

T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO TELEVİZYON SİNEMA ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

SON DÖNEM ANAAKIM TÜRKİYE
SİNEMASININ POPÜLER KÜLTÜR
KURAMLARI AÇISINDAN İNCELENMESİ

HAKAN KÜRKÇÜOĞLU

2501150562

TEZ DANIŞMANI
PROF. DR. NİLÜFER TİMİŞİ NALÇAOĞLU

İSTANBUL - 2018



T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



YÜKSEK LİSANS
TEZ ONAYI

ÖĞRENCİNİN;

Adı ve Soyadı : Hakan KÜRKÇÜOĞLU Numarası : 2501150562
Anabilim Dalı / Anasanat Dalı / Programı : Radyo TV Sinema Anabilim Dalı Danışmanı : Prof. Dr. Nilüfer TİMİSİ NALÇAOĞLU
Tez Savunma Tarihi : 17.09.2018 Saati : 13.30
Tez Başlığı : Son Dönem Anaakım Türkiye Sinemasının Popüler Kültür Kuramları Açısından İncelenmesi

TEZ SAVUNMA SINAVI, İÜ Lisansüstü Eğitim-Öğretim Yönetmeliği'nin 36. Maddesi uyarınca yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin KABULÜNE OYBİRLİĞİ ~~HOYÇOKLUĞUYLA~~ karar verilmiştir.

JÜRİ ÜYESİ	İMZA	KANAATİ (KABUL / RED / DÜZELTME)
1- Prof. Dr. Nilüfer TİMİSİ NALÇAOĞLU		KABUL
2- Dr. Öğr. Üyesi Onur AKYOL		KABUL
3- Dr. Öğr. Üyesi Tülin SEPETÇİ		KABUL

YEDEK JÜRİ ÜYESİ	İMZA	KANAATİ (KABUL / RED / DÜZELTME)
1- Dr. Öğr. Üyesi İlkay NİŞANCI		
2- Dr. Öğr. Üyesi Asuman KUTLU		

ÖZ

SON DÖNEM ANAAKIM TÜRKİYE SİNEMASININ POPÜLER KÜLTÜR KURAMLARI AÇISINDAN İNCELENMESİ

HAKAN KÜRKÇÜOĞLU

Bu çalışmada amaçlanan öncelikle Son Dönem Türkiye Sineması'nı bir dönem olarak okumak ve bu bağlamda sinemanın bir popüler kültür ürünü olduğu varsayımıyla bu dönemin bir analizini yapmaktır. Bu analiz yapılırken, konuyu olumlu ya da olumsuz bir yaklaşımla ele alan popüler kültür kuramlarından yararlanılmıştır. Tezin ilk bölümünde popüler kültüre ilişkin önemli eserler, düşünceler ve kavramsallaştırmalar ele alınmıştır. İkinci bölümde ise öncelikle yakın dönemde Türkiye'de yaşanan toplumsal, kültürel ve ekonomik değişimler ele alınmış, bu değişimler çerçevesinde Türkiye'de popüler kültür ve Son Dönem Türkiye Sineması değerlendirilmiştir. Daha sonra, ekonomi politik perspektifinden, Türkiye sinemasının üretim, dağıtım ve gösterim boyutundaki güncel koşullar ve bu koşulların sinemaya olan etkisi incelenmiş ve endüstriyel film üretiminde bir tekelleşme ve oligopoli eğilimi olduğu saptanmıştır. Bu eğilim, Türkiye'deki film üretimi süreçlerinde doğrudan ya da dolaylı olarak etkili olmakta, film endüstrisini şekillendirmektedir. Özellikle dağıtım ve gösterim sektörleri bir filmin hangi salonlarda kaç kopyayla gösterime gireceği, kaç hafta gösterimde kalacağı gibi konularda son derece belirleyici bir rol oynamaktadır. Bu durum gösterime giren filmlerin gişe başarısı elde etmesinde ve popülerleşmesindeki önemli faktörlerden biridir. Son olarak, yakın dönem Türkiye sinemasında belirgin bir türleşme eğilimi olduğu varsayımından hareket ederek, sinema ve popüler kültür bağlamında "tür" kavramı analiz edilmiştir. Türleşmenin popüler sinemanın genel yapısının şekillenmesi üzerinde oldukça önemli bir etkisi vardır. Bu nedenle, yakın dönemin sinemasını incelerken, tek tek tür başlıklarının altında, yakın dönemde üretilmiş filmlerin tema ve anlatı yapısı incelenmiştir. Yakın dönemin filmlerinin, birbirleriyle olan benzerlikleri ve ortak yanları saptanmıştır. Bu bölümde, anaakım sinemada, türlerin kendine özgü yapılarının olduğu ve genel olarak özgün anlatı biçimlerinin ve temaların ortaya çıkmadığı, başarısı test edilmiş formüllerin ve kodların tekrarlandığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Popüler Kültür, Sinema, Son Dönem Türkiye Sineması, Popüler Sinema, Film Endüstrisi, Türleşme.

ABSTRACT

THE ANALYSE OF THE RECENT PERIOD TURKISH CINEMA WITHIN THE THEORIES OF POPULAR CULTURE

HAKAN KÜRKÇÜOĞLU

In this work it is aimed to read the Recent Period Turkish Cinema as a period and to analyse this period with the assumption that cinema is a product of popular culture in this context. During the analysing process, theories of popular culture which approach the subject positively or negatively were consulted. In the first part of the thesis important works concerning popular culture, ideas and conceptualizations were discussed. In the second part especially social, cultural and economic changes especially in recent Turkish history were examined, the popular culture in Turkey and Recent Period Turkish Cinema were evaluated within this context. Later, from the point of political economic view, the contemporary conditions of production, distribution and screening aspect and the influence these conditions have on cinema were studied and that there is a monopolisation and oligopoly tendency in industrial film production was detected. This tendency is directly or indirectly effective in the film production process in Turkey and is shaping the film industry. Especially the distribution and screening sectors play a profoundly determining role in matters such as which theatres and with how many copies a film will be screened and how many weeks will it stay in screening. This situation is one of the important factors in a films box office success and popularisation. Finally, with the assumption that there is a certain tendency of genrefication, the term “genre” was analysed within the context of cinema and popular culture. Genrefication has a very important impact on shaping of the general structure of popular cinema. Therefore, while examining the recent period cinema, under each genre title, the themes and narrative construction were examined too. Similarities and common points of recent period film were determined. In this chapter it was determined that in mainstream cinema the genres with their own kind of structures and original narrative forms and themes do not emerge, yet formulas and codes whose success was tested are repeated.

Keywords: Popular Culture, Cinema, Recent Period Turkish Cinema, Popular Cinema, Film Industry, Genrefication.

ÖNSÖZ

Popüler kültüre ilişkin kuramlardaki görüş ayrılıkları taban tabana zıtlıklar içerebilse de, sinemanın popüler kültürün en önemli araçlarından biri olduğu konusunda geniş bir mutabakat vardır. Dolayısıyla, özellikle anaakım sinema hakkında yapılan her çalışma, bir yandan kültürün ve toplumun yapısına dair birtakım olguları anlamlandırmaya yöneliktir. Bu nedenle, bu çalışmada Son Dönem Anaakım Türkiye Sineması, öncelikle, tıpkı Yeşilçam gibi kendine özgü özellikleri olan bir dönem olarak kabul edilmiş ve popüler kültür bağlamında değerlendirilmiştir.

Hem derslerde hem de bu tezin hazırlanmasında bana kattıkları ve emekleri için değerli hocam ve danışmanım Prof. Dr. Nilüfer TİMİSİ NALÇAOĞLU'na, tezin yazım sürecindeki desteği ve katkıları için Dr. Öğr. Üyesi Tülin SEPETCİ'ye, yüksek lisansın hem ders hem de tez aşamasında bilgi ve birikiminden faydalandığım Prof. Dr. Hasan AKBULUT'a, destekleyici ve yol gösterici tutumlarını hiçbir zaman eksik etmeyen Prof. Dr. Himmet HÜLÜR ve Doç. Dr. Selami ÖZSOY'a, tez jürisi aşamasındaki değerli katkıları için Dr. Öğr. Üyesi Onur AKYOL'a ve tez konumla ilgili okumalar yaparken değerlerinin ne kadar az bilindiğini bir kez daha fark ettiğim tüm akademisyen ve yazarlara teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

	<i>Sayfa</i>
ÖZ	iii
ABSTRACT	iv
ÖNSÖZ	v
TABLolar LİSTESİ	viii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

KÜLTÜR VE POPÜLER KÜLTÜRÜN KAVRAMLARININ KURAMSAL ANALİZİ

1.1. Kültür ve Popüler Kültür Kavramlarına Genel Bakış.....	5
1.2. Frankfurt Okulu, Kitle Kültürü ve Kültür Endüstrisi.....	10
1.3. Popüler Kültüre (Kısmen) Olumlu Yaklaşımlar.....	22
1.4. Popüler Kültüre Olumsuzlayıcı Yaklaşımlar.....	31

İKİNCİ BÖLÜM

TÜRKİYE’DE POPÜLER KÜLTÜR VE SİNEMA

2.1. 1980 Sonrası Türkiye ve Popüler Kültür.....	36
2.2. Son Dönem Türkiye Sineması’na Bakış.....	43

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SON DÖNEM ANAAKIM TÜRKİYE SİNEMASI’NIN ANALİZİ

3.1. Araştırmanın Konusu.....	47
3.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	47

3.3. Araştırmanın Yöntemi ve Sınırlılıklar.....	48
3.4. Son Dönem Türkiye Sinemasının Ekonomi Politikası ve Sektördeki Tekelleşme Eğilimleri.....	49
3.5. Son Dönem Anaakım Türkiye Sineması’nda Tür, Tema ve Anlatı Analizi.....	58
3.5.1. Komedi Filmleri.....	61
3.5.2. Melodram Filmleri.....	65
3.5.3. Epik Filmler.....	68
3.5.4. “Thriller” Türünde Filmler.....	70
SONUÇ.....	73
KAYNAKÇA.....	76

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1. : 2007-2017 Arası Gösterime Giren Yerli Film, Seyirci ve Hasılat Sayıları.....	50
Tablo 2. : Tüm Zamanların En Çok İzlenen Yerli Komedi Filmleri.....	52
Tablo 3. : Tüm Zamanların En Çok İzlenen 30 Yerli Filmi.....	58

GİRİŞ

Bir toplumun kültürel dünyası ve sanatı birbirini döngüsel olarak etkiler, dönüştürür ve değiştirir. Bu etkileşimi incelemek popüler kültür, sanat ve toplumsal yapı hakkında yapılabilecek yorumlar açısından önemlidir. Kültüre ve topluma dair yapılacak her inceleme aynı zamanda insanın varoluşuna yöneliktir. Bu nedenle kültürel çalışmalar, tüm sosyal bilimlerin içerisinde önemli bir disiplin olarak yer almaktadır.

Sinema, gazete; radyo; televizyon gibi enformasyon niteliği de taşıyan diğer iletişim araçlarından farklı olarak, en başından beri bir eğlence aygıtı olarak tasarlanmış ve yayılmıştır. Daha sonraki süreçte ise popüler kültürün ve kültür endüstrilerinin en güçlü araçlarından biri olmuştur. Ancak, yine diğer iletişim araçlarından farklı olarak, sinema aynı zamanda bir sanat dalı olarak da kabul edilmektedir. Bu bağlamda, sinema ve popüler kültür ilişkisi üzerinde yapılan çalışmalar, hem “yedinci sanat” olarak anılan hem de en güçlü kitle iletişim araçlarından biri olan sinemanın kültürel alandaki işlevlerini saptamak bakımından önemlidir.

Modernite öncesi toplumlarda kültürel yapıyı yönetenlere ve yönetilenlere ait olduğunu söyleyebileceğimiz yüksek kültür ve alçak kültür olarak ikiye ayırmak mümkündü. Bu ayrımın halen yapılıp yapılamayacağı kültür konusunda eser üreten kuramcılar tarafından tartışılmaktadır. Sanayii devriminden günümüze kadar olan süreçte, toplumun yapısı giderek daha karmaşık bir hal almıştır. Günümüzde kültür, teknolojik araçların hızlı gelişimiyle, oldukça dinamik ve akışkan bir hale gelmiştir. Bilgiye ve farklı kültürel mecralara ulaşım kolaylaşmıştır. Bunun sonucunda yüksek kültür ve alçak kültür arasındaki sınır giderek bulanıklaşmıştır. Yüksek ve alçak kültürler arasındaki geçişken durumun büyümesinin yanında bireyin farklı kültürel yapılardan farklı seçimler yaptığı eklektik bir kültür de söz konusudur. Fakat bütün

bu karmaşıklığa rağmen iki kültürel yapı arasındaki egemenlik mücadelesi devam etmektedir ve bir yandan bu mücadele halen sınıfsal yapıya dayanmaktadır.

Yüksek kültür – alçak kültür karşıtlığındaki ikinci kavramın yerine, her biri farklı okumaları da temsil eden, popüler kültür, halk kültürü, kitle kültürü, kültür endüstrisi gibi kavramlar da kullanılmaktadır. Bu çalışmanın başlığında “popüler kültür” teriminin kullanılma sebebi öncelikle diğerlerine göre daha kapsayıcı bir alanı ifade etmesi ve daha tarafsız bir çağrışıma sahip olmasıdır. Popüler kültür incelemeleri genel olarak ilgili konuya yaklaşımlarına göre olumludan olumsuz giden bir eksenle yapılmaktadır. Olumsuz eleştirilerde genellikle kitle kültürü veya kültür endüstrisi terimlerini kullanılmaktadır. Kitle kültürü eleştirilerinin bazılarının dayanağında, halk kültürüne, otantikliğe, yerelliğe, “öz”e, kültürel saflığa karşı duyulan sempati ve bunlara dönük nostaljik bir arayış vardır. Bu tür eleştirilerin motivasyon nedeni ise farklı düşünce ekollerine göre farklılık gösterir. Örneğin; sağ görüşlü biri için milli değerler ve yerellik, sol görüşlü biri için toplumculuk ön plana çıkabilir. Ancak içinde bulunduğumuz post-modern çağda saf bir halk kültürüne dönüşün imkanı pek görünmemektedir. Günümüzde kürselleşme ve kitle iletişim araçlarının etkisi, internetin yaygınlaşması ve kullanımının kolaylaşmasıyla, en “saf” halk kültürü dahi popüler kültürün etkisindedir. Bu nedenle bu çalışmada, popüler kültür incelenirken günümüzün kültürel yapısının karmaşıklığı ve eklektik yapısı göz önüne alınmıştır.

Popüler kültürün ne olduğuna ve nasıl tanımlanması gerektiğine dair tanımlar ve konuyla ilgili önemli kavramlar tezin ilk bölümünde tartışılmaktadır. Bu kısımda popüler kültüre ilişkin literatür yaklaşımlarındaki farklılıklara göre dörde ayrılmıştır; (1) popüler kültürü geniş halk kitlelerinin değersiz kültürü olarak gören seçkinci yaklaşımlar, (2) Frankfurt Okulu’nun merkezinde olduğu, popüler kültüre genel olarak olumsuz bir tavır almakla birlikte toplumcu/eleştirel bakışı benimseyen yaklaşımlar, (3) popüler kültüre kısmen olumlu bakan ve onda bir çeşit direniş ve muhalefet imkanı gören yaklaşımlar, (4) popüler kültürün bireysel ve toplumsal beğenilerle şekillendiğini savunan ve popüler kültürü olumlayıcı bir bakışla ele alan yaklaşımlar. Bunlardan ilki, günümüzün kuramsal anlayışlarına göre aşırıya varan

seçkin ve tutucu bir anlayışa sahip olması nedeniyle kuramsal güncelliğini kaybetmiştir. Bu nedenle bu türden yaklaşımlara ayrı bir başlık ayrılmamış, ancak birinci bölüm içerisinde yüzeysel olarak değinilmiştir. Popüler olan genel olarak egemen kültürel söylemlerin ve beğenilerin yeniden üretimini hızlı bir şekilde gerçekleştirirken, bazen de beklenmedik şekilde bu söylemlerin önüne geçebilir, ya da yaygın beğenileri şekillendirebilir. Bu çalışmanın birinci bölümünde genel itibarıyla bu duruma dair tartışmalar ele alınmıştır.

Türkiye'nin sinema tarihinde popüler film üretiminin yoğunlaştığı, ve yerli sinemanın bir "endüstri" olarak işlev gördüğü iki dönemden bahsedilebilir. Bunlardan ilki Yeşilçam Dönemi'dir. İkincisi ise bu çalışmada "Son Dönem Türkiye Sineması" olarak bahsedilen, Yavuz Turgul'un *Eşkya* (1996) filminden sonra başlayıp günümüze kadar devam eden süreçtir. Bu tez, tıpkı Yeşilçam Dönemi'nin kendine özgü bazı özellikleri olduğu gibi içinde bulunduğumuz, ancak belki henüz adı konulmamış son dönemin de aynı şekilde birtakım özelliklerinin olduğu varsayımından hareketle -popüler kültürün araçları ve ürünleri bağlamında- bu dönemin bir betimlemesini yapmaya çalışmaktadır. Çalışmanın temel amacı popüler kültürün hem aracı hem de ürünü olarak "Son Dönem Türkiye Sineması"nı anlamlandırmaktır. Bu nedenle bu analizi gerçekleştirmeye yardımcı olacak popüler kültür kuramları, çalışmanın ilk bölümünde tartışılmıştır. İkinci bölümde ise bu kuramlardan yararlanarak Türkiye'de popüler kültür ve anaakım sinema incelenmiştir. Bu bölümün ilk başlığı altında, yakın dönemde Türkiye'de popüler kültürün nasıl şekillendiği ve bu bağlamda Son Dönem Türkiye Sineması'nın nasıl dönemlendirilebileceği analiz edilmiştir. Özellikle 1980 darbesi sonrası oluşan süreç ve neo-liberalizm'in Türkiye'de popüler kültüre ve sinemaya olan etkisi bu kısımda değerlendirilmiştir.

Popüler kültüre dair başlıca tartışma konularından biri, kültürün bu alanının oluşumunda izleyici beğenilerinin mi yoksa sermaye ve iktidarın mı daha belirgin rol oynadığıdır. Bu sorunsalın cevabını aramak amacıyla, ikinci bölümdeki "Son Dönem Türkiye Sinemasının Ekonomi Politikası ve Tekelleşme Eğilimleri" başlığı altında Son Dönem Türkiye Sineması'nın maddi koşulları incelenmiştir. Böylelikle, ekonomi

politik perspektifinden bakarak, endüstriyel sinemanın üretim, dağıtım ve gösterim olmak üzere üç önemli sacayağına dair sayısal verileri ortaya koyulmuş, yerli sinema üzerindeki sermaye etkisi tartışılmış, maddi koşullarının film üretimini nasıl etkilediğini saptanmıştır.

“Son Dönem Türkiye Sineması’nda Tür, Tema ve Anlatı Analizi” başlığı altında ise belirli film türleri altında yoğunlaşmış olan, anaakım filmler incelenmiştir. Son dönemin filmlerinde belirgin bir türleşme eğilimi gözlemlendiğinden, üretilen filmlerin yoğunlaştığı türler alt başlıklarda incelenmiştir. Böylelikle hem yerli sinemadaki türleşme, hem de üretimin yoğunlaştığı türlerin kendine özgü koşulları değerlendirilmiş ve Son Dönem Türkiye Sineması’nda öne çıkan temalar ve anlatı tarzları irdelenmiştir.

Bu çalışmada, yöntem olarak, birinci ve ikinci bölümde literatür taraması yapılmış, üçüncü bölümde ise incelenen literatürün ışığında, ekonomi politik ve betimsel analiz yöntemleri uygulanmıştır. Bir filmin popülerliğini belirleyen temel faktör izlenme sayısı olduğundan, *Box Office Türkiye* adlı internet sitesinde yayınlanan, seyirci ve hasılat sayıları referans alınarak, film üretiminde yoğunlaşmanın olduğu türler ve bu türlere ait popüler filmler üzerine bir değerlendirme yapılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

KÜLTÜR VE POPÜLER KÜLTÜR KAVRAMLARININ KURAMSAL ANALİZİ

1.1. Kültür ve Popüler Kültür Kavramlarına Genel Bakış

Sosyal bilimler alanındaki başlıca çalışma konularından biri olan kültür, ilk bakışta kolayca betimlenebilir gibi görünen, ancak bağlama ve zamana göre çok farklı kullanım biçimleriyle karşılaştığımız bir kavramdır. Raymond Williams (2006: 105), *Anahtar Sözcükler* adlı kitabında “culture” sözcüğünün İngilizcedeki en karmaşık iki üç sözcükten biri olduğunu söyler ve bu durumu kavramın birkaç ayrı entelektüel disiplindeki ve bağdaşmaz düşünce sistemindeki kavramlar için kullanılmasına bağlar.

Williams’a (a.e.) göre sözcüğün yakın kökü Latincedeki ikamet etmek, yetiştirmek, korumak, ibadetle onurlandırmak gibi anlamları olan “colere” sözcüğüdür. Sözcüğün ikamet etmek anlamı “colonus”, “colony” [sömürge]; ibadetle onurlandırmak anlamı “cultus”, “cult” [inanç, tapınma]; yetiştirmek anlamı ise “cultura”, “culture”’a [yetiştirme, bakma] dönüşür. Latince den İngilizceye geçen “culture”’ın temel anlamı çiftçilik, doğal büyümenin gözetilmesidir. 16. yüzyılın başlarından itibaren doğal büyümenin gözetilmesi insan gelişimi sürecini içine alacak biçimde genişletilir. Daha sonraki süreçte kavram, İngilizce dışında Almanca (kultur) ve Fransızca (couture) gibi dillerdeki farklı kullanımlarıyla birlikte “uygarlık” (civilization) anlamına yakın şekilde kullanılır. Antropolog E.B. Tylor’ın (2016: 1) 18. yüzyılda yaptığı tanım, kültürü uygarlık sözcüğüyle eş anlamlı tutan kullanıma bir örnektir. Tylor kültürü “Bilgiyi, inancı, sanatı, ahlakı, hukuku, geleneği ve bireyin toplumun bir üyesi olarak kazandığı diğer tüm yetenek ve alışkanlıkları içeren karmaşık bütün” olarak tanımlar. Malinowski (1992: 69) de kültürün kullanım ve tüketim maddelerinden, çeşitli halk gruplarının yapısal hak ve görevlerinden, insan düşünce ve becerilerinden, inanç ve alışkanlıklardan oluşan tümel bütün olduğunu

söyleyerek benzer bir tanım yapar. Terry Eagleton, ‘Uygarlık’ sözcüğünün eş anlamlısı olarak kullanılan ‘kültür’ün “dünyevi olana rağbet ve ilerici kendini geliştirmesiyle Aydınlanma’nın genel ruhunun bir parçası” olduğunu söyler. 19. yüzyılın sonlarında ise “toplumsal yaşamın nasıl olduğundan çok nasıl olması gerektiğini” belirten başka bir sözcüğe ihtiyaç duyulduğu için -özellikle Alman düşünürlerin etkisiyle- kültür sözcüğü günümüzdeki kullanımına yakın anlamını kazanır. Sözcüğün bu yeni anlamı “uygarlık”ın “soyut, yabancılaşmış, parçalanmış, mekanik faydacı, maddi sürece duyulan boş inancın esiri” gibi çağrışımlarına karşı “bütünsel, organik, duyumsal, kendinde amaçlı ve geniş kapsayıcı”dır (2016: 18-21). Böylelikle, kültür kavramının süreç içerisinde, uygarlığa yakın anlamından sıyrılıp; yaşam biçimi, inançlar, ortak değerler, ortak beğeniler, sanatsal ve entelektüel faaliyetler gibi çağrışımları içeren çağdaş kullanım biçimine dönüştüğü söylenebilir. Kültür artık tümel bir toplumsal olguyu değil kesişimler ve zıtlıklar içeren farklı yaşam biçimlerini değerlendirirken kullanılan bir sözcüktür. Sözcüğün bu çağdaş anlamını Brian Fay (2001: 82) şu şekilde tanımlar; “Kültür, bir grubun yaşamının anlamlandırmasını sağlayan ve gruba yaşam-biçimi istikametlerini sunan karmaşık bir müşterek inançlar, değerler ve kavramlar kümesidir”.

Tanımlanışı tarihsel dönemlere ve çeşitli disiplinlere göre farklılık göstermekle birlikte, kültürün bireyin kimliğinin oluşumunda oldukça etkili bir rolü vardır. Jan Assmann’a (2015: 143) göre, insanın varoluşunun temel yapısını toplum ve kültür belirler; “İkisini de reddeden keşiş bile, onlar tarafından biçimlendirilmiştir ve onlara yadsıma ile katılır”. Bu nedenle bireyin ve toplumun anlaşılma çabasında kültüre dair çalışmalar önemli bir yer tutar.

Tarihsel süreç içerisinde, başlarda eş anlamlısı olarak kullanıldığı uygarlık kavramının daha sonraları neredeyse zıddına dönüşen kültür, kendi içinde de yüksek kültür ve alçak kültür olarak önemli bir ikili karşıtlık barındırır. Alçak kültür, genellikle, sıradan insanlara ait olan anlamındaki popüler kültür olarak ifade edilse de farklı düşünce ekolleri ve kuramcılar tarafından, vurgulanmak istenen özellikleriyle de ilgili olarak, “halk kültürü”, “kitle kültürü”, “kültür endüstrisi” gibi terimlerle de anılır. Bu kavramların tarihsel süreç içerisindeki kullanım biçimlerini,

çağrışımlarını ve farklılıklarını incelemek ve popüler kültür kavramına ilişkin olumlu ya da olumsuz farklı bakış açılarını değerlendirmek ele alınan konunun çerçevesini çizmek açısından yararlı olacaktır.

Popüler [popular] sözcüğü Latince halka ait olan anlamına gelen “popularis”ten gelir. Önceleri hukuk ve politikayla ilgili bir terim olan “popüler” “16. Yüzyıldan itibaren, bütün halkın kurduğu ya da ayakta tuttuğu bir siyasi sistem” anlamını karşılar ve bunun yanında “aşağı” ya da “alt” gibi çağrışımları da vardır (Williams, 2006: 285). 1500’lü yıllarda popüler kültür toplumun tüm bireylerinin kültürü olarak algılanırken 1800’lü yıllarda ise Avrupa’nın büyük bölümünde, ruhban sınıfı, asiller, tüccarlar, profesyonel çalışanlar, popüler kültürü, dünya görüşü bakımından daha önce hiç olmadığı kadar derin bir farklılaşma yaşadıkları alt sınıflara terk etmişlerdir (Burke, 1978: 270). 19. Yüzyılın başlarında popüler sözcüğü, sıradan insanlara hitap eden sanat ve eğlence biçimlerini belirtmek için kullanılır (Storey, 2005: s. 262). Buna göre popüler kültür teriminin “alçak kültür” anlamını karşıladığı düşünülebilir. Ancak kavramın çağdaş çağrışımları, yüksek kültür-alçak kültür karşıtlığındaki anlam ilişkisinden çok daha karmaşıktır. Popüler kültür, “alçak kültüre” veya “halk kültürüne” göre çok daha sınıfsızdır ve sadece ekonomi-politiğe bağlı süreçlerle açıklanamaz. Nitekim popüler kültür birçok farklı sosyal olgudan etkilenirken bir yandan da bu olayları şekillendirme gücüne sahiptir. İçinde yüksek kültür öğelerini de barındırabilir ya da bu öğeleri kullanabilir. Popüler sözcüğü, geçmiş dönemlerdeki anlamlarının refere ettiği gibi sadece alt sınıflara, sıradan insanlara ait olmaktan çıkmıştır. Bunun yanında modern dönem öncesinde olduğu gibi her zaman kendiliğinden oluşan, aşağıdan örgütlenen bir yapıya sahip değildir. Sermaye ve çeşitli ideolojik aygıtlar tarafından sık sık yönlendirilir ve manipüle edilir. Bu bağlamda günümüzün popüler kültürü, folk kültürü olarak da tabir edilen anlamında olduğu gibi, nesilden nesile aktarım yoluyla geleneğe dönüşen bir yapıya sahip değildir; üretim ve tüketim ilişkileri çerçevesinde, geniş bir kültürel alanın içinde ve eklektik bir yapıda şekillenir.

Üretim-tüketim ilişkileri popüler kültürü anlamlandırmada –tek başına yeterli olmasa da– oldukça önemlidir. Popüler kültür, ekonomik açıdan birçok sektör için

somut bir üretim alanı olmasının yanında toplumsal anlamda da kültürel bir üretimin sürekli olarak devam ettiği bir alandır. Maddi üretim ile soyut kültürel üretim iç içe geçmiş durumdadır. “Kitleselel üretimi ve kitleselel tüketimi belirleyen ekonomik sistem kendini daha çok kendi metalarında ideolojik olarak yeniden üretir. Her meta kendisini üreten sistemin ideolojisini yeniden üretir: İdeolojiyi maddileştiren metadır” (Fiske, 1999: 26). Kullanım ve tüketim, “popülerin üretiminin ilk safhasından son-kullanım safhasına kadar her safhada”dır (Erdoğan, 1999: 22). Dolayısıyla popüler kültürü değerlendirmede en önemli izleklerden birinin üretim ve tüketim ilişkileri olduğunu söyleyebiliriz. Fakat Mutlu’nun (2006: 11) da belirttiği gibi sadece metaların üretimi ve dolaşımı üzerine bir eleştiri biçimi kurmak, popüler kültür analizinin, var olduğu baştan kabul edilmiş olumsuz işlevlerin tespitiyle sınırlanmasına neden olur. Bu bakımdan, popüler kültürün, üretim ve tüketim ilişkilerinin yanında, bir kültürel mücadele alanında süregiden sonsuz bir devrimin içerisinde şekillendiğini, günümüzün karmaşık sınıf ilişkilerinden etkilendiğini göz önünde bulundurmak ve bu kültürü sadece yukarıdan aşağıya dayatılan bir ürün olarak değil aynı zamanda aşağıdan yukarıya örgütlenen farklı biçimleriyle birlikte değerlendirmek gerekir.

Popüler kültür kimilerine göre bir “uyuşturucuyken”, kimileri için ise “yıkıcı ve özgürleştirici bir güçtür” (Bigsby, 1999: 88). Konu ile ilgili oldukça geniş bir literatür, olumludan olumsuza bir bakış ekseninde şekillenmiştir. Alexis de Tocqueville, Friedrich Nietzsche, Ortega y Gasset, F.R. Leavis, T.S. Eliot gibi kuramcılar, popüler kültüre karşı tutucu bir perspektiften bakarak “kitle” ve “kitle kültürü” terimlerini kullanmayı tercih ederler. Bu düşünürler genellikle aristokratik bir anlayışla hareket ederek sanayi devriminden sonra ortaya çıkan kitlelerin yozlaşmış bir kültüre sahip olduğunu ve bu halleriyle yüksek kültürü ve sanatı tehdit ettiğini savunurlar. Bu türden tutucu yaklaşımlar toplumu anlamaktan uzak, sosyolojik ve bilimsel anlayıştan yoksundur. Bu nedenle her ne kadar kendilerinden sonraki düşünürleri etkilemiş de olsalar günümüzde sosyolojik ve bilimsel olarak güncelliğini kaybetmişlerdir (Çakır, 2014: 223-234). Frankfurt Okulu’nun da kurucularından olan Theodor W. Adorno, Max Horkheimer, Leo Löwenthal, Herbert Marcuse gibi düşünürler ise kitle kültürüne karşı oldukça sert yorumlar getirmelerine

ve bu yüzden zaman zaman elitizmle suçlanmalarına rağmen aslında toplumcu bir bakış açısını hiçbir zaman elden bırakmamışlardır ve eleştirel nitelikte bir yöntemle konuyu ele almışlardır. Horkheimer ve Adorno'ya (2010) göre kültür konusunda sadece kitleleri suçlamak yersizdir ve bu nedenle *Aydınlanmanın Diyalektiği* adlı eserlerinde “kitle kültürü” yerine “kültür endüstrisi” kavramını ortaya atarak kültürün kitlelerce belirlenmediğini sermaye ve iktidar tarafından adeta endüstriyel bir ürün olarak pazarlandığını savunmuşlardır. Raymond Williams, Stuart Hall gibi bazı düşünürler ise popüler kültürü iktidar ve sermayenin dayatmalarının dışında, aşağıdan örgütlenme biçimleri de içeren ve bu açıdan mücadele ve direniş imkanları yaratan bir mesele olarak ele almışlardır. Herbert J. Gans ve John Fiske gibi düşünürler daha da ileri giderek eserlerinde popüler kültüre olan kişisel hayranlıklarını da ifade etmiş ve çok daha olumlayıcı bir bakış açısıyla adeta popüler kültürün savunuculuğu rolünü üstlenmişlerdir.

1.2. Frankfurt Okulu, Kitle Kültürü ve Kültür Endüstrisi

1920’lerde, Almanya’daki sıradan akademik eserlerin sakıncalarına ve konformizmine karşı, Marksist araştırmaları destekleyen işadamı Felix Weil’in maddi katkısıyla kurulan Frankfurt Enstitüsü (Inglis, 2010: 221), daha birçok alanın yanında kültürel çalışmalar alanında da oldukça geniş bir k llyatın ortaya konulduğu bir okul olarak sosyolojik düşünce tarihinde yer etmiştir.

İlk kitle toplumu kuramları, egemen sınıfların (aristokrat ya da burjuva), alt sınıfların demokratik ruhuna karşı, katı bir şekilde tanımlanmış toplumsal hiyerarşının yeniden  ne çıkmasını ve karar alma yetkisinin seçkinlerin imtiyazında kalmasını savunur. Alexis de Tocqueville’in *Amerika’da Demokrasi* adlı kitabı kitle toplumunun ilk sosyolojik eleştirisi olarak gösterilir. Tocqueville burjuva ideolojisinin devrimlerini takdir etmekle birlikte aristokratik bir tavırla modern toplumu eleştirir. Ona göre yüksek kültür, endüstriyel toplumda, -yaşamın monoton ve rutin doğası içinde- tehdit altındadır. (Swingewood, 1977: 3-4) Frankfurt Okulu’nun kuramcıları ise bu tür tutucu eleştirileri tersine çevirecek şekilde, egemen sınıflara karşı kitlelerin çıkarlarını savunan bir tutumla; yabancılaşma, şeyleşme, metalaşma gibi Marksist kavramları da referans alarak, toplumcu bir bakış açısıyla kitle kültürünü eleştirirler. Bunu yaparken yüksek sanata ve estetik değerlere sahip çıkmayı da ihmal etmezler. Ancak Martin Jay’in (2014: 92) belirttiği gibi tutucu popüler kültür eleştirmenlerinin aksine, maddi kaygılar dışında, “kendinde bir amaç olarak” üst kültürü reddederler. Frankfurt okulu üyelerine göre kitle kültürü iktidar ve sermaye tarafından, teknolojinin de yardımıyla, kitlelere dayatılan bir kültürel sistemdir.

“Frankfurt Okulu” dendiğinde, hem “içinde eğitim-öğretimin gerçekleştiği bir kurum” hem de “belli bir i  bütünlüğü olan bir akım veya gelenek” olarak okul sözcüğünün iki ayrı anlamı da karşılanmış olur. Bu açıdan Frankfurt Okulu, Frankfurt  niversitesi içinde araştırma ağırlıklı bir kurum (Toplumsal Araştırmalar Enstitüsü) olmakla beraber aynı zamanda çağımızın en önemli düşünce akımlarından biridir (Dellaloğlu, 2014: 15). Max Horkheimer’in 1930’larda yazdığı ve Frankfurt

Okulu'nun kurucu metni olarak kabul edilen (Bottomore, 2016: 18,19) *Geleneksel ve Eleştirel Kuram* başlıklı makalesinde ilk kez bahsettiği “Eleştirel Kuram” terimi daha sonraları okulun genel kuramsal tutumunu adlandırmak için kullanılmıştır. Enstitü üyelerinden Leo Lowenthal'in tanımına göre Eleştirel Kuram “Hiçbir zaman bir sistem olma iddiası taşımadan bütün kültürel fenomenlere yönelik ortak, eleştirel, temel bir tutumdur, bir perspektiftir” (Akt. Kejanlıoğlu, 2005: 96). Eleştirel Kuram'ın temelinde kapalı sistemlere karşı duyulan bir antipati vardır. Örneğin; Horkheimer, fikirlerini ifade etmek için Alman felsefesindeki kalın ciltlerin yerine makaleler ve aforizmaları özellikle tercih eder. Adorno ve Marcuse tamamlanmış kitaplar üzerine konuşmaya isteklidirler ama bu kitapları pozitif ve sistematik felsefi ifadelerle dönüştürmeye karşıdır. Eleştirel Kuram, bunu yapmaktansa, kendinden önceki filozofların ve felsefi geleneklerin bir eleştirisi olarak konumlanmıştır (Jay, 2014 : 92). Frankfurt Okulu'nun kitle iletişimi ve kitle kültürü konusunda çalışmalar yapan ve bu tez kapsamında değerlendirilecek başlıca kuramcıları; Theodor W. Adorno, Max Horkheimer, Leo Löwenthal, Herbert Marcuse ve Walter Benjamin'dir.

Frankfurt Okulu'nun yekpare bir kuramsal anlayışa sahip olup olmadığı tartışmalıdır. Wiggershaus'a göre enstitü tarihindeki harici koşulların neden olduğu istikrarsızlık hali, “Frankfurt Okulu” terimini fazla ciddiye almamayı makul hale getirir. Okulun bütün unsurlarının üzerinde birleştiği bir paradigma ya da paradigma değişimi yoktur (1995: 3). Frankfurt Okulu'nu anlamak için belirli dönemlerinde belirli isimlere ve bu isimlerin ortak çalışmalarına odaklanmak gerekir. Ancak, üyeler ayrı ayrı ele alındığında farklılıklar ortaklıktan fazladır (Kejanlıoğlu, 2005: s. 82). Buna rağmen Enstitü üyelerinin kitle iletişimi, kitle kültürü ve kültür endüstrisi konusundaki çalışmalarının (Walter Benjamin'i biraz farklı bir konumda tutmak şartıyla) belirli bir izleği takip ettiği söylenebilir. Jameson'a göre bu çalışmalar, kültür endüstrisinin çözümlenmesinde işlerliğe sahip bir metodoloji sağlayan çok güçlü kuramsal çalışmalardır. Bu metodoloji ile birlikte, kitle kültürünü araştırmada ve incelemede, Marksizmdeki meta şeyleşmesi kuramını –kitle kültürü ürünlerini kapsayacak şekilde– genişletilmiş ve kullanılmıştır (2010: 251). Örneğin, Horkheimer ve Adorno'ya göre üretim alanındaki meta mantığı ve araçsal akıl,

tüketim alanına ve tüketim kültürüne de yansımıştır. Kültürel etkinlikler, kültür endüstrisinin süzgecinden geçmektedir. Kültürel değerler ve kültürün yüksek amaçları, üretim ve piyasa koşullarına yenik düşmüş, kültürün alımlanması “mübadele değeri”nin boyunduruğu altına girmiştir (Featherstone, 1996: 38).

1930’ların Almanya’sında Adolf Hitler liderliğindeki Nasyonal Sosyalistlerin iktidara yükselmesiyle, Enstitü üyeleri 1933’de önce Cenevre’ye, oradan da Amerika Birleşik Devletleri’ne göç etmek zorunda kalırlar. Böylece Almanya’daki faşist propaganda ile ABD’deki “kültür endüstrisi” arasındaki açık benzerliklere şahit olurlar (West, 1998: 84). Birbirinden farklı iki farklı rejim içinde kitle kültürünü gözlemlene şansı bulmuşlardır ve çalışmalarını bu gözlemler çerçevesinde yapmışlardır. Çakır’a (2014: 235) göre Eleştirel Kuram, tutucu kültür kuramlarının aksine, kültürün oluşumunda kitleleri pasif ve bazen de kurban olarak ele alır, Kitle kültürü – yüksek kültür ayrımını kabul etmekle birlikte yüksek kültürü aristokrasinin ya da burjuvanın tekelinde görmez ve kitleleri suçlamanın, hakir görmenin aksine onlar için duyulan endişeyle hareket eder. Bu nedenle Adorno ve Horkheimer yaptıkları kitle kültürü eleştirisini, bu konudaki daha önce yapılan eleştiri anlayışlarından ayrı tutmak için “kültür endüstrisi” kavramını kullanmayı tercih etmişlerdir. Adorno bu tercihin sebebini ve kavramın nasıl ortaya çıktığını şu sözlerle açıklar;

Kültür endüstrisi terimi yanılmıyorsam ilk defa 1947’de, Amsterdam’da Horkheimer’la birlikte yayımladığımız *Aydınlanmanın Diyalektiği*’nde kullanıldı. Müsveddelerde “kitle kültürü” terimini kullanmıştık. Fakat daha sonra, yandaşlarının işine gelecek yorumları dışarıda bırakmak amacıyla kitle kültürü yerine “kültür endüstrisi” terimini kullanmayı uygun bulduk; ne de olsa onun, kitlelerden kendiliğinden çıkan bir kültür sorunu olduğunu ortaya atabilirler, onu popüler sanatın çağdaş formu sayabilirlerdi ki bu ikincisinin kültür endüstriden kesin olarak ayırt edilmesi gerekir. Kültür endüstrisi eski olanla tanıdık olanı yeni bir nitelikte birleştirir. Kitlelerin tüketimine göre düzenlenen ve büyük ölçüde o tüketimin yapısını belirleyen ürünler, tüm sektörlerde az çok bir plana göre üretilir (Adorno, 2012: 76).

Burada Adorno'nun sunduğu eleştiri aslında kültüre yönelik olmaktan çok sermayenin ve kapitalizmin kendinedir. Jameson'a (2007: 144) göre "kültür endüstrisi" bir kültür teorisi değil, geç kapitalizm döneminde, birbirine kenetlenmiş tekellerin bir bölümünün, kültür üzerinden para kazanmasına dayanan bir "endüstri" teorisidir. Agger de benzer bir yaklaşımla hem belirli bir emtianın satışının ve hem de rızanın üretiminin gerçekleştiğini, kültür endüstrisinin ürünleri ile topluma yayılan kültürün, egemen ideolojiyi yaydığını ve bir tür denetim mekanizması işlevinin yerine getirildiğini söyler. Bu nedenle kültür endüstrisi eleştirisi aslında kapitalist ideolojinin eleştirisidir (Akt. Yaylagül, 2008: 144). Horkheimer ve Adorno'ya göre kültür endüstrisi, teknoloji ve aklın araçsallaştırılması yoluyla, kapitalist tahakkümü yaymış ve insanların kültürel ifadeleri metalara dönüşmüştür. Aydınlanma, başta kendi ilkeleri olan eleştirel ve rasyonel bilince ihanet etmiştir. İnsanlar kültür endüstrisi ve kapitalist üretim sistemi eliyle kendi çıkarlarına sahip çıkmaktan alıkonuldukları için aygıtlara dönüşmüşlerdir (Zipes, 2010: 227).

Frankfurt okulunun kapitalist sisteme yönelttiği bu eleştiri kavramın neden popüler kültür, halk kültürü, folk kültürü vb. olarak değil de kitle kültürü/kültür endüstrisi olarak ele alındığı hakkında da fikir verir. Jameson'ın (2010: s.259) belirttiği üzere; kitle kültürü ürünleri, geçmişin halk kültürüne veya popüler kültürüne benzetilemez çünkü geç kapitalizm koşulları, "organik" toplumsal kümeler üzerinde, daha önce yaşanmamış bir eğitimsel etki, evrensel bir metalaşma ve toplumu soyut ve eşdeğer bireyler yığını haline getirecek (atomize edecek) bir yapı yaratmıştır. Bu nedenle artık bir "popüler"den bahsedilemez. Çok özgül ve marjinalleşmiş koşullar dışında, meta üretimine dayalı kitle kültürü ile geçmişin popüler sanat veya halk sanatı arasında hiçbir ilişki veya ortaklık yoktur.

Frankfurt Okulu üyeleri kültür endüstrisinin oluşumunda üretim, tüketim ve tekelleşmeye sık sık değinirler. Horkheimer ve Adorno'nun (2010: 163) deyiimiyle "tekel koşullarında tüm kitle kültürü özdeştir", kültür endüstrisinin üreticileri ise bu durumu savunmak için milyonlarca insanın söz konusu olması nedeniyle yeniden-üretim yöntemlerinin zorunlu olduğunu ve bu yöntemlerin birbiriyle aynı ihtiyaçların standart ürünlerle giderilmesinin kaçınılmaz olduğunu savunur. Bu yöntemler ve

standardizasyon maddi üretimin yanında insanların yaşamlarına da yöneltmiştir; “Kültür endüstrisinin her tezahürü kaçınılmaz olarak insanları, bütünü onları dönüştürdüğü biçimde yeniden üretir. Üstelik yapımcılardan kadın derneklerine kültür endüstrisinin tüm failleri basitçe yeniden üretilen zihnin genişletilmemesi için tetikte beklerler” (a.g.e. : 171). Kültür endüstrisinde üreticiler, kendilerini haklı çıkarmak adına halkın taleplerini bahane ederler. Ancak Horkheimer ve Adorno’ya göre “Halk ne ister?” sorusu utanmazlıktır, çünkü öznellikleri yok edilmeye özellikle uğraşılan insanlara, düşünen özneler olarak hitap edilmektedir (a.g.e. : 193). Kültür endüstrisinin, üretim ve tüketimdeki devamlılığı sağlamak adına “halkın taleplerini” nasıl bahane ettiğini Horkheimer ve Adorno şu sözlerle ifade ederler;

Sistem, halkın döküntüye olan talebini düzenbazca haklı göstererek bütünsel uyumu başlatır. Uzmanlık ve ustalık kendilerini diğer insanlardan üstün sananların kibri olarak görülüp dışlansa da; kültür, ayrıcalıklarını herkese demokratik bir biçimde dağıtır. Bu ideolojik ateşkes koşullarında, müşterilerinin konformizmi yapımcıların bu tutum sayesinde sürdürebildikleri arsızlık gibi rahat bir vicdana kavuşur. Bu konformizm her zaman aynı olanın yeniden üretimiyle yetinir (a.g.e. : 179).

Kültür endüstrisinin ve kitle kültürünün en önemli etkisi bireyselliğin yok edilmesi ve öznenin ortadan kaldırılmasıdır. Horkheimer *Akıl Tutulması* adlı eserinde bu durumu şöyle açıklamaktadır;

Kitle kültürünün sunduğu bütün araçlar ve kolaylıklar, bireysellik üzerindeki toplumsal baskıları güçlendirmekte ve bireyin direnme imkanını, modern toplumun atomize edici işleyişi içinde kendini koruma imkanını elinden almaktadır. ...Tıpkı “haşin” bireycilik sloganının toplumsal denetimden kaçmaya çalışan tröstlerin işine yaraması gibi, kitle kültüründeki bireycilik retoriği de kolektif öykünme modelleri yaratarak sözde savunduğu ilkeyi baltalamaktadır. ...Bireyin bir kişisel tarihi yoktur artık. Her şey değiştiği halde hiçbir şey kımıldamamaktadır (2010: 166).

Frankfurt Enstitüsü üyelerine göre toplumsal değişim, “özerk bireyin korunması hakkındaki liberal palavrayı” geçersiz kılmıştır. Modern dünyada sanat, Kant’ın “maksatsız maksatlı oluş” tanımının aksine “amaçlar için amaçsızlık” haline

gelmiştir. Amaçları yönlendiren ise piyasadır. Kitle kültürü, eski çağlarda uygulanan basit hegemonya yöntemlerine kıyasla toplumu daha kurnazca ve etkili bir şekilde köleleştirmektedir (Jay, 2014: 342) Marcuse, kültür endüstrisinin birey üzerindeki manipülatif etkisini şu sözlerle açıklar;

Bilinçteki çöküşle, enformasyonun denetimiyle, bireylerin kitle iletişim tarafından yutulmasıyla bilgi yönetilmekte ve sınırlandırılmaktadır. Birey gerçekten neyin olup bittiğini bilmez; aşırı güçlenen eğitim ve eğlence makinesi, bireyi tüm zararlı fikirlerin dışlanma eğilimi gösterdiği bir anestezi durumunda tüm diğer bireylerle birleştirir. (Akt: Kellner, 2010: 238)

Kültür endüstrisinin bir diğer önemli etkisi yaratıcılık ve sanat üstündedir. Horkheimer ve Adorno'ya (2010: 182) göre kültürün iki uzlaşmaz ögesi olan sanat ve eğlence kültür endüstrisinin bütünselliği altına girmiştir. Horkheimer ve Adorno'nun çözümlemeleri metalaşmanın, sanatın biçim ve içeriğine beklenmedik şekilde ve farkedilmeden, nasıl nüfuz ettiğini göstermesi bakımından önemlidir (Jameson, 2010: 254). Adorno, kültür endüstrisinin sanatın özerkliği üzerindeki etkisini şu sözlerle açıklar;

Tüm kültür endüstrisi pratiği, kar güdüsünü dolaysız olarak kültürel formlara aktarır. Bu kültürel formlar piyasaya sürülen mallar olarak yaratıcılarının geçimini sağlamaya başladığından beri zaten bu niteliğe kısmen sahipti. Fakat o sırada kâr arayışı dolaylıydı, sanat eserinin bağımsız özünün ötesindeydi. Kültür endüstrisinde yeni olan, en tipik ürünlerindeki kesin ve iyi hesaplanmış faydanın dolaysız ve saklanmayan önceliğidir. Asla ve asla bütünüyle baskın çıkamayan ve daima çeşitli etkilerle biçimlenen sanat eserinin özerkliği, kültür endüstrisi tarafından, denetim mekanizmasının iradesi dahilinde ya da dışında, bilinçli bir biçimde ortadan kaldırılır (2012: 77).

Frankfurt Enstitüsü üyelerinden Leo Löwenthal, hem Almanya'da hem de Amerika Birleşik Devletleri'nde, popüler kültür konusunda bir dizi tematik çalışma yaparak, geniş bir literatür ortaya koymuştur. Aynı zamanda enstitü üyeleriyle yaptığı tartışmalarla *Aydınlanma'nın Diyalektiği*'ndeki *Kültür Endüstrisi* makalesinin oluşumuna katkıda bulunmuştur (Jay, 2014: 337). Löwenthal'e göre

bireyin modern toplumda hissettiği rahatsızlığın nedenlerinden biri geleneksel k lterel modellerin yerini kitle kültürünün almasıdır. Löwenthal edebiyat üzerine yaptığı çalışmalardan hareketle kitle kültürünü nitelemek için “sıkıntı” (boredom) kavramını kullanır. “Sıkıntı” sanatsal deneyimin kapanması ve imgelemin “sakatlanması”dır. Kitle kültüründeki toplumsal denetim mekanizması, bireyin hayal gücünü bastıran bir etkiye sahiptir (Akt. Kejanlıoğlu, 2005: 223, 228). Löwenthal (2017: 29), kitle kültürünün ortaya çıkışını, modern dönemin mekanikleşmiş çalışma koşullarıyla birlikte “bireyin gerilemesi”ne bağlar. Ona göre halk sanatının ya da yüksek sanatın yerini kitle kültürü almıştır. Löwenthal kitle kültürünün kendine özgü nietliklerini “standartlaşma, basmakalıp yargı, muhafazakarlık, yalancılık ve manipüle edilmiş tüketim malları” olarak sayar.

Frankfurt Okulu’nun kitle ve iletişim konulu çalışmaları içinde Herbert Marcuse’nin *Tek Boyutlu İnsan* adlı eserinin önemli bir yeri vardır. Bu eserde özellikle endüstriyel olarak ilerlemesini gerçekleştirmiş toplumlarda, teknolojinin toplumu şekillendirmedeki gücüne odaklanılmıştır. Marcuse’ye (1968: 20-22) göre ileri endüstriyel toplumlarda, otomasyonun giderek büyüdüğü teknik üretim ve dağıtım aygıtı, toplumsal ve siyasal etkilerden arınamayacak şekilde belirlenmiş bir çalışma ve gelişim biçimi içerisinde çalışmakta, üretim önceden belirlenmektedir. Bu  retim aygıtı toplumsal ve bireysel ihtiyaçları belirlediği için totaliter bir niteliktedir. Aygıt sayesinde özel ve genel yaşantılar karşıtlıklar ile bireysel ve toplumsal ihtiyaçlar arasındaki karşıtlıklar ortadan kalkmıştır. Böylece totaliter bir toplumda, tekniğin “tarafsızlığı” sürdürülemez hale gelmiştir. Hegemonya sistemi bu “teknolojik toplum”un üzerinde teknik kuruluş ve kavramlar ile varlığını sağlamaktadır. İleri endüstriyel toplum, bir teknolojik evren olmasının yanı sıra bir siyasal evrendir ve doğanın tahakküm altına alınması yolundaki tarihsel projenin son aşamasıdır. Kültür, politika ve ekonomi, teknik ortamda, alternatif olasılıkları reddeden ya da içine katan bir sistemin içerisinde birleşmiştir. Böylece teknik gelişimin tahakkümü ve toplumsal istikrar, bahsedilen sistemin üretim ve gelişim gücü sayesinde sağlanır; “teknik mantık, siyasal mantığa dönüşmüş olur”.

Tek Boyutlu İnsan'da bahsedilen teknolojik rasyonellik, "kavramlar ve yapılar düzeyinde iş görür, politik alanı da söylem evrenini de kapatır, kültürün karşıt öğelerini yok eder" (Kejanlıoğlu, 2005: 251). Marcuse, teknoloji ve bilim vasıtasıyla her geçen gün daha fazla biçimlendirilen dünyada, rasyonel görünümün altındaki rasyonalite dışı bir toplumsal örgütlenme modeli ortaya koyar. Bu örgütlenme özgürleştirici olmak yerine köleleştiricidir. Söylem ve düşünce, gerçek ve görünüş, öz ve varoluş gibi kavramlar, teknik ve araçsal akıl tarafından birbirine uydurularak tek boyuta indirgenmiştir. Eleştirel düşünce alanı, böyle bir "tek boyutlu toplum"da yok edilmiştir (Mattelart ve Mattelart, 2013: 65). Marcuse'ye göre tüketim ve boş zaman etkinlikleri sermayenin kontrolü altındadır. Sömürü tüm toplumu kapsayacak şekilde genişletilmiştir. Üretim ve tüketim süreçlerinde birey, sistemin kendini yeniden üretmesini sağlayacak bir işlev görür (Yaylagül, 2010: 103).

Marcuse'ye (1968: 92) göre kültürün iki boyutlu yapısı ortadan kaybolmaktadır. Asıl sorun kitle kültürünün yüksek kültürü yutması değil, yüksek kültürün gerçeklik tarafından reddedilmesidir. Yüksek kültür tarih boyunca her zaman seçkinlerin tekelinde kalmış ve toplumsal gerçeklerle çatışmış olmasına rağmen uzlaştırmacı bir niteliğe sahip olmuştur. Çağın insanı "yüksek kültürün yüceliğinde saklı bulunan umuda ihanet etmiş ve bu yücelikteki gerçekliği yıkmıştır". Günümüzde, karşıt, yabancı ve aşırı öğeler ortadan kaldırılarak yüksek kültürün gerçekliğe bir başka boyut kazandıran özelliğinin yıkılmasıyla iki boyutlu kültür arıtılmıştır.

Walter Benjamin'in kitle iletişimi ve kitle kültürü konusundaki düşünceleri, Frankfurt Okulu kuramcıları içinde görece daha farklı bir konuma sahiptir. Benjamin (2014), *Tekniğin Olanaklarıyla Yeniden Üretilbildiği Çağda Sanat Yapıtı* adlı makalesinde, mekanik yeniden-üretim teknikleriyle birlikte sanat yapıtının özel atmosferinin (aura) kaybolduğundan söz eder.

Benjamin'e (2014: 52-55) göre sanat eserinin yeniden üretilebilirliği tarih boyunca geleneksel yollarla mümkündü. Ancak günümüzde gerçekleşen teknik yollarla yeniden-üretim, sanat yapıtının niteliğini değiştiren yeni bir olgudur.

Özellikle görsel sanatlarda, fotoğrafın icadıyla birlikte, geleneksel yeniden-üretim sürecindeki insan elinin işlevi göz tarafından üstlenilmiş ve yeniden-üretim süreci hiç olmadığı kadar hızlanmıştır. Teknik yolla yeniden-üretim, 20. Yüzyılın başında sanatın üretim yöntemleri arasında bağımsız bir düzeye gelmiştir. Benjamin, bu düzeyi irdelemek için sanat eserinin teknik yollarla yeniden-üretim ve fotoğraf, sinema gibi üretim biçimlerinin geleneksel sanatı nasıl etkilediğini incelemiştir. Ona göre özgün sanat eserinin “gerçekliğini” oluşturan şey “şimdi ve buradalığı”dır. En etkin teknik yeniden-üretim biçiminde bile yapıtın şimdi ve buradalığı eksiktir. Bu eksiklik aynı zamanda yapıtın “biriciklik” niteliğidir. Yapıtın biricikliği, yapıldıktan sonraki süreç içerisinde uğradığı fiziksel değişimden ve mülkiyetinin el değiştirmesinden de etkilenen bir olgudur. Sanat eseri, geleneksel yeniden-üretim yöntemlerinde biricikliğini ve gerçekliğini korurken, teknik yeniden-üretimde bu böyle değildir. Teknik yeniden-üretim çok daha bağımsız bir konumdadır ve orijinal eseri başka hiçbir şekilde etkilemese bile şimdi ve buradalık niteliğinden yoksun bırakır. Burada varlığı son bulan şey, eserin “özel atmosferi” yani “aura”sidir. Teknik yeniden-üretim, sanat eserini geleneğin alanından koparır; eser bir defaya özgü olmak yerine kitlesel bir niteliğe bürünür. Böylece üretilmiş olan güncellenir ve alıcıya bulunduğu konumdan seslenir. Bunun sağlanmasındaki en güçlü araç ise sinemadır.

Benjamin, sanatın başlangıçtaki kült değerinden arınarak özgürleştiğinden, günümüzde sanat eserinin artık üretim sürecinin başından itibaren yeniden-üretim amacıyla ortaya konduğundan bahseder. Böylece sanatın toplumsal işlevi de değişmiş, sanat kökenindeki “kutsal tören” temelinden ayrılarak politik bir zemine oturmuştur. Ancak teknik yeniden-üretim sanatı kült temelinden ayırmasının yanında sanatın özerkliğinin kaybolmasına da neden olmuştur (a.g.e. 58-59, 61) Benjamin, teknik yeniden-üretim kitle kültürü ile sanat arasındaki ilişkiyi nasıl etkilediğine şu sözlerle açıklık getirir;

Sanat eserinin tekniğin yardımıyla çoğaltılabilirliği, kitlenin sanatla olan ilişkisini değiştirmektedir. Örneğin, bir Picasso karşısında son derece gerici olan kitle, bir Chaplin karşısında en ilerici tutumu takınabilmektedir. Bu arada ilerici tutumu

belirleyen nokta, bakmaktan ve yaşamaktan alınan zevkin bu tutum içersinde uzmanca bir değerlendirmeye dolaysız ve yoğun bir ilişki kurmasıdır. Böyle bir ilişki, önemli bir toplumsal göstergedir. Çünkü bir sanatın toplumsal açıdan taşıdığı önem azaldığı ölçüde, izleyici kitlesi içersinde eleştirel tutum ile tat almaya yönelik tutum arasında – resim sanatında açıkça görüldüğü gibi–, bir ayrılık ortaya çıkar. Geleneksel olanın keyfi hiçbir eleştiri yöneltilmeksizin çıkarılırken, gerçekten yeni olan, itici bulunup eleştirilir. Sinemada ise izleyicinin eleştirel tutumu ile tat alan tutum birbiriyle örtüşür. Bu bağlamda asıl önem taşıyan nokta, şudur: Tek tek kişilerin tepkileri -ki bunların toplamı, izleyicilerin kitlesel tepkisini oluşturur-, hiçbir yerde sinemada olduğu kadar, daha başlangıçtan bu kişilerin biraz sonra gerçekleştirecekleri kitleleşmeye bağımlı değildir (a.g.e. 69-70).

Benjamin’i Frankfurt Okulu’nun diğer kuramcılarından ayıran şey teknolojiye onlar kadar karamsar bir noktadan bakmamasıdır. Benjamin, kitle kültürüne karşı olumlayıcı bir bakışla yaklaşmamakla birlikte konuya teknik gelişmelere dayalı çift taraflı bir yorum getirmiştir. Ona göre sanat eserleri, teknik gelişmeler nedeniyle bir yandan gerçekliğini ve biricikliğini kaybederken bir yandan da yine teknik gelişmeler sayesinde geniş kitlelere yayılma imkanı bulmaktadır. Bu durum sanatsal değerın yozlaşmasına neden olmakla birlikte, kitleler için ise demokratik bir katılım şansı yaratmaktadır. Bu nedenle Benjamin özellikle sinemada devrimci bir potansiyel görür. Ancak burada Jay’in (2014: 336) belirttiği üzere, sesli filmin icadından sonra Benjamin’in bu yeniliğin sinemanın devrimci potansiyeline zarar verdiğini düşündüğünü, hatta ölümünden önce bu konuyla ilgili Adorno’ya ortak bir çalışma yapma teklifi ettiğini not düşmek gerekir.

Frankfurt Okulu’nun bireyi ve yaratıcılığı tehdit eden, homojenleşmiş kitle kültürü tasavvuru, çeşitli kuramcılar tarafından, birbirinden farklı izlerkitle davranışlarının ve tüketim sürecindeki malların farklı kullanımlarının göz ardı edilmesi nedeniyle eleştirilmiş ve seçkincilik suçlamasıyla karşı karşıya kalmıştır. (Featherstone, 1996: 41) Okulun birçok üyesine göre birey, sermayenin ziyadesiyle yoğunlaştığı ve ekonomi ile politığın iç içe geçtiği, “tümüyle yönetilen” bir dünyanın (verwaltete Welt) ağına düşmüştür (Held, 2004: 77). Bu bakış açısı, kültürü tamamıyla yukarıdan aşağıya örgütlenen bir yapı olarak gördüğü, farklı

toplumlardaki özgül koşulları yok saydığı, “karşı kültür” ve toplumsal direniş imkanlarına değinmediği gerekçeleriyle eleştirilmiştir.

Frankfurt Enstitüsü üyelerinde -yaşadıkları dönemin de etkisiyle- kötümser-karamsar bir kültür kavrayışının olduğundan söz edilebilir. Woollacot’a (2005: 102) göre Frankfurt Okulu’nun çalışmaları kitle medyasına ve kültür endüstrisine, hem burjuva bireyciliğini hem de işçi sınıfının devrimci potansiyelini yok eden bir ideolojik egemenlik rolü atfetmişlerdir. Okulun, özellikle sinema ve müzik gibi alanlarda karamsar düşüncelerin ön planda olduğu söylenebilir. Örneğin, Hollywood sinemasının geleneksel kodlarına karşı filmler üretmiş olan Orson Welles’in filmleri bile, Horkheimer ve Adorno için sistem içindeki “hesaplanmış aykırılık”lardır ve sistemin meşruiyetini pekiştirirler (2010: 173). Fakat bu noktada Adorno’nun bağımsız Alman filmlerini desteklediğini ve kitle iletişim araçlarının niteliğinin dönüşebileceğine dair bir umudunun olduğunu da göz ardı etmemek gerekir (Kejanlıoğlu, 2005: 200) Dellaloğlu (2012: 167), Frankfurt Okulu’nun yaklaşımının kötümser olmadığını, onların inceledikleri nesne olan modern toplumun “kötü” bir toplum olduğunu savunduklarını belirtir. Dellaloğlu’na göre bu durum, Gramsci’nin “aklın kötümserliği, iradenin iyimserliği” sözünde bahsettiği türden bir kötümserliktir.

Eleştirel Kuram’ın önemli bir sorununun etnosentrik yaklaşım olduğu söylenebilir. Enstitü üyeleri genellikle Avrupa ve Amerika¹ dışına çıkmamış, eserlerini bu coğrafyaların kültürlerinin incelemesini yaparak üretmişlerdir. Dünya’nın geri kalan bölgelerindeki birbirinden farklı kültür yapılarını deneyimlemedikleri için çalışmalarının evrenselliği tartışmalıdır. Etnosentrizme örnek olarak Jay (2014: 297), Adorno’nun, caz müziğini incelerken, siyahilerin bu müziğe yaptığı katkıyı küçümsemeye yönelik eğilimini gösterir.

¹ Adorno ve arkadaşlarının Amerika Birleşik Devletleri’ne göç ettikleri dönem, tekelleşmeye karşı belirli yasal düzenlemelerin henüz getirilmediği, dolayısıyla kitle iletişimindeki manipülatif işlevin şimdikine nazaran çok daha kolay ve yaygın bir şekilde uygulandığı bir dönemdir. Ayrıca, Modleski’nin (2016: 11) de belirttiği gibi Almanya gibi kendine özgü geleneklere sahip bir ülkeden gelen Frankfurt Okulu üyeleri kendilerini daha önce deneyimlemedikleri yabancı bir kültürün içinde bulmuşlardır.

Frankfurt Okulu'na dair bir diğerk tartişma konusu bir çeşit kültürel seçkincilik yapıp yapmadıklarıdır. Stauth ve Turner'a (1994: 259) göre Eleştirel Kuram'ın kitle kültürü yorumunda seçkinci bir yaklaşımd vardır. Bu yaklaşımd yüksek ve alçak kültür arasında bir ayırm gözetmekte, bazı genel ve mutlak toplumsal değerklerin, ahlaki sistemlerin var olduğunu varsaymakta ve tutarlı bir toplumsal yapının olduğunu kabul etmektedir. Fakat bu yöndeki eleştiriler sekinciliğe dair ciddi bir kanıt sunmamaktadır. Çünkü Frankfurt Okulu yeleri yüksek kültür değerklerini genel olarak benimsemekle birlikte, aristokratik ya da ayrımcı bir yaklaşımd içine girmemişlerdir ve kitle kültürünün yozlaşmış ürünlerinden sermayeyi ve kapitalist ideolojiyi sorumlu görmüşlerdir. Bu konuyla ilgili olarak, Adorno (2012: 79), egemen ideolojinin bir parçası olan kültür endüstrisini ciddiye almak gerektiğini ve eleştirilerde kültürel sekinciliğe kaçmamak gerektiğini vurgulamıştır.

Eleştiri konusu olabilecek bazı yaklaşımlarına rağmen Frankfurt Okulu'nun kitle kültürü ve iletişim konusunda yaptığı çalışmalar sosyolojik olarak çığır açıcı bir etki yaratmıştır. Bu alışmalar, özellikle kültür endüstrisinin, izlerkitle üzerindeki pasifize edici etkisini; kapitalist sistemin yeniden-üretimine olan katkısını; bireysellik üzerindeki manipülasyonunu; yarattığı sahte ihtiyaçları; tüketicilerini de aynı zamanda bir ürün haline getirdiğini; sanata karşı olan yozlaştırıcı etkisini ve genel olarak kültürün metalaşmasını vurgulamaları bakımından önem taşımaktadır.

1.3. Popüler Kültüre (Kısmen) Olumlu Yaklaşımlar

1940’lardan itibaren, Frankfurt Okulu’nun kitle kültürü ve kültür endüstrisi nosyonunda olduğu gibi kitlelerin tamamıyla “güdülüp yönetilen” bir yapıda değerlendirilmesine, bazı itirazlar gelmeye başlamış, 1960’lardan sonra ise bu minvaldeki eleştirilerin sayısı giderek artmıştır. Bu tarz yaklaşımlarda, kültürel alanda kitlelerin tamamen edilgen bir pozisyonda olduğuna karşı çıkmış, popüler kültüre direnme ve özgürleşme potansiyellerine sahip olma gibi olumlu özellikler atfedilmiştir (Özbek, 1994: 70-74).

Popüler kültürün olumlu potansiyellerine ilişkin öncü çalışmalardan biri Hans Magnus Enzensberger’in 1970 yılında yayımlanan *Bir “Kitle İletişimi Araçları Teorisi”nin Oluşturucu Öğeleri (Constituents Of A Theory Of The Media)* başlıklı makalesidir. Enzensberger (1980: 18, 20-23, 25), bu çalışmasında, kitlelerin siyasete ait bir “nesne” olarak görülmemesi gerektiğini, kitle iletişim araçlarının -güncel haliyle olmasa bile- gelecekte kitlelerin eline geçtiğinde, kitlelerin demokratik katılımını yaratacak olanaklar sağlayabileceğini savunur. Bu katılımın henüz gerçekleşmemiş olmasının ve kitlelerin anlatım özgürlüğünden uzak kalmasının sebebi; kitlelerin, iletişim araçlarının mülkiyetini elde etmekten uzak tutulmasıdır. Enzensberger’e göre “sol tandanslı” eleştirilerin, “savunmacı” bir çizgiyle, kitle iletişim araçlarının tümünü birer manipülasyon aracına indirgemesi, başlangıçta konuyu anlamaya yönelik önemli kazanımlar getirmişse de artık bu tür eleştiriler, konuyu açıklamaktan çok karanlıkta bırakmaktadır. Geçmişten beri bu tür eleştirilerin altında yatan sebeplerden biri burjuva entelijansiyasının ayrıcalıklı konumlarına karşı kitle iletişim araçlarının ilerici potansiyelinin, bir tür tehdit getirmesidir. Enzensberger, entelijansiyayı, eğitim ayrıcalıklarının ve kültürel tekellerinin sona erecek olması nedeniyle kitle iletişim araçlarına olumsuz bir bakışla yaklaştıkları gerekçesiyle suçlar. Ona göre iletişim araçlarının yayınlarının manipülasyon işlevi taşıması kaçınılmazdır. Ancak asıl mesele “manipülasyon”un kimler tarafından yapıldığı ya da gelecekte, katılımcı bir ortam içerisinde herkesin birer manipülatör olup olamayacağıdır. Enzensberger’e göre yeni iletişim araçları, kitap, resim gibi eski araçlara kıyasla daha eşitlikçi bir yapıya sahiptir. Kitle iletişim

araçlarına olumsuz, küçümseyici bir tutumla bakılmamalı, bu araçlar geleceğe ilişkin barındırdığı potansiyellerle değerlendirilmelidir. Enzensberger, kitle iletişim araçları ve reklamlar tarafından “sahte ihtiyaçlar”ın yaratıldığını savunan kuramları, kendini alt sınıflara kıyasla daha bilinçli sayan orta sınıfa özgü bir ön yargı olarak yorumlar. Ona göre kitlelerin tüketime yönelmesinin sebebi yaratılmış sahte ihtiyaçlar değil, gerçek ve asli ihtiyaçların sahteleştirilmesi ve sömürülmesidir ve kitlelerin bu ihtiyaçları ciddiye alınmalı, incelenmeli ve politik olarak verimli kılınmalıdır.

1957 yılında *The Uses of Literacy* isimli bir kitap yayınlayan İngiliz edebiyatı profesörü Richard Hoggart, bu eserinde İngiliz işçi sınıfının yaşam biçimine ve gündelik yaşamına dair bir inceleme yaparak, işçi sınıfının ticari kültüre karşı direnen geleneksel kültürüne övgüde bulunur. 1958’de Raymond Williams’ın toplum ve kültür arasında yapılan ayrıştırmayı eleştirdiği *Culture and Society 1780-1950*, 1964’te Stuart Hall ve Paddy Whannel’in *Popular Arts* adlı eseri yayınlanır. Bütün bu eserlerin yayınlandığı dönemden sonra, Richard Hoggart’ın yöneticiliğinde, 1964 yılında Birmingham Üniversitesi’nde kurulan Çağdaş Kültürel Araştırmalar Merkezi, kültürel araştırmalar literatürüne geniş bir katkı sunmuştur. Bu merkez “Birmingham Okulu” olarak da anılmaktadır (Mattelart ve Mattelart, 2013: 83, 84).

Birmingham Okulu üyelerinden Raymond Williams ve Stuart Hall gibi düşünürler, popüler kültür konusunda tutarlı bir paradigma ortaya koymuştur. Bu ekolün popüler kültür konusundaki çalışmalarında Antonio Gramsci, Louis Althusser, Pierre Bourdieu, Mikhail Bakhtin gibi düşünürlerin etkilerinden söz edilebilir.

Raymond Williams, kitle kültürü teriminin kullanımına karşı olduğunu açıkça belirterek bu terimin uyandırdığı bazı çağrışımlara dikkat çeker; kitle sözcüğü modern anlamıyla “yığın”, “kalabalık”, “ayaktakımı” gibi anlamları karşılamaktadır. İletişim araçlarının hitap ettiği çok geniş izleyici kitleleri olsa da bu kitleler aslında çok daha küçük gruplar içinde ya da bireysel olarak bölünmüştür ve dağınık bir yapıdadır. Bunun yanında, kitle kültürü teriminin kullanımı, geniş kitlelere hitap eden şeylerle ilgili antidemokratik bir önyargıyı da içinde barındırır. Williams’ın

özellikle ilgilendiği çağdaş anlamıyla popüler kültür, eski anlayışa göre “kültür” olarak kabul görmeyen; gündelik yaşamın kültüründen ticari dünyaya kadar geniş bir alanı kapsamaktadır ve bu alan hafife alınmamalıdır (Heath ve Skirrow, 2016: 28-29).

Williams (1974), yüksek kültürün belirli bir sosyal sınıfa, popüler kültürün ise halkın geri kalanına ait olduğu yönünde basit bir zıtlık kurulamayacağını söyler. Her ne kadar “erişim ve kullanım” derecelerinde belirgin farklılıklar olsa da bu farklılıklar toplumsal ve tarihsel koşullara dayanır. Williams’a göre yüksek kültürün evrenselliğine karşı popüler kültürün yerelliği gibi bir zıtlık da söz konusu değildir. Yüksek kültürün mevcut her versiyonu, yerel ve seçidir, -fark edilerek ya da edilmeyerek- popüler kültür öğelerini de kendi içine katabilir.

Williams’ın düşüncelerinden hareketle günümüzde yüksek kültür-popüler kültür ayrımının bulanıklaştığını, birbirinden farklı kültürel alanlara temas eden popüler kültürün artık son derece eklektik bir yapıda olduğu ve bir tür post-modernleşme sürecinden geçmekte olduğu söylenebilir. Michael Real’in (2018: 286) söyledikleri de bu noktayı vurgulamaktadır;

Popüler kültür her bir diğer kültürel kaynak -yüksek kültür ve klasik sanatlar, geleneksel kültür ve halk sanatları, yüz yüze deneyim, ustaca yaratıcılıktan bilinçsiz, miras kalan uygulamalara kadar her şey- ile yarışmakta ve onları bünyesinde barındırmaktadır. Sonuç, bugün gündelik hayatın kültürel olarak saf olmayan bir yapısıdır, yani, ne geleneksel kültür nede modern kültür olan, seçkini, halkı ve kitleyi eleştirmeden birleştirebilen ve özünde sömürgecilik sonrası ve postmodern olan bir hayattır.

Douglas Kellner’in (2006: 196) günümüzün popüler kültüründeki özne konumları hakkında değindikleri de konuya dair eklektik yapıyı ve postmodern durumu ortaya koymaktadır. Kellner bahsi geçen özne konumlarını “ziyâdesiyle özgül (specific), çelişkili, kırılğan” ve “hızla yeniden inşâ ve dönüşümlere açık” olarak betimler. Buradan hareketle, istikrarlı bir konuma sahip olmayan; sürekli bir dönüşüm halindeki öznelerin, farklı kültürel alanların iç içe geçtiği; eklektik bir popüler kültürü deneyimlediği söylenebilir.

Burada aslında sonsuz bir kavram tartışması süregitmektedir. Kitle kültürü ile popüler kültür terimleri arasında akademik bir tercihle seçim yapılmasının, belirli bir çelişki yaratması kaçınılmazdır. Shumway'e (1999: 381) göre "popüler kültür" terimi seçildiğinde, ideoloji ve endüstriyel üretim göz ardı edilmiş olur, "kitle kültürü" terimi seçildiğinde ise bu alanın içinde umut vadeden herhangi bir şey bulmak zorlaşır. Bu nedenle günümüzün kültürü, tamamen "halkın seçimi" ya da tamamen "onların afyonu" olarak okunmamalı, iki karşıt uç arasında "yapıbozumu"na giderek yeni ve yeterli bir kavramsallaştırma ortaya konulmalıdır.

Stuart Hall (1999: 99) ise toplumsal yapıya ve ilişkilere dikkat çekerek popüler kültürün, basit şekilde tarihsel bir dönemden diğerine geçişin içerisinde okunmaması gerektiğini vurgular ve popüler kültür çalışmalarının üzerinde durması gereken konunun, tarihsel anlamda yeniden şekillenen veya dönüşen "bir dizi kalıp ve ilişkiler" olduğunu söyler. Hall (1997), kültürü toplumsal sınıflar arasında mücadele alanı olarak görür. Modernleşme süreciyle birlikte kültür ve yaşam biçimleri bir dönüşüme uğramıştır. Popüler kültür, bu dönüşüm sürecine karşı "saf anlamıyla" bir direniş geleneği ortaya koymaz. Ancak tamamen yukarıdan dayatılanın kabul edildiği edilgen bir biçim de değildir. Hall'e göre popüler kültür toplumsal dönüşümlerin üzerinde gerçekleştiği bir alandır. Modernitenin "ıslah" çabalarına karşı bir takım direnme mevkileri yaratmıştır. Bu nedenle popüler kültürün gelenekselci yapısının "muhafazakar bir güdü" olarak yorumlanması yanlıştır. Popüler kültürde direniş noktaları olduğu gibi yok olma ve dönüşme noktaları da vardır. Bu durum kültürel mücadelenin diyalektik yapısını oluşturur. Hall işçi sınıfı kültürünün özerk bir yapısının olmadığını varsa da kültürel emperyalizm tarafından yutulduğunu belirtir. Ayrıca "sınıf" ve "popüler sözcüklerinin birbirleri ile ilişkili olmalarına rağmen, birbirlerinin yerine geçmeyeceğini vurgulayan Hall bu durumun nedenini şu sözlerle açıklar;

Belirgin biçimde birbirinden farklı ve değişik sınıfsal-kültürel oluşumlar varsa da, belirli bir sınıfın bütününe, tarihsel bir sabitlik ilişkisi içinde paradigmatik olarak bağlanmış olan, tümüyle ayrı 'kültürler' yoktur. Farklı sınıf kültürleri aynı mücadele alanında birbirleriyle kesişme ve çakışma eğilimindedirler. 'Popüler' terimi, kültür ile

sınıflar arasındaki bu yerinden çıkma ilişkisini gösterir. Daha doğru bir ifadeyle, ‘halk sınıfları’ nı oluşturan sınıflar ve güçler ittifakına bir gönderme yapar (a.g.e. : 21).

Bu görüşten hareketle Hall, klasik marksizmdeki “sınıfa karşı sınıf” söyleminin yerine “iktidar bloğuna karşı halk”ı koyar ve popüler kültürün bu çelişki etrafında örgütlendiğini savunur. Ancak, ona göre halkın kolektif bir özne konumunda olup olmadığı tartışmalıdır. Çünkü popüler kültürün sabit olarak kavranabilecek bir içeriği olmadığı gibi halk da belirli bir öznel yapıya sahip değildir. Popüler kültür hem rızanın ve hegemonyanın üretildiği alandır hem de bir çeşit direnme potansiyeli içermektedir (a.g.e. : 21, 22).

Hall (2014: 83-95), iletişim araçlarını değerlendirirken, toplumsal yapı ve pratiklerin mutlaka göz önüne alınması gerektiğini savunur. İletişim kurumları ve ilişkileri, teknolojiye ve kültürel alana hükmetmekte ve “ikinci düzey evrenler” yaratarak, kültürel ve toplumsal pratikleri belirlemektedir. Ancak Hall’e göre iletişim araçları, karşılarında her türlü iletiye açık ve edilgen şekilde konumlanmış kitlelere hitap etmezler. Her ne kadar medya ideolojik bir işlevle hareket etse de hiçbir ileti alıcıların zihinlerine veya bilincine kolayca yerleştirilemez. “Anlamlar” toplumsal ilişkiler ve yapı içerisