan kaçınan gençlerin siyasi partilere üye olmasını da beklememek gerekir.

**GRAFİK 45. İşçi Gençliğin Liderleri Beğenme Durumu**

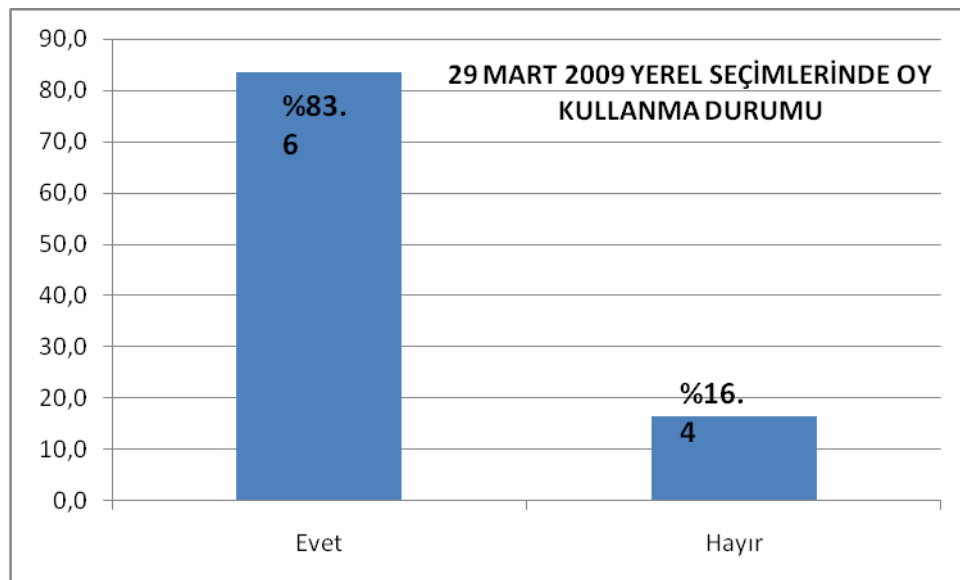


Araştırmaya katılan işçi gençlerin liderlere yaklaşımı da siyasettekine benzer şekildedir. İşçi gençlerin yarıya yakını (% 49.6) beğendiği herhangi bir lider olmadığını ifade ederken, beğenilen liderler sıralamasında % 18.4'ile Başbakan Recep Tayyip Erdoğan başta gelmektedir. CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu ise % 12 ile ikinci sırada yer almıştır. Türkiye Cumhuriyeti'nin kurucusu Atatürk ise % 7.6 ile üçüncü sırada yer almıştır. Bu iki popüler liderin dışında gençlerin lider algısı geniş bir yelpazede değişkenlik göstermektedir. Gençlerin beğendiği diğer liderlerin sıralaması ise şu şekildedir: Devlet Bahçeli % 4.4, Alparslan Türkeş % 1.6, Ahmedinejad

% 1.6, Haydar Baş % 1.2, Deniz Baykal % 0.8, Necmettin Erbakan % 0.8, Muhsin Yazıcıoğlu %0.8, Ahmet Türk % 0.8 ve Osman Pamukoğlu %0.4. Burada dikkat edilmesi gereken nokta sürekli olarak medyanın gündeminde yer alan ve popülerliğini koruyan liderler gençler tarafından daha fazla beğenilmektedir. Örneğin bugün yaşamayan ama Türkiye tarihinde önemli bir lider olan Atatürk'ün, popüler liderlerin gerisinde kalması gençlerin liderleri beğenme konusunda medyadaki popülerliği dikkate almaları ile açıklanabilir. Ayrıca gençlerin önemli bir kısmının (% 49.6) neredeyse yarıya yakınının beğendiği bir lider olmamasını da siyasete olan ilgisizlikleriyle örtüşen bir sonuç olarak okumak gerekir.

Bir başka dikkat çekici nokta olarak ilk üç sıradan sonra gelen Devlet Bahçeli ve Alparslan Türkeş gibi milliyetçi liderlerin gençler tarafından beğenilmesi, kendini tanımlama ve kimlik inşasında milliyetini önemseyen gençlerin fazla olması arasındaki bağ ile açıklanabilir.

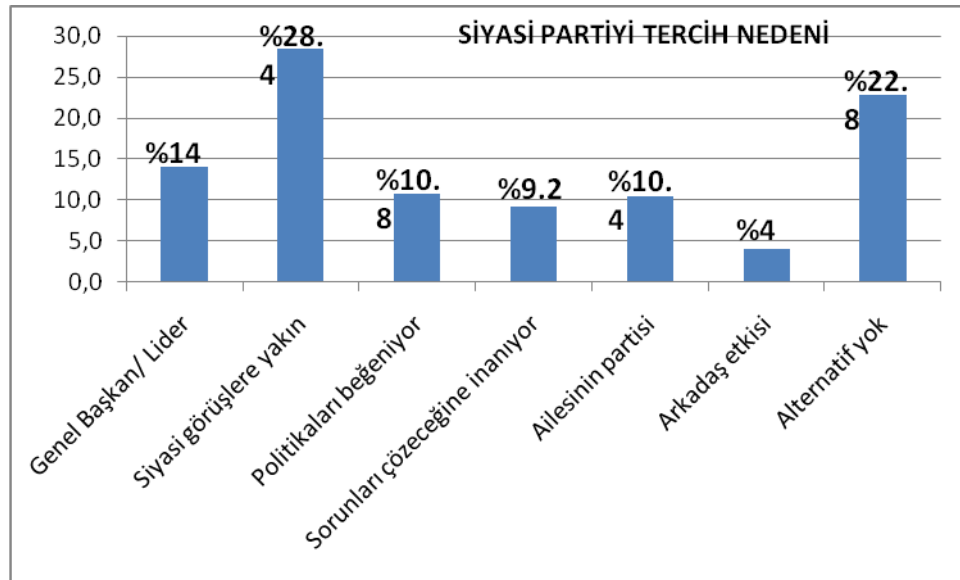
#### **GRAFİK 46. İşçi Gençliğin Yerel Seçimlere Katılım Durumu**



Araştırmanın yapıldığı dönemde en yakın seçim olan 29 Mart 2009 Yerel Seçimleri'ne işçi gençlerin katılım oranının yüksek olması dikkat

çekicidir. Gençlerin % 83.6'sı yerel seçimlerde oy kullanırken sadece % 16.4'lük bir kesim sandığa gitmemiştir. Siyasete ilgi göstermeyen ve siyasi partilere üye olma konusunda mesafeli duran gençlerin siyasi bir davranış olarak oy kullanmada önemli bir oran yakalaması dikkat çekicidir. Bu sonuca göre gençlerin siyaset yapmak ve siyasi bir davranış olarak seçimlere katılmayı ayırdığı söylenebilir.

#### GRAFİK 47. İşçi Gençlik ve Siyasi Parti Tercihleri



Araştırmaya katılan işçi gençlerin seçimlerde siyasi partileri tercih nedenleri incelendiğinde, gençlerin % 28.4'ü siyasi partileri, siyasi görüşlerine yakın olduğundan dolayı tercih ettiği söylenebilir. Ancak gençlerin beğendiği liderin olmaması oranının yüksekliğine paralel olarak, siyasi partileri başka bir alternatif olmadığından (% 22.8) dolayı tercih ettiklerini söylemeleri de dikkat çekicidir. Bu iki yaklaşımdan sonra gençlerin siyasi partileri tercih nedenleri şu şekilde sıralanabilir: Genel başkanı % 14, politikalarını beğeniyor % 10.8, ailesinin partisi % 10.4, sorunları çözeceğine inanıyor % 9.2, arkadaş etkisi % 4. Özetle, gençler için siyasi parti tercihinin temelinde siyasi görüşlerine yakınlık ve lider etkisinin belirleyici olduğu tespiti yapılabilir. İşçi gençlere dair yapılan alan araştırmasının bulgularının değerlendirildiği bu bölüm altı başlık

altında toplanmıştır. İlk başlık altında işçi gençlerin “Özel Hayatına İlişkin Veriler”, ikinci başlıkta “İşçi Gençliğin İş Yaşamına İlişkin Veriler”, üçüncü başlıkta “İşçi Gençliğin Sosyal ve Kültürel Yaşamına İlişkin Veriler”, dördüncü başlıkta “İşçi Gençlik, Teknoloji ve Medya Kullanımı”na dair veriler, beşinci başlıkta “İşçi Gençlik, Hayaller ve Değerler”e dair veriler ve son olarak altıncı başlıkta “İşçi Gençlik, Kimlik, Siyaset ve Sosyal Katılım” konusundaki değerlendirmeler grafiklerle desteklenerek analiz edilmiştir.

## SONUÇ

Popüler Kùltür ve İşçi Gençlik başlıklı bu çalışmada, gençliğin önemli bir bölümünü oluşturan işçi gençliğe dair değerlendirmeler popüler kùltür olgusu çerçevesinde analiz edilmiştir. İşçi gençlerin popüler kùltürle ilişkisi, özel hayat, iş yaşamı, sosyal ve kùltürel yaşam, teknoloji ve medya, hayaller ve değerler, son olarak kimlik, siyaset ve sosyal katılım başlıklarında ele alınmış ve işçi gençliğin yaşamına dair popüler kùltür pratikleri ile kodları ortaya konmuştur.

İncelenen konu gereği farklı boyutlara ve içeriğe sahip olan bu çalışmada, gençlik ve popüler kùltür arasındaki bağ tarihsel arka planıyla birlikte değerlendirilmiştir. Ancak çalışma, özel önemini 1980 sonrası döneme attığından, alan araştırmasıyla ilgili değerlendirmeler bu tarihsel çerçeveye sınırlandırılmıştır. Toplumsal kesimler açısından birçok gençlikten söz edilebilecekken, bu çalışma işçi gençlik kesimiyle sınırlandırılmış ve İstanbul'da yaşayan, kol emeğine dayalı farklı sektörlerin alt kademelerinde, düşük ücretlerle çalışan işçi gençlik ayrıntılı olarak analiz edilmiştir.

Araştırmaya katılan işçi gençlerin genel bir profili çıkarıldığında, çalışılan işlerin niteliği dolayısıyla gençlerin büyük bir çoğunluğunu erkekler oluşturmaktadır. Bu da bize Türkiye'deki istihdamın cinsiyete göre dağılımına paralel bir sonucun işçi gençler açısından da ortaya çıktığını göstermektedir. Yaş aralığı açısından bakıldığında ise gençlerin büyük bir bölümünün 20-29 aralığında olduğu söylenebilir. İşçi gençlerin eğitim düzeyinin ise hayli düşük olduğu görölmektedir. İşçi gençlerin önemli bir kısmının bekar olmasının yanında, hayata erken atılmalarından dolayı evlilik oranının da küçümsenemeyecek düzeyde olduğu söylenebilir. İşçi gençlerin yarısından fazlasının İstanbul dışında doğmuş olması, göçle gelen ailelerin çocukları olduğunu göstermektedir. Diğer taraftan yaşadıkları semtler ve gelir düzeyleri göz önüne alındığında önemli bir kısmının gecekondular olarak

nitelenen kenar mahallelerde standartların altında yaşam koşullarına sahip olduklarını göstermektedir.

İşçi gençler çalıştıkları işlerden elde ettikleri paraya göre, büyük bir oranda dar gelirlidir. Bu durumda gençlerin ortalama yaşam standardının oldukça aşağısında bir hayat sürdürmeye çalıştığı ortaya çıkmaktadır. İşçi gençlerin yüzde seksene yakını bin TL'nin altında bir gelire sahiptir. Bu durum, işçi gençlerin, toplumun kültürel olanaklarından yeterince yararlanabilme koşulunu oldukça sınırlamaktadır. Böylelikle işçi gençlerin, ulaşılması kolay aynı zamanda görece ucuz popüler kültür ürünlerine ve pratiklerine yöneldikleri belirtilebilir. O halde eğitim, gelir düzeyi ve yaşam standartları açısından ele alındığında işçi gençlik için gerektirdiği maliyetin düşüklüğü açısından popüler kültür ürün ve pratikleri en erişilebilir kültürel ortam olarak görülebilir.

Araştırmaya katılan işçi gençlerin büyük çoğunluğunun bir sosyal güvencesi vardır. Ancak çalışma koşulları ve elde ettikleri gelir düzeyine göre değerlendirildiğinde işçi gençlerin önemli bir bölümünün memnuniyetsiz olduğu söylenebilir. Aynı şekilde iş yaşamında sendikalaşmanın çok düşük olması, işçi gençlerin içinde yer aldıkları üretim ilişkilerinden kaynaklı bir sınıf bilinci ve mücadele kültürüne ulaşmadıklarını göstermektedir. Bu durum işçi gençlerin değişim için irade gösterme ve mücadele etmekten çok var olan koşulları kabullenmelerinde önemli bir etken olmaktadır. Ayrıca, istihdam alanındaki olumsuz koşullar işçilerin kültürel durumlarında doğrudan ve dolaylı olarak önemli etkiler yaratır. Düşük ücret, kötü çalışma koşulları, iş güvencesinin olmayışı araştırmaya katılan işçilerin örgütlenme kapasitesinde sınırlayıcı bir rol oynamaktadır.

Çalışma koşulları ile birlikte değerlendirildiğinde işçi gençlerin sosyal ve kültürel yaşamlarında ortaya çıkan tablo, çoğunlukla ev ve iş arasında bir gündelik yaşam pratiğinin hakim olduğu yönündedir. Popüler kültürün kurgulandığı ve etkin olduğu alanların başında boş zaman etkinlikleri

gelmektedir. İşçi gençlerin iş dışı zamanlarını değerlendirme ve hayatlarını kurgulama düzeyi, popüler kültürün kodlarına dair önemli ipuçları vermektedir. Sınırlı maddi güç ve boş zamana sahip işçi gençler, genellikle ev, kahvehane ve alışveriş merkezi eksenli bir boş zaman geçirme pratiğine sahiptir. İşçi gençler, evde televizyon izlemekte, mahalle kahvesinde çeşitli boş zaman oyunları oynamakta, alışveriş merkezlerinde popüler kültürün vitrin görüntülerine maruz kalmaktadır. Özellikle zamanının çoğunu evde geçiren işçi gençler için televizyon, internet ve aileleriyle birlikte vakit geçirmek önemli etkinliklerdir.

İş dışı zamanının önemli bir bölümünü ev içi etkinliklerine ayıran işçi gençlerin tiyatro, sinema ve diğer sanatsal etkinliklere katılımı çok düşüktür. İşçi gençler en popüler ve küresel eğlence endüstrisi olarak nitelenebilecek olan sinema ve belirli bir kültür ve beğeni düzeyi gerektiren tiyatro yerine daha popüler olan internet ve televizyonu tercih etmektedirler. Bunun yanı sıra işçi gençler boş zamanlarında kitap okumaya pek zaman ayırmamaktadır.

İşçi gençlerin içinde bulunduğu koşulların müzik dinleme alışkanlığını belirlediği söylenebilir. İşçi gençler en fazla pop ve arabesk müzikten hoşlanmakta ve bu iki müzik türünü daha çok dinlemektedir. Sıradan, belirli bir derinlik gerektirmeyen, söz ve ritimle eğlence ve gündelik olanı sunan pop müziğin bir anlamda gündelik yaşamın sıkıntı ve yorgunluğundan kaçmak isteyen gençlere hitap ettiği söylenebilir. Aynı şekilde arabesk müzik, dışlanma ve yoksulluğun hakim olduğu işçi gençlerin yaşadığı ve çalıştığı kenar mahallerdeki alt kesimlerin müziği olarak varlığını sürdürmektedir. Uyumsuzluğun ve kaderciliğin müziği olarak bilinen arabesk müziğin de bu yüzden gençler arasında yaygın olduğu belirtmek yanlış olmaz.

İşçi gençlerin yaşamına dair popüler kültür kodlarının izinin sürülebileceği noktalardan biri para harcama alışkanlıkları ve tüketim potansiyelleridir. Burada ortaya çıkan sonuç, işçi gençlerin düşük gelir

düzeyinden kaynaklı olarak alışveriş ve tüketim olanaklarının sınırlı olduğunu göstermektedir. İşçi gençler, popüler olan teknoloji ve eğlenceye düşkün olsalar da düşük gelir düzeyleri ve sınırlayıcı yaşam koşullarından dolayı harcamalarını çoğunlukla temel gereksinimleri olan gıda ve giysiye yapmaktadır. Bir başka ifade ile işçi gençlerin popüler kültür endüstrilerinin yoğun olarak faaliyet gösterdikleri eğlence, alışveriş, moda, kişisel hobiler ve kişisel bakım gibi tüketim alanlarına ilişkin çok az harcama yaptıkları görülmektedir.

İşçi gençlerin eğlence anlayışı, boş zaman etkinliklerine paralel olarak ev etrafında şekillenmektedir. Evde vakit geçirmek, maç izlemek, müzik dinlemek, bara gitmek temel eğlence aktiviteleridir. İşçi gençler için önemli bir mekan olan kahvehaneler eğlencede açısından biraz geride kalmaktadır. Çünkü mahallelerdeki kahvehaneler özel zaman ayrılan bir eğlence mekanı olmaktan çıkmış, rutin gidilen bir mekan konumuna yükselmiştir. Bu yüzden gençler tarafından eğlencenin kahvehanelerin dışındaki etkinlikler olarak algılanması muhtemeldir.

İşçi gençlerin teknoloji ile olan deneyimi bilgisayar, cep telefonu ve internet etrafında şekillenmektedir. İşçi gençlerin tamamında günümüzün en popüler iletişim teknolojisi olan cep telefonu ve bilgisayar vardır. Gençlerin çok büyük bir kesimi internet kullanmaktadır. Bilgisayarın işçi gençler arasında özel bir ilgi alanı ve eğitimlerine destek sağlayan bir araç olmaktan çok internetle anlam kazandığını söylemek mümkündür. Bir başka ifadeyle aslında internete girmenin bir aracı konumuna indirgenen bilgisayar, işçi gençler için neredeyse internetle özdeştir. Bu yönüyle bilgisayarı internetle birlikte ele aldığımızda popüler kültürün üretim ve tüketim mecralarından biri olarak görmek mümkündür. Aynı zamanda bilgisayarın kendisi bir popüler kültür ürünü olarak gündelik yaşamın içerisindeki yerini almış bulunmaktadır. Bu yönüyle internet ortamının sağladığı fırsatlarla bilgisayarın popüler kültürün kitlesel kodlarının yaygınlaşmasına katkı yaptığı söylenebilir.

İnternetin geneli özellikle de sosyal ağlar, gençler için sanal ortamda yeni bir toplumsal alan yaratmaktadır. Burada gençlere farklı etkinlikler ve farklı kimlikler sunulmaktadır. Sosyal ağlar kullanıcılarını bir taraftan belirli bir popüler kimliğe ve kültüre davet ederken bir taraftan da etkileşime olanak tanıyan yapısıyla, katılımcıların kendilerini yeniden tanımladıkları ve sosyal ilişkilere katıldıkları bir kimlik mekanı sağlamaktadır. Bu nedenle internet, popüler kültürün yayıldığı önemli bir mekan işlevi görmekte ve gençlerin ilgisini çekmektedir.

Boş zamanlarının çoğunu evde geçirme eğiliminde olan gençlerin bu sonuçlara göre daha önce de belirtildiği gibi en önemli zaman geçirme aracı olarak televizyon karşımıza çıkmaktadır. Bu durumda işçi gençlik televizyonunun merkezde yer aldığı kitle iletişim araçlarıyla aktarılan kültürel ürünlere daha fazla erişim sağlamaktadır. Televizyon etrafında şekillenen alışkanlıklar ve kültürel pratikler işçi gençlik için başat özellikler olarak karşımıza çıkmaktadır. Eğitim düzeylerinin düşüklüğü de dikkate alınacak olursa televizyon vasıtasıyla kitlesel düzeydeki popüler kültürün önde gelen alıcıları arasında işçi gençliği görmek mümkündür. Bu demektir ki işçi gençlik için kültürel etkinlik ve yönelim alanlarının başında televizyonun kültürel sunum alanı gelmektedir. Boş zamanın en fazla geçirildiği mekan olarak evin ön plana çıkması da bu durumu destekler niteliktedir.

Günümüzün en popüler değerleri arasında yer alan ve çoğunlukla kitle iletişim araçları vasıtasıyla sunulan şansa inanmak, emeğe önem vermemek, çalışmadan zengin olma fikri, işçi gençler arasında da popüler değerler olarak varlığın sürdürmektedir. Bunun önemli bir göstergesi işçi gençlerin şans oyunlarına bakış açısında ortaya çıkmaktadır. Gündelik yaşamın içinde şans oyunlarına ayrı bir önem veren işçi gençler, buradan elde edecekleri para ve maddi değerlerden medet ummaktadır. Çünkü içinde bulundukları yaşam koşulları ve onlara sunulan popüler değerler bunu gençlere dayatmaktadır. Dolayısıyla bu durum işçi gençlerin 1980'li yıllarla birlikte topluma yayılan popüler değer ve eğilimlere teslim olmaya eğilimli oldukları

şeklinde değerlendirilebilir. Çünkü gençler popüler kültürün hayatlarında önemli derecede belirleyici olmasından dolayı şans, köşeyi dönme fikri, para, tüketim gibi popüler eğilim ve değerleri öğrenmiş durumdadır.

İşçi gençlerin şans ve paraya yükledikleri anlamların hayatlarındaki diğer popüler değerlere kaynaklık ettiği görülmektedir. İşçi gençler için parayla kurulan bağ iş kurmakla ve dolaylı olarak da zengin olmakla sıkı bir ilişki içindedir. İş kurmak, ev sahibi olmak, araba almak hatta çalışmamak dikkat çekici isteklerdir. Günümüzde somut, maddi, bireysel istek ve taleplerin daha popüler olması işçi gençlerin toplumsal bir bakış açısına ve değerlere inanmaktan uzak olduklarını göstermektedir.

Gençlerin maddi değerler ve parayla kurdukları bağa paralel olarak hayallerinin de bu temel üzerinden yükseldiği görülmektedir. Gençlerin hayalleri, iyi bir gelecek, iş kurmak, ev ve araba almak gibi maddi temelli ihtiyaçlardır. Dolayısıyla gençler hayallerini popüler değerler ve yaşam biçimi üzerinde inşa etmektedir. Gençlerin önemli bir bölümü maddi ve popüler hayaller kurarken, azımsanamayacak bir kısmının da bir hayalinin dahi olmaması dikkat çekicidir.

İçinde bulunduğu koşullardan memnun olmayan ve maddi temelli hayaller kuran gençlerin mevcut koşullarını değiştirme konusunda iradesiz olduğu görülmektedir. Çünkü işçi gençlerin en temelde daha iyi bir iş bulma olanağı çok sınırlıdır. İş koşullarında herhangi bir değişiklik yapma iradesinden uzak gençlerin önemli bir kısmının bu isteksizliğinin arkasında ümitsizlik olduğu gözlenmektedir. İşsizliğin kol gezdiği bir ülkede hayatını, kıt kanaat da olsa kazandığı bir işinin olması bile işçi genci memnun etmektedir. Dolayısıyla gençlerin teslimiyetçi bir memnuniyet bildiriminden başka şansı kalmamaktadır. İşçi gençliğin ümitsizlikten kaynaklanan bu teslimiyetçiliğinin ve durağanlığının, popüler kültürün var olanı kabullenmeye, kadere gönderme yapan kodlarıyla büyük ölçüde uyduğu söylenebilir.

İşçi gençleri anlamada önemli bir gösterge olan kimlik ve kendini tanımlama biçimlerine dair veriler bize işçi gençlerin kendilerini öncelikle memleket, ait olunan sınıf, din ve milliyete göre tanımladığı sonucunu vermektedir. İşçi gençler arasında politik görüş ve siyasi tercihlerin kimlik tanımlama açısından pek önemsenmediği tespit edilmiştir.

Memleket üzerinden bir aidiyet kurmanın yanında milliyetçi ve dini bir temel üzerinden kendisini tanımlayan gençlerin oranı da küçümsenemeyecek düzeydedir. Bunun nedeni de her ne kadar büyük bir şehirde yaşasalar da gençlerin hem iş çevreleri hem de yaşadıkları mahalleler göz önüne alındığında kısmen de olsa dışa kapalı ilişkilerin sürüldüğü muhafazakar bir görünüm sergilemesinden kaynaklanmaktadır. Bu kapalılık, geleneksel değerlerin korunması ve milliyetçilik ile dinin önemli bir kimlik unsuru olmasını sağlamaktadır.

İşçi gençlerin bir kısmının kimliğini sınıfsal konuma göre tanımlaması sınıfsal bir aidiyet hissettikleri şeklinde okunabilir. Ancak diğer sonuçlar da göz önüne alındığında işçi gençlerin, bu kimlik tanımlama biçimi ile sınıfsal aidiyet üzerinden toplumsal bir varoluş, sınıfsal bir bilinç ve mücadeleye girişmelerine yeterli olmadığı sonucu çıkarılabilir. Politik görüşe göre kendisini tanımlayan gençlerin oranının çok düşük olması da bu durumu destekler niteliktedir. Çünkü sınıfsal aidiyet ve varoluşla birlikte politik görüşün de yükselişe geçmesi beklenebilir. İşçi gençlerin kimliğini Türkiye toplumu açısından fazlasıyla yaygın ve belirleyici olan milliyet ve dini değerler üzerinden inşa ettiği söylenebilir. Ancak yine çok popüler olan takım taraftarlığı unsurunun işçi gençlerin kimlik oluşturma ve kendilerini ifade etmede alt sıralarda kalması da dikkat çekicidir.

İşçi gençler çeşitli dernek, vakıf ve kulüpler aracılığıyla sosyal katılım sağlamaktan uzak durmaktadır. Bu durum gençlerin toplumsal varoluş ve sosyalleşmelerini kolektif değerler üzerinden inşa etmekte isteksiz olduklarını

göstermektedir. Bunun sonucu olarak, işçi gençlerin genellikle bireysel davranma, politikadan uzak durma, toplumsal duyarlılık taşımama gibi popüler değerlere eğilimli oldukları şeklinde bir değerlendirme yapılabilir.

Kendi kimliğini tanımlama konusunda doğduğu yere (memlekete) büyük önem atfeden işçi gençlerin üyesi olduğu kuruluşların başında en fazla yaşadıkları mahallerde faaliyet gösteren memleket derneklerinin gelmesi beklenen bir sonuçtur. Çünkü gençler, kimliğini ve toplumsal varoluşunu sıklıkla hemşehrlik ve memleket ilişkileri üzerinde kurmaktadır.

Siyasete ilgi göstermeyen ve siyasi partilere üye olma konusunda mesafeli duran gençlerin siyasi bir davranış olarak oy kullanmada önemli bir oran yakalaması dikkat çekicidir. Bu sonuca göre gençlerin siyaset yapmak ve siyasi bir davranış olarak seçimlere katılmayı ayırdığı söylenebilir. 1980'li yıllarla birlikte Türkiye toplumuna sirayet eden en baskın ve popüler eğilim olarak siyasetten ve toplumsal sorunlardan uzak kalma isteğinin işçi gençler açısından da geçerli olduğu görülmektedir. Bu duruma paralel olarak işçi gençlerin liderlere yaklaşımı da siyasettekine benzer şekildedir. İşçi gençler siyasetten uzak durmakla birlikte siyasi liderleri beğenirken aktif olarak siyaset yapan ve medya tarafından popüler kılınan isimler üzerinde yoğunlaşmaktadır. Örneğin Atatürk gibi bugün yaşamayan ama Türkiye tarihinde önemli bir ikon olan bir liderin, bugünkü liderlerin gerisinde kalması gençlerin liderleri beğenme konusunda medyadaki popülerliği dikkate almaları ile açıklanabilir.

Gençlerin siyasetle ilgilenmemeleri ve duyarsız kalmalarının temelinde medya ve eğlence sektörünün hakimiyetinin artmasıyla, özellikle popüler kültürün şekillendirdiği alanlarda tüketimle şekillenen, toplumla bağları zayıflamış, politikadan uzak, bireyselleşmiş kimliklerle var olmayı tercih etmelerinin önemli katkısı olduğu söylenebilir.

Popüler kültür kodlarının analizinde, işçi gençlerin gündelik yaşamına paralel olarak siyaset, eğlence, tüketim, boş zaman, medya, kimlik, değerler,

internet önemli göstergeleridir. Bu göstergeler işçi gençliğin sınıf kültürü, bilinci ve mücadelesi bağlamında hangi noktada olduğunu tespit etmek adına önem taşımaktadır. Bu araştırmaya göre, toplumsal üretim ilişkileri içindeki konumları büyük ölçüde belirlenmiş bir işçi gençlik profili ortaya çıkmaktadır. Bu işçilerin dikkat çeken özellikleri, göçle büyük şehre gelen, mahallelerde yaşayan, eğitim düzeyi düşük, örgütlenme kapasitesi sınırlı, işçi sınıfı kültüründen uzak, düşük ücret, kötü ve uzun çalışma koşullarından şikayetçi olmaları şeklinde sıralanabilir. Böyle bir durumda sınıfsal konumun belirleyiciliğinden bir başka ifade ile işçi sınıfı kültürünün hakimiyetinden söz etmek mümkün değildir. Bunun yerine popüler kültürün toplum içinde yaygın olan baskın kodları, değerleri, alışkanlıkları, yaşam biçimi ve pratiklerinin gençlerin dünyasında belirleyici olduğu söylenebilir.

Gençlik ve işçiler üzerine yapılan araştırmalar başlığında tartışılan bulgularla karşılaştırıldığında, bu araştırmanın sonuçlarının da benzer nitelikte olduğu görülmektedir. İşçi gençlerin en belirgin özelliği siyasete ilgisiz olmaları ve toplumsal sorumluluk almaktan kaçınmalarıdır. Gençler sosyal katılım anlamında da gönülsüzdür. Dernek, vakıf ve sivil toplum kuruluşlarına üyelikleri çok sınırlıdır. Daha çok bireysel ve kendi dünyalarında yaşayan, paraya özel bir önem veren, mutluluğu parada gören bir bakış açısına sahiptirler. Zengin olmak, kendi işini kurmak ve rahat bir yaşam hedeflemektedirler.

İşçi gençlere dair ortaya çıkan bu kültürel pratikler, değerler ve profilin Türkiye toplumunu önemli ölçüde belirleyen 1980 sonrası değerler, yaşam biçimleri ve hayatı algılayış tarzıyla örtüştüğü söylenebilir. Bir başka ifade ile işçi gençliğin yaşamında 80'li yıllarla birlikte toplumda egemen olan ve popüler kültür etrafında toplayabileceğimiz değer, alışkanlık ve düşünce yapısının belirleyiciliği daha fazadır. Bunun aksine gençlerin işçi olmalarından yani sınıfsal konumlarından kaynaklı bir kültür ve yaşam biçimi ile düşünce ve değerler dizisi oluşturmak konusunda yetersiz kaldığı söylenebilir.

## KAYNAKÇA

ABADAN, Nermin; **Üniversite Öğrencilerinin Serbest Zaman Faaliyetleri**, Ankara Yüksek Öğretim Gençliği Üzerinde Bir Araştırma, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları, 1961.

ABENDROTH, Wolfgang; **Avrupa İşçi Hareketleri Tarihi**, çev. Ali Çakıroğlu, İstanbul, Belge Yayınları, 1992.

ADORNO, Theodor ve HORKHEIMER, Max; **Aydınlanmanın Diyalektiği**, çev. Oğuz Özügöl, İstanbul, Kalcı Yayınevi, 1996.

ADORNO, Theodor; **Kültür Endüstrisi. Kültür Yönetimi**, çev. Nihat Ülner, Mustafa Tüzel, Elçin Gen, İstanbul, İletişim Yayınları, 2012.

AHİSKA, Meltem; “Kültürün Değeri”, **Defter**, Sayı 8, 1989, s.3-15.

AHMAD, Feroz; **Modern Türkiye’nin Oluşumu**, İstanbul, Kaynak Yayınları, 2006.

AKKAYA, Yüksel; “1960 Sonrasında İşçi Hareketleri”, Türkiye Sendikacılık Ansiklopedisi 2. İstanbul, Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı, 1997.

ALEMDAR, Korkmaz ve ERDOĞAN, İrfan; **Popüler Kültür ve İletişim**, Ankara, Ümit Yayıncılık, 1994.

ALEMDAR, Korkmaz ve KAYA, Raşit; **Kitle İletişiminde Temel Yaklaşımlar**, Ankara, Savaş Yayınları, 1983.

ANDERSEN, S. A.; “Working Class Culture as a Process” **Working, Class Culture**, (Der: B. S. Frykman ve E. Tegner ) Gothenburg: Ethnological Publications, 1989, p. 23-42.

ANDERSON, Perry; **Gramsci: Hegemonya, Doğu Batı Sorunu ve Strateji**, çev. Tarık Günersel, İstanbul, Alan Yayıncılık, 1988.

ARİRT, Musa; **Cumhuriyet Döneminde Gençlik**, İzmir, Türkiye Yayınları, 1979.

ARLI, Mine ve NAZİK Halim; **Bilimsel Araştırmaya Giriş**, Ankara, Gazi Kitabevi, 2001.

ARMAĞAN, İbrahim; **Gençlik Gözüyle Gençlik: 21. Yüzyıl Eşiğinde Türkiye Gençliği**, Ankara, Kırksraklılar Vakfı USADEM Yayınları, 2004.

ATABEK, Erdal; **Modern Dünyada Değer Kayması ve Gençlik**, İstanbul, Alkım Yayınevi, 2003.

ATAY, Tayfun; **Yaşasın Meşruiyet Çağı/Popüler Kültürden Kitle Kültürüne Türkiye İzlenimleri**, İstanbul, Epsilon Yayıncılık, 2004.

AYDOĞANOĞLU, Erkan; **İşçi Sınıfı Tarihi**, İstanbul, Tarem Yayınları, 2010.

BALİ, Rifat N.; **Tarz-ı Hayattan Life Style'a/Yeni Seçkinler, Yeni Mekanlar, Yeni Yaşamlar**, İstanbul, İletişim Yayınları, 2004.

BATMAZ, Veysel; **Medya Popüler Kültürü Gizler**, İstanbul, Karakutu Yayınları, 2006.

BATMAZ, Veysel; "Popüler Kültür Üzerine Değişik Kuramsal Yaklaşımlar", **İletişim**, Sayı: 1. AİTİA Yay. 1981.

BAYHAN, Vehbi; "Türkiye'de Gençlik: Sorunlar, Değerler ve Değişimler", **Türkiye'nin Toplumsal Yapısı**, Ed. Mehmet Zencirkıran, Bursa, Dora Yayıncılık, 2011.

BENNETT, Tony; "Popüler ve Popüler Kültür Politikası" çev. Taşkın Kızılok, **Popüler Kültür ve İktidar** iç., Der. Nazife Güngör, Ankara, Vadi Yayınları, 1999.

BENNET, T. Mercer, C. Wcollacott, J.; **Popular Culture and Social Relations**, Open University, 1986, s.8-11.

BEŞELİ, Mehmet; "İşçi Sınıfı ve Sendikal Hareketlerin Güncel Sorunları" **Birikim**, Sayı 53, 2003, s.46-53.

BİGSBY, C. W. E.; **Popüler Kültür Politikaları**, çev. Serdar Öztürk, **Popüler Kültür ve İktidar** iç. , der. Nazife Güngör, Ankara, Vadi Yayınları, 1999.

BORATAV, Korkut; **Türkiye'de Sosyal Sınıflar ve Bölüşüm**, İstanbul, Gerçek Yayınevi, 1999.

BOTTOMORE, T.B.; RUBEL, Maximilien; **Marx'ın Sosyolojisi**, çev. Zuhal Bilgin, İstanbul, Chiviyazıları, 2006.

BUĞRA, Ayşe; "Sınıf ve Siyaset", **Toplum ve Bilim**, Sayı, 113, 2008, s.9-21.

BURCU, Esra; "Gençlik Teorilerinin Sınıflandırılmasına İlişkin Bir Çalışma", **Sosyoloji Araştırmaları Dergisi**, Cilt 1, Sayı 1-2, Güz, Ankara, Sosyoloji Derneği Yayınları, 1998.

BURNS, Emile; **Marksizm Nedir?**, çev. Mehmet Dikmen, İstanbul, Yordam Kitap, 2002.

BURUL, Yeşim; "The World of Aziza A.: Third Space in Identities" **New Perspectives on Turkey**, no. 28-29, Spring-Fall, 2003, p.209-229.

CALLONCIOUS, Alex ve HARMAN, Chris; **Değişen İşçi Sınıfı**, çev. Osman Akınhay, İstanbul, Z Yayınları, 1994.

CANGÖZ, İncilay; **Kitle İletişim Kuramlarında Etki Sorunsalı ve Bir İzleyici Araştırması**, (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi 1999.

CHAMBERS, Lain; **Popular Culture**, London, Routledge, 1986.

CRAIG, David; "Marxism and Popular Culture", (der) C.W.E. Bigsby, **Approaches to Popular Culture**, London, 1972.

ÇAĞAN, Kenan; **Popüler Kültür ve Sanat**, İstanbul, Hece Yayınları, 2004.

DAĞTAŞ, Banu; **Reklamı Okumak**, Ankara, Ütopya Yayınları, 2003.

DAĞTAŞ, Banu; "Tüketim Kültürü ve Reklamın Toplumsal Yeniden Üretimi". **İletişim**, 9, 2001, s.163-176.

DAVIES, Jude; "İngiltere'de Anarşi mi? 1990'ların İngiltere'sinde Anarşizm ve Popüler Kültür", çev. Ş. S. Kaya, 21. Yüzyıl Anarşizmi iç., Der. J. Purkis, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 1998.

DOLLOTT, Louis; **Kitle Kültürü ve Bireysel Kültür**, çev. Özlem Nudralı, İstanbul, İletişim Yayınları, 1991.

EDLES, Laura Desfor; **Cultural Sociology in Practice**, Blackwell Publishers, Massachusetts, 2002.

EKŞİ, Aysel; **Gençliğimiz ve Sorunları**, İstanbul, İstanbul Üniversitesi Yayınları, 1982.

ERDOĞAN, İrfan ve ALEMDAR, Korkmaz; **Popüler Kültür ve İletişim**, Ankara, Erk Yayınları, 2005.

ERDOĞAN, İrfan; "Popüler Kültürde Gasp ve Popülerin Gayri Meşruluğu", **Doğu Batı**, Sayı 15, 2004, s. 67-96.

ERDOĞAN, İrfan; "Popüler Kültür: Kültür Alanında Egemenlik ve Mücadele", Nazife GÜNGÖR (Der.), **Popüler Kültür ve İktidar**. Ankara, Vadi Yayınları, 1999.

FİSKE, John; **İletişim Çalışmalarına Giriş**, çev. Süleyman İrvan, Ankara, Bilim ve Sanat Yayınları, 2005.

FİSKE, John; **Popüler Kültürü Anlamak**, çev. Süleyman İRVAN, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 1999.

GANS, Herbert J.; **Popüler Kültür ve Yüksek Kültür**, çev. Emine Onaran İncirlioğlu, İstanbul, YKY, 2005.

Gazi Üniversitesi; **Türk Üniversite Gençliği Araştırması. Üniversite Gençliğinin Sosyo-kültürel Profili**. Ankara, Gazi Üniversitesi Yayınları, 2003.

GENİŞ, Arif; **İşçi Sınıfının Kıyısında**, Ankara, Dipnot Yayınları, 2006.

GEVGİLİLİ, Ali; **Türkiye'de Kapitalizmin Gelişmesi ve Sosyal Sınıflar**, İstanbul, Bağlam Yayınları, 1989.

GIDDENS, Antony; **İleri Toplamların Sınıf Yapısı**, çev. Ömer Baldık, İstanbul, Birey Yayıncılık, 1999.

GÖKÇE, Birsen; **Toplumsal Bilimlerde Araştırma**, Ankara, Savaş Yayınevi, 1999.

GÖKÇE, Birsen; **Gecekondu Gençliği**, İstanbul, 1971.

GRAMSCI, **Antonio**; **Hapisane Defterleri**, çev. Adnan Cemgil, Belge Yayınları, İstanbul, 2003.

GÜNGÖR, Nazife; **Arabesk: Sosyokültürel Açıdan Arabesk Müzik**, Ankara, Bilgi Yayınevi, 1993.

GÜNGÖR, Nazife; **Bir Popüler Kültür Ürünü Olarak Çizgi Roman “Abdülcanbaz”**, Ankara: Ankara Üniversitesi (Yayınlanmamış Doktora Tezi) 1996.

GÜNGÖR, Nazife; “Popüler Kültür Çıkmazı”, **Popüler Kültür ve İktidar**. Ankara, Vadi Yayınları, 1999.

GÜNGÖR, Fatih; “İşçi Hareketleri.” Türkiye Sendikacılık Ansiklopedisi 2. İstanbul, Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı, 1998.

GÜRBİLEK, Nurdan; **Vitrinde Yaşamak/1980’lerin Kültürel İklimi**, İstanbul, Metis Yayınları, 2001.

GÜRSES, H. Basri ve F. Gürses; **Dünyada ve Türkiye’de Gençlik**, İstanbul, Toplumsal Dönüşüm Yayınları, 1979.

GÜVENÇ, Bozkurt; **Kültürün ABC’si**, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 2004.

GÜVENÇ, Bozkurt; **İnsan ve Kültür**, Remzi Kitabevi, İstanbul, 1993.

HANÇERLİOĞLU, Orhan; **Felsefe Ansiklopedisi**, İstanbul, Remzi Kitabevi, 1980, s.362-363.

HALL, Stuart; “Kültür, Medya ve İdeolojik Etki”, der: M. Küçük. **Medya, İktidar, İdeoloji**, Ankara, Ark Yayınevi, 1999.

HALL, Stuart; “İdeolojinin Yeniden Keşfi: Medya Çalışmalarında Baskı Altında Tutulmanın Geri Dönüşü.” Der: M. Küçük. **Medya, İktidar, İdeoloji**, Ankara: Ark Yayınevi, 1999.

HALL, Stuart; “Popüler Olanın Yapıbozumu Üzerine Notlar”, Çev. V. Pekel, **Mürekkep**, sayı 8. 1997, s.15-22.

HALL, Stuart; “Notes on the Deconstructing the Popular”, Jones, G. S. Et al, (eds). 1981.

HARRINGTON C. L. ve Denise D. BIELBY; “Constructing the Popular: Cultural Production and Consumption”, L. Harrington ve D. Bielby (Der.),

**Popular Culture: Production and Consumption.** Massachussets: Blackwell Publishers, 2001, p.1-15

HEBDIGE, Dick; **Gençlik ve Altkültürleri**, çev. Esen Tarım, İstanbul, İletişim Yayınları, 1988.

İNSEL, Ahmet; “Sosyal Sınıflar Tarihe mi Karıştı?”, **Toplum ve Bilim**, Sayı 113, 2008, s.21-29.

İŞIKLI, Alpaslan; “Sendikacılık Hareketleri İçinde Demokrasi Kavramının Gelişimi Açısından Türkiye İşçi Hareketinin Özgün Yanları”, **Türkiye’de Sendikacılık Hareketleri İçinde Demokrasi Kavramının Gelişimi**, (Ed. Alpaslan Işıklı). Ankara, T.C. Kültür Bakanlığı Demokrasi Klasikleri Dizisi 6. 1994.

İŞIKLI, Alpaslan; “Cumhuriyet Döneminde Türk Sendikacılığı”, **Cumhuriyet Ansiklopedisi**. Cilt 7, 1983.

JAY, Martin; **Diyalektik İmgelem**, çev. Ünsal Oskay, İstanbul Ara Yayınları, 1989.

KABACALI, Alpay; **Türkiye’de Gençlik Hareketleri**, İstanbul, Altın Kitapları, 2007.

KAĞNICIOĞLU, Deniz ve UÇKAN, Banu; **Endüstri İlişkileri**, Eskişehir, T.C. Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayınları, 2004.

KAĞITÇIBAŞI, Çiğdem; **Gençlerin Tutumları. Kültürler Arası Bir Karşılaştırma**, Ankara, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, 1973.

KARASAR, Niyazi; **Bilimsel Araştırma Yöntemi**, Ankara, Nobel Yayınları, 1998.

KARTAL, Kemal; **Kentleşme ve İnsan**, Ankara, TODAİE Yayınları, 1978.

KAZGAN, Gülten; **İstanbul Gençliği Gençlik Değerleri Araştırması**, İstanbul, Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2006.

KAZGAN, Gülten; **Kuştepe Gençlik Araştırması**, İstanbul, Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2002.

KEJANLIOĞLU, Beybin; **Frankfurt Okulu’nun Eleştirel Bir Uğrağı: İletişim ve Medya**, Ankara, Bilim ve Sanat Yayınları, 2005.

KELLNER, Douglas; "Popular Culture and Construction of Postmodern Identities", *Modernity and Identity*, ed. S. Lash – J. Friedman, Cambridge, Blackwell, 1992, p. 141-177.

KELLNER, Douglas; *Critical Teory Marxism and Modernity*. The John Hopkins University Press, Baltimore, 1989.

KENTEL, Ferhat; "Türkiye’de Genç Olmak: Konformizm ya da Siyasetin Yeniden İnşası", *Birikim*, Sayı 196, Ağustos 2005, s.11-18.

KIŞLALI, Ahmet Taner; **Öğrenci Ayaklanmaları**, Ankara, Bilgi Yayınevi, 1974.

KIZILÇELİK, Sezgin; **Frankfurt Okulu**, Ankara, Anı Yayıncılık, 2000.

KIZILDAĞ, Şahin; **Pop Müzikten Popüler Kültüre: Medya Çocukları**, İstanbul, Şehir Yayınları, 2001.

KOÇAK, Hakan; "Türkiye İşçi Sınıfı oluşumunun sessiz yılları: 1950’ler", **Toplum ve Bilim**, Sayı113, 2008, s.90-126.

KOÇ, Yıldırım; **Türkiye İşçi Sınıfı ve Sendikacılık Tarihi Olaylar-Değerlendirmeler**, Türkiye Yol–İş Sendikası Yayınları, 1997.

KORAY, Meryem; **Değişen Koşullarda Sendikacılık**, İstanbul, TÜSES, 1994.

KOZANOĞLU, Can; **Pop Çağı Ateşi**, İstanbul, İletişim Yayınları, 1995.

KÖKNEL, Özcan; **Kimliğini Arayan Gençliğimiz**, İstanbul, Altın Kitaplar, 2001.

KÖKNEL, Özcan; **Türk Toplumunda Bugünün Gençliği**, İstanbul, Bozak Matbaası, 1970.

KÖKNEL, Özcan; **Cumhuriyet Gençliği ve Sorunları**, İstanbul, Cem Yayınevi, 1979.

LEWİS, Bernard, **Modern Türkiye’nin Doğuşu**, Ankara, Türk Tarih Kurumu Basımevi, 1998.

LÜKÜSLÜ, Demet; **Türkiye’de Gençlik Miti**, İstanbul, İletişim Yayınları, 2009.

LÜKÜSLÜ, Demet; “1960’lardan 2000’lere gençlik tipleri: Maddeci başarıcı manager tipten yuppie ve tiki’ye”, **Birikim** Sayı 196, Ağustos 2005, s.30-37.

LÜKÜSLÜ, Demet; “Farklı Kitaplardan farklı açılardan gençlik analizleri”, **Birikim** 196, Ağustos 2005, s.69-73.

LÜKÜSLÜ, Demet; “Günümüz Türkiye Gençliği: Ne Kayıp Bir Kuşak Ne de Ülkenin Aydınlık Geleceği”, **Türkiye’de Gençlik Çalışmaları ve Politikaları**, ed. Yentürk, Nurhan, Yörük Kurtaran ve Gülesin Nemutlu, İstanbul, Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2008.

MARCUSE, Herbert; **Tek-boyutlu insan: ileri işleyim toplumunun ideolojisi üzerine incelemeler**, çev. Aziz Yardımlı, İstanbul, İdea, 1997.

MARX, Karl; **Kapital 1. Cilt**, çev. Mehmet Selik ve Nail Satılğan, İstanbul, Yordam Kitap, 2011.

MARX, Karl; **Ekonomi Politiğin Eleştirisine Katkı**, çev. Sevim Belli, Ankara, Sol Yayınları, 2011.

MARK, Karl ve ENGELS, Friedrich; **Alman İdeolojisi**, çev. Emir Aktan, Ankara, Alter Yayınları, 2011.

MARX, Karl; **Kapital 3. Cilt**, çev. Alaattin Bilgi, Ankara, Sol Yayınları, 1978.

MARX, Karl ve ENGELS, Friedrich; **Komünist Parti Manifestosu**, Ankara, Sol Yayınları, 1998.

MCMILLAN, J. H.; **Educational Research. Fundamentals for the Consum**, Longman, 2000.

MCQUAİL, Denis; **Audience Analysis**, Thousand Oaks, London, New Delhi, Sage Publications, 1997.

MCQUAİL, Denis; **Mass Communication Theory: An Introduction**, London, Thousand Oaks, New Delhi, Sage Publication, 1994.

MUTLU, Erol; **İletişim Sözlüğü**, Ankara, Bilim ve Sanat Yayınları, 2004.

MUTLU, Erol; “Popüler Kültürü Eleştirmek” **Doğu Batı**, Sayı 15, 2004, s.11-43.

MÜFTÜOĞLU, Özgür; “Kamu Kesiminde İşçi Hareketi ve Sendikalaşma”, **Türkiye Sendikacılık Ansiklopedisi 2**, İstanbul, Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı, 1998, s. 215- 218.

NEYZİ, Leyla; **Ben Kimim? Türkiye’de Sözlü Tarih, Kimlik ve Öznellik**, İstanbul, İletişim Yayınları, 2011.

NİRUN, Nihat; 12 – 24 Yaş Gençlerin Sosyo-Ekonomik Sorunları, Ankara, Gazi Üniversitesi Yayınları, 1986.

OKTAY, Ahmet; **Türkiye’de Popüler Kültür**, YKY, İstanbul, 1993.

OSKAY, Ünsal; **Yıkanmak İstemeyen Çocuklar Olalım**, İstanbul, YKY, 2000.

OSKAY, Ünsal; “Popüler Kültürün Toplumsal ortamı ve İdeolojik İşlevi Üzerine”, der. . ALEMDAR ve R. KAYA, **Kitle İletişiminde Temel Yaklaşımlar**. Ankara: Savaş Yayınları, s.163-206.

OSKAY, Ünsal; **İletişimin ABC’si**, İstanbul, Simavi Yayınevi, 1992.

OSKAY, Ünsal; **XIX. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri/Kuramsal Bir Yaklaşım**, İstanbul, Der Yayınları, 1993.

OZANKAYA, Özer; **Üniversite Öğrencilerinin Siyasal Yönelimleri**, Ankara, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları, 1966.

OZANKAYA Özer; **Türk Devrimi ve Yüksek Öğrenim Gençliği**, Ankara,

ÖNGEN, Tülin; **Prometus’un Sönmeyen Ateşi**, İstanbul, Alan Yayıncılık, 1996.

ÖNGEN, Tülin; Marksist Sınıf Kavramının ve Sınıf Analinin Ayırt Edici Özellikleri Türkiye’yi Sınıf Gerçeğiyle Anlamak, 2. Sınıf Çalışmaları Sempozyumu, İstanbul, Sosyal Araştırmalar Vakfı Yayınları, 2006.

ÖZBEK, Meral; **Popüler Kültür ve Orhan Gencebay Arabeski**, İletişim Yayınları, İstanbul, 2006.

ÖZKÖK, Ertuğrul; **İletişim Kuramları Açısından Kitlelerin Çözülüşü**, Ankara, Tan Yayınları, 1985.

ÖZPAZARCIK, İsmail; **Alaturka Hayatlar Alafranga Masallar**, İstanbul, Altın Kitaplar Yayınevi, 1998.

ÖZÜĞURLU, Metin; **Anadolu'da Küresel Fabrikanın Doğuşu**, İstanbul, Kalkedon Yayınları, 2008.

RESS, G.R.; "Yapısalcılık ve Popüler Kültür", der., Nazife Güngör, **Popüler Kültür ve İktidar**. Ankara: Vadi Yayınları. 1999. 347-367.

ROWE, David; **Popüler Kültürler** (Rock ve Sporda Haz Politikası) İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 1996.

SAKTANBER, Ayşe ve KANDİYOTİ, Deniz; **Kültür Fragmanları: Türkiye'de Gündelik Hayat**, İstanbul, Metis, 2003.

SAVRAN, Sungur; **Türkiye'de Sınıf Mücadeleleri**, İstanbul, Yordam Kitap, 2010.

SCHUDSON, Michael; "Popüler Kültürün Yeni Gerçekliği: Akademik Bilinç ve Duyarlılık", der., Nazife Güngör, **Popüler Kültür ve İktidar**, Ankara, Vadi Yayınları, S.168-200

STOREY, John; **Popüler Kültür Çalışmaları**, İstanbul, Babil Yayınları, 2000.

STOREY, John, **Cultural Theory And Popular Culture**, Harvester Wheatsheaf, New York, 1993.

SMITH, Philip; **Kültürel Kuram**, çev. Selime Güzelsarı, İbrahim Gündoğdu, İstanbul, Babil Yayınları, 2007.

SUĞUR, Nadir ve NICHOLAS, Theo; **Global İşletme, Yerel Emek, Türkiye'de İşçiler ve Modern Fabrika**, İstanbul, İletişim Yayınları, 2005.

SÜLKER, T. Yılmaz; **Türkiye'de Gençlik Hareketleri**, İstanbul, Toplumsal Dönüşüm Yayınları, 1997.

SWINGWOOD Alan; **Kitle Kültürü Efsanesi**, çev. Aykut Kansu, Ankara, Bilim ve Sanat, 1996.

TEZCAN, Mahmut; **Gençlik Sosyolojisi**, Ankara, Naturel Yayıncılık, 2003.

THOMPSON, E. P.; **İngiliz İşçi Sınıfının Oluşumu**, çev. Uygur Kocabaşoğlu, İstanbul, Birikim Yayınları, 2004.

THOMPSON, E. P.; "18th Century English Society: Class Struggle Without Class?", Class (Der: Patrick Joyce), Oxford: Oxford University Press, 1995, p.133-142.

TOMLINSON, John; **Kültürel Emperyalizm** / Eleştirel Bir Giriş, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 1999.

TOPÇUOĞLU, Hamide; **“Neleri Öğrenmek İstiyorlar?”**, Ankara, Ankara Hukuk Fakültesi Yayınları, 1966.

Türk Gençliği 98: Suskun Kitle Büyüteç Altında, Ankara, İstanbul Mülkiyeliler Vakfı, Konrad Adenauer Vakfı, 1999.

Türk Gençliği ve Katılım, İstanbul, ARI Düşünce ve Toplumsal Gelişim Derneği, 2001.

Türk Üniversite Gençliği Araştırması. Üniversite Gençliğinin Sosyo-Kültürel Profili, Ankara, Gazi Üniversitesi Yayını, 2003.

UYGUR, Nermi; **Kültür Kuramı**, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 2003.

ÜSTÜN, Mahmut; “Türkiye İşçi Hareketi Üzerine Bazı Gözlemler” **Praksis**, Sayı 8, Sınıf Tartışmaları, 2002.

WAYNE, Mike; **Marksizm ve Medya Araştırmaları**, Kilit Kavramlar ve Çağdaş Eğilimler, çev. Barış Cezar, İstanbul, Yordam, 2006.

WEBER, Max; **Sosyoloji Yazıları**, çev. Taha Parla, İstanbul, Deniz Yayınları, 2008.

WILLIAMS, Raymond; **Anahtar Sözcükler**, çev. Savaş Kılıç, İstanbul, İletişim Yayınları, 2011.

WILLIAMS, Raymond; **“Ortak Bir Kültür Fikri”**, çev. A. Özkazanç, Mürekkep, Sayı 8, 1997.

WILLIAMS, Raymond; **Kültür**, çev. Suavi Aydın, Ankara, İmge Kitapevi, 1993.

WILLIAMS, Raymond; **İkibin’e Doğru**, çev. Esen Tarım, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 1989.

YANARDAĞ, Aslıhan Akçay; “İşçi Sınıfı Oluşumunu Yeniden Düşünmek: Turizm Sektöründen Örnekler” **Toplum ve Bilim**, Sayı, 113, 2008, s.146-173.

YAYLAGÜL, Levent ve KORKMAZ, Nilüfer; **Medya, Popüler Kültür ve İdeoloji**, Ankara, Dipnot Yayınları, 2008.

YAZICI, Erdinç; **Osmanlı'dan Günümüze Türk İşçi Hareketi ve Türk Harb-İş**, Ankara, Türk Harb-İş Sendikası Eğitim Yayınları?.

YENTÜRK, Nurdan ve KURTARAN Yörük; **Türkiye'de Gençlik Çalışmaları ve Politikaları**, İstanbul, Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2008.

YURSEVER, Haluk; **Kapitalizmin Sınırları ve Toplumsal Proletarya**, İstanbul, Yordam Kitap, 2011.

ZURCHER, E. Jan ve QUATAERT Donald; **Osmanlı'dan Cumhuriyet Türkiye'si'ne İşçiler**, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2007.

ZÜHTÜ, Altan Ö; **İşçi Profili Araştırması: Eskişehir Örneği**, Eskişehir, Eskişehir Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yayınları, 2005.

## EKLER

### Ek 1. Anket Formu: Popüler Kültür ve İşçi Gençlik

#### Popüler Kültür ve İşçi Gençlik

*Bu anket formu, Mehmet Güzel tarafından Gazi Üniversitesi'nde yürütülmekte olan "Popüler Kültür ve İşçi Gençlik" başlıklı doktora tez çalışması için hazırlanmıştır. Bu kapsamda yapılan araştırmaya katkı sağlayan kişilerin bilgileri üçüncü kişi ve kurumlarla kesinlikle paylaşılmayacaktır.*

*Size uygulanan ankette kimliğinizi ortaya çıkaracak hiçbir soru (Adınız ve benzeri) bulunmamaktadır ve elde edilen veriler tamamen bilimsel amaçlarla kullanılacaktır, gizliliği korunacaktır.*

*Her bir sorunun altında yanıt seçenekleri vardır. İşaretlemelerinizi size uygun gelen seçeneğin başındaki kutucuğu karalayarak yapınız. Bazı sorularda birden fazla seçeneği işaretlemek mümkündür. Bu tür sorularda gerekli açıklama sorunun içinde verilmiştir.*

*Araştırmaya gösterdiğiniz ilgi ve sunduğunuz katkı için şimdiden teşekkür ederim...*

**01. Doğum Tarihiniz (Yıl):** \_\_\_\_\_

**02. Cinsiyetiniz:** ( ) a. Kadın ( ) b. Erkek

**03. Medeni Durumunuz:**

( ) a. Bekar ( ) b. Evli ( ) c. Boşanmış ( ) d. Dul  
( ) e. Diğer \_\_\_\_\_

**04. Doğduğunuz Yer:** \_\_\_\_\_

**05. Yaşadığınız Yer** (Lütfen semt ya da mahalle adını belirtiniz): \_\_\_\_\_

**06. Eğitim Durumunuz:** \_\_\_\_\_

**07. Aylık toplam net geliriniz nedir?**  
(Belirtiniz) \_\_\_\_\_ TL

**08. Gelirinizi yeterli buluyor musunuz?**

( ) a. Evet ( ) b. Hayır ( ) c. Kısmen

**09. Herhangi bir sosyal güvenceniz var mı?**

( ) a. Evet  
( ) b. Hayır

**10. Günde kaç saat çalışıyorsunuz?**

(Belirtiniz) \_\_\_\_\_

**11. Çalıştığınız işteki en büyük sorunuz nedir?**

(Lütfen tek seçenek belirtiniz)

( ) a. Düşük ücret  
( ) b. Çalışma saatlerinin uzun olması  
( ) c. Çalışma koşullarının ağır olması  
( ) d. İş güvencesinin olmaması  
( ) e. Yeterince boş zamanın olmaması  
( ) f. Diğer (Belirtiniz): \_\_\_\_\_

**12. Daha iyi koşullarda çalışmak ve sosyal haklar kazanmak için bir şey yapıyor musunuz?**

( ) a. Evet  
( ) b. Hayır

**13. Kendinizi öncelikle nasıl tanımlıyorsunuz?**

(Lütfen tek bir şıkkı işaretleyiniz)

( ) a. Doğduğum bölgeye göre (Sivaslı, Malatyalı, Karadenizli gibi)  
( ) b. Sosyal sınıfıma göre (İşçi gibi)  
( ) c. Taraftar (Fenerli, Galatasaraylı gibi)  
( ) d. Mesleğime göre (tamirci, teknisyen, gibi)  
( ) e. Millet (Türk, Alman gibi)  
( ) f. Sosyal sınıfıma göre (İşçi gibi)  
( ) g. Dinime göre (Müslüman, Hristiyan gibi)  
( ) h. Siyasi tercihime göre (CHP'li AKP'li gibi)  
( ) i. Cinsiyetime göre (Kadın, erkek gibi)  
( ) j. Politik görüşüme göre (Sağcı, Solcu gibi)  
( ) k. Çevreci  
( ) l. Feminist  
( ) m. Hayvansever  
( ) n. Diğer (belirtiniz): \_\_\_\_\_

**14. İş dışında kalan boş zamanlarınızda en çok nerede vakit geçiriyorsunuz?**

(Lütfen **tek bir şık**ı işaretleyiniz)

- ☐ a. Evde  
☐ b. Kahvehanede  
☐ c. Kafelerde  
☐ d. İstinye Park, Cevahir, Metrocity gibi alışveriş merkezlerinde  
☐ e. Sokakta  
☐ f. Spor kulübü, dernek ve vakıf gibi yerlerde  
☐ g. Spor salonlarında  
☐ h. İnternet kafede  
☐ i. Diğer

**15. İş dışında kalan boş zamanlarınızda en çok neye zaman ayırıyorsunuz?**

(Lütfen **tek bir şık**ı işaretleyiniz)

- ☐ a. Televizyon izlemeye  
☐ b. İnternet  
☐ c. Gazete okumaya  
☐ d. Kitap okumaya  
☐ e. Siyasete  
☐ f. Aileme  
☐ g. Spora  
☐ h. Hobilerime yönelik kurslara gitmeye  
☐ i. Gezi- seyahat  
☐ j. Alışveriş  
☐ k. Diğer

**16. Sinemaya gider misiniz?**

- ☐ a. Hiçbir zaman gitmem  
☐ b. Nadiren giderim  
☐ c. Bazen giderim  
☐ d. Çoğu zaman giderim  
☐ e. Her zaman giderim

**17. Tiyatroya gider misiniz?**

- ☐ a. Hiçbir zaman gitmem  
☐ b. Nadiren giderim  
☐ c. Bazen giderim  
☐ d. Çoğu zaman giderim  
☐ e. Her zaman giderim

**18. Hayatınızda hiç sanat galerisine gittiniz mi?**

- ☐ a. Evet  
☐ b. Hayır

**19. Bilgisayarınız var mı?**

- ☐ a. Evet  
☐ b. Hayır

**20. Günde kaç saat TV izliyorsunuz?**

Belirtiniz: \_\_\_\_\_

**21. Cep telefonunuz var mı?**

- ☐ a. Evet (kaç adet belirtiniz) \_\_\_\_\_  
☐ b. Hayır

**22. İnternet kullanıyor musunuz?**

- ☐ a. Evet  
☐ b. Hayır

**23. İnterneti en çok hangi amaçla ve ne sıklıkla kullanıyorsunuz?**

- |                                                     |                                  |                                       |                                 |                              |
|-----------------------------------------------------|----------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> a. İletişim / e posta      | <input type="checkbox"/> Sık Sık | <input type="checkbox"/> Arada sırada | <input type="checkbox"/> Seyrek | <input type="checkbox"/> Hiç |
| <input type="checkbox"/> b. Haber okumak            | <input type="checkbox"/> Sık Sık | <input type="checkbox"/> Arada sırada | <input type="checkbox"/> Seyrek | <input type="checkbox"/> Hiç |
| <input type="checkbox"/> c. Araştırma, bilgi arama  | <input type="checkbox"/> Sık Sık | <input type="checkbox"/> Arada sırada | <input type="checkbox"/> Seyrek | <input type="checkbox"/> Hiç |
| <input type="checkbox"/> d. Chat – sohbet           | <input type="checkbox"/> Sık Sık | <input type="checkbox"/> Arada sırada | <input type="checkbox"/> Seyrek | <input type="checkbox"/> Hiç |
| <input type="checkbox"/> e. Arkadaşlık kurmak için  | <input type="checkbox"/> Sık Sık | <input type="checkbox"/> Arada sırada | <input type="checkbox"/> Seyrek | <input type="checkbox"/> Hiç |
| <input type="checkbox"/> f. Siyasi içerikli siteler | <input type="checkbox"/> Sık Sık | <input type="checkbox"/> Arada sırada | <input type="checkbox"/> Seyrek | <input type="checkbox"/> Hiç |
| <input type="checkbox"/> g. Film / müzik indirmek   | <input type="checkbox"/> Sık Sık | <input type="checkbox"/> Arada sırada | <input type="checkbox"/> Seyrek | <input type="checkbox"/> Hiç |
| <input type="checkbox"/> h. Oyun oynamak            | <input type="checkbox"/> Sık Sık | <input type="checkbox"/> Arada sırada | <input type="checkbox"/> Seyrek | <input type="checkbox"/> Hiç |
| <input type="checkbox"/> i. İş arama                | <input type="checkbox"/> Sık Sık | <input type="checkbox"/> Arada sırada | <input type="checkbox"/> Seyrek | <input type="checkbox"/> Hiç |
| <input type="checkbox"/> j. Alışveriş               | <input type="checkbox"/> Sık Sık | <input type="checkbox"/> Arada sırada | <input type="checkbox"/> Seyrek | <input type="checkbox"/> Hiç |
| <input type="checkbox"/> k. Cinsel içerikli siteler | <input type="checkbox"/> Sık Sık | <input type="checkbox"/> Arada sırada | <input type="checkbox"/> Seyrek | <input type="checkbox"/> Hiç |
| <input type="checkbox"/> l. Diğer _____             | <input type="checkbox"/> Sık Sık | <input type="checkbox"/> Arada sırada | <input type="checkbox"/> Seyrek | <input type="checkbox"/> Hiç |

**24. İnternette en çok hangi sosyal ağı kullanıyorsunuz?** (Lütfen tek bir şıkkı işaretleyiniz)

- ☐ a. Facebook  
☐ b. Siberalem, yonja, İstanbul.net gibi doğrudan arkadaşlık siteleri)  
☐ c. Twitter  
☐ d. Diğer \_\_\_\_\_

**25. Televizyon izler misiniz?**

- ☐ a. Hiçbir zaman izlemem  
☐ b. Nadiren izlerim  
☐ c. Bazen izlerim  
☐ d. Çoğu zaman izlerim  
☐ e. Her zaman izlerim

**27. Ne tür müzik dinliyorsunuz?**

**28. Gazete okur musunuz?**

- ☐ a. Hiçbir zaman okumam  
☐ b. Nadiren okurum  
☐ c. Bazen okurum  
☐ d. Çoğu zaman okurum  
☐ e. Her zaman okurum

**29. Gazetede en çok hangi bölümü okursunuz?**  
(Lütfen tek bir şıkkı işaretleyiniz)

- ☐ a. Birinci sayfa haberleri  
☐ b. Siyasi haberler  
☐ c. Kültür sanat haberleri  
☐ d. Spor haberleri  
☐ e. Ekonomi haberleri  
☐ f. Magazin haberleri  
☐ g. Diğer

**26. Televizyonda hangi programları izliyorsunuz?**

- |                                               |                                  |                                       |                                 |                              |
|-----------------------------------------------|----------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> a. Haber             | <input type="checkbox"/> Sık Sık | <input type="checkbox"/> Arada sırada | <input type="checkbox"/> Seyrek | <input type="checkbox"/> Hiç |
| <input type="checkbox"/> b. Tartışma          | <input type="checkbox"/> Sık Sık | <input type="checkbox"/> Arada sırada | <input type="checkbox"/> Seyrek | <input type="checkbox"/> Hiç |
| <input type="checkbox"/> c. Spor programları  | <input type="checkbox"/> Sık Sık | <input type="checkbox"/> Arada sırada | <input type="checkbox"/> Seyrek | <input type="checkbox"/> Hiç |
| <input type="checkbox"/> d. Diziler           | <input type="checkbox"/> Sık Sık | <input type="checkbox"/> Arada sırada | <input type="checkbox"/> Seyrek | <input type="checkbox"/> Hiç |
| <input type="checkbox"/> e. Müzik programları | <input type="checkbox"/> Sık Sık | <input type="checkbox"/> Arada sırada | <input type="checkbox"/> Seyrek | <input type="checkbox"/> Hiç |
| <input type="checkbox"/> f. Magazin           | <input type="checkbox"/> Sık Sık | <input type="checkbox"/> Arada sırada | <input type="checkbox"/> Seyrek | <input type="checkbox"/> Hiç |
| <input type="checkbox"/> g. Yarışma           | <input type="checkbox"/> Sık Sık | <input type="checkbox"/> Arada sırada | <input type="checkbox"/> Seyrek | <input type="checkbox"/> Hiç |
| <input type="checkbox"/> h. Belgesel          | <input type="checkbox"/> Sık Sık | <input type="checkbox"/> Arada sırada | <input type="checkbox"/> Seyrek | <input type="checkbox"/> Hiç |
| <input type="checkbox"/> i. Film              | <input type="checkbox"/> Sık Sık | <input type="checkbox"/> Arada sırada | <input type="checkbox"/> Seyrek | <input type="checkbox"/> Hiç |
| <input type="checkbox"/> l. Diğer _____       | <input type="checkbox"/> Sık Sık | <input type="checkbox"/> Arada sırada | <input type="checkbox"/> Seyrek | <input type="checkbox"/> Hiç |

(Lütfen tek bir şıkkı işaretleyiniz)

- ☐ a. Türk Halk Müziği  
☐ b. Türk Sanat Müziği  
☐ c. Arabesk  
☐ d. Türkçe Pop  
☐ e. Yabancı Pop  
☐ f. Protest  
☐ g. Özgün  
☐ h. Tasavvuf / dini  
☐ i. Yabancı Müzik  
☐ g. Rap - Hip Hop  
☐ h. Rock  
☐ i. Klasik Müzik  
☐ j. Diğer \_\_\_\_\_

**30. Kitap okur musunuz?**

- ☐ a. Hiçbir zaman okumam  
☐ b. Nadiren okurum  
☐ c. Bazen okurum  
☐ d. Çoğu zaman okurum  
☐ e. Her zaman okurum

**31. En çok neye harcama yapıyorsunuz?**

(Lütfen tek bir şıkkı işaretleyiniz)

- ☐ a. Giysi
- ☐ b. Cep telefonu
- ☐ c. Giysi
- ☐ d. Eğlence
- ☐ e. Gıda
- ☐ f. İçki
- ☐ g. Sigara
- ☐ h. Bilgisayar
- ☐ i. Kitap
- ☐ j. Dergi
- ☐ k. Diğer

**32. Şans oyunları oynuyor musunuz?**

- ☐ a. Evet
- ☐ b. Hayır

**33. Şans oyunlarını hangi sıklıkta oynuyorsunuz?**

- ☐ a. Her gün
- ☐ b. Haftada birkaç gün
- ☐ c. Sadece hafta sonları
- ☐ d. Ayda bir
- ☐ e. Diğer \_\_\_\_\_

**34. Nasıl bir eğlence anlayışınız var?**

(Örneğin evde mi eğlenirsiniz, türkü bara mı gidersiniz, maç mı izlersiniz, içki mi içersiniz, konsere mi gidersiniz?)

(Belirtiniz) \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

**35. Elinize büyük miktarda para geçse en çok ne yapmak isterdiniz? (Lütfen tek bir şıkkı işaretleyiniz)**

- ☐ a. İş kurardım
- ☐ b. Bağış yapardım
- ☐ c. Yurt dışına giderdim
- ☐ d. Eğitimime harcardım
- ☐ e. Çalışmazdım
- ☐ f. Ev alırdım
- ☐ g. Araba alırdım
- ☐ h. Diğer \_\_\_\_\_

**36. Gerçekleşmesini istediğiniz en büyük hayaliniz nedir?**

Belirtiniz: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

**37. Hayalinizin gerçekleşmesi için en çok neye ihtiyacınız var?**

Belirtiniz: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

**38. Hayalinizin gerçekleşme olasılığını nasıl görüyorsunuz?**

- ☐ a. Hiçbir zaman gerçekleşmeyecek
- ☐ b. Düşük
- ☐ c. Orta
- ☐ d. Yüksek
- ☐ e. Kesin gerçekleşecek

**39. Şu an ki yaşamınızdan memnun musunuz?**

- ☐ a. Hiç memnun değilim
- ☐ b. Az memnunum
- ☐ c. Az çok memnunum
- ☐ d. Çok memnunum
- ☐ e. Kesinlikle memnunum

**40.Üyesi olduğunuz dernek, vakıf, kulüp, meslek odası gibi herhangi bir sivil toplum kuruluşu var mı?**

- ☐ a. Evet
- ☐ b. Hayır

**41. Üye olduğunuz dernek, vakıf kulüp gibi sivil toplum kurulunun niteliği nedir?**

- ☐ a. Mahalle derneği
- ☐ b. Memleket dernekleri
- ☐ c. Meslek dernekleri
- ☐ d. Spor kulüpleri /derneği
- ☐ e. Yardım dernekleri
- ☐ f. Eğitim kültür dernekleri
- ☐ g. Dini cemaat/ vakıf/ gruplar
- ☐ h. Gençlik derneği
- ☐ i. Çevre derneği
- ☐ j. Diğer \_\_\_\_\_

**42. Herhangi bir sendikaya üye misiniz?**

- ☐ a. Evet  
☐ b. Hayır

**43. Siyasetle aktif olarak ne sıklıkla ilgileniyorsunuz?**

- ☐ a. Hiçbir zaman ilgilenmem  
☐ b. Nadiren ilgilenirim  
☐ c. Bazen ilgilenirim  
☐ d. Çoğu zaman ilgilenirim  
☐ e. Her zaman ilgilenirim

**44. Herhangi bir siyasi partiye üye misiniz?**

- ☐ a. Evet  
☐ b. Hayır

**45. Beğendiğiniz bir lider var mı?**

Belirtiniz \_\_\_\_\_

**46. 29 Mart 2009 yerel seçimlerde oy kullandınız mı?**

- ☐ a. Evet  
☐ b. Hayır

**47. Oy verdiğiniz partiyi tercih etme nedeniniz?**

- ☐ a. Genel başkanı / lideri nedeniyle  
☐ b. Siyasi görüşlerime yakın  
☐ c. Yürüttüğü politikaları beğeniyorum  
☐ d. Sorunlarımı çözeceğini düşünüyorum  
☐ e. Ailem de o partiye oy verdiği için  
☐ f. Arkadaş çevrem de o partiye oy verdiği için  
☐ g. Başka alternatif olmadığı için  
☐ h. Diğer \_\_\_\_\_

Dikkatiniz ve sabrınız için teşekkürler....

## ÖZET

GÜZEL, Mehmet. Popüler Kültür ve İşçi Gençlik, Doktora Tezi, Ankara, 2013

Bu çalışma işçi gençlik üzerine yoğunlaşmaktadır. Araştırma ile Türkiye’de işçi gençliğin kültürel kodları üzerine bir inceleme yapılmıştır. Araştırma, çeşitli sektörlerde çalışan işçi gençliğe uygulanan anket sonucunda elde edilen verilerin değerlendirilmesinden oluşmaktadır.

Araştırmada, gençliğin önemli bir bölümünü oluşturan işçi gençliğin yaşam biçimi, kimlik profilleri, özel hayatı, iş yaşamı, sosyal ve kültürel yaşamı ile siyasal yaşamına dair veriler popüler kültür olgusu çerçevesinde ele alınmıştır. İşçi gençliğin kapsamı ve karşılığı oto sanayi siteleri, tekstil fabrikaları, konfeksiyon atölyeleri, ilaç fabrikaları, metal sanayi, gıda imalat ve matbaa atölyelerinde kol emeğine dayalı işlerde çalışan; düşük gelir düzeyine sahip, kentin genellikle yoksul semtlerinde yaşayan 15-29 yaş arasındaki gençlik kesiti olarak belirlenmiştir.

Bu çalışmada, İstanbul gibi metropol bir kentte yaşayan işçi gençliğin, sosyo-kültürel özellikleri incelenerek, gençlerin yaşam biçimleri, kimlik profilleri, iş yaşamının özellikleri, siyaset, tüketim, moda ve eğlence anlayışları özetle popüler kültür ortamıyla kurdukları bağ ele alınmıştır. Çalışma ile işçi sınıfının önemli bir bölümünü temsil eden işçi gençliğin kendine özgü kültürel değerleri yaratma koşulları ve popüler kültürden nasıl etkilendiğinin ortaya konulması amaçlanmıştır.

İşçi gençlik üzerine yoğunlaşan bu araştırma üç bölümden oluşmuştur. Birinci bölümde kültür ve popüler kültür kavramları açıklanmıştır. İkinci bölümde, İkinci bölümde, sınıf olgusundan başlayarak, sınıf kültürü ve işçi sınıfı kavramları tartışılmış, Türkiye’deki işçi sınıfının tarihsel gelişimi işçi gençlik ve popüler kültür olgusu bağlamında ele alınmıştır. Üçüncü bölümde, alan araştırması ile elde edilen veriler ortaya konarak elde edilen veriler ışığında bir değerlendirme yapılmıştır.

### **Anahtar Kelimeler:**

1. Popüler Kültür
2. İşçi Gençlik
3. İşçi Sınıfı
4. Sınıf Kültürü

### **ABSTRACT**

GÜZEL, Mehmet. Popular Culture and Youth laborer, Ph. Doctoral Thesis, Ankara, 2013

This study focuses on youth labourers. Youth laborers' culturel code in Turkey is examined via this research. This research comprises of the data which comes from the questinaires that has been applied to youth labourers who work in different areas.

In this study, the life style of youth labourers', their identity profiles, private lives, professinal careers, social and culturel life and political views evaluated within the framework established by the phenomenon of popular culture. The scope of youth labourers is specifed by the workers who work in auto repair services, textile factories, drug production facilities, metal indutry, food&beverage and printing press industry with a low-level income. They are also suburban and between the age of 15 and 29.

In this study, firstly, socio-culturel characteristic of youth labourers who lives in a metropol city like Istanbul was examined carefully. Then the link which they established with young people's life style, personal profiles, politics, fashion, consumption and entertainment, which means the link that they established with popular culture was evaluated. The main purpose of this study is to state conditions of building their specific society values of the youth labourers who represent an important amount of the labor force.

This study which focuses on youth labourers, comprises there main parts. In the first part culture and popular culture notions were explained. In the second part, the phenomenon of class, class culture and the history of the class in Turkey were analysed deeply and the link was established with youth labourers. In the third part, data which comes from the research were placed. And finally in the last part, you can find an evaluation from the result of the research.

**Key words:**

1. Popular Culture
2. Youth Labourer
3. Working Class
4. Class Culture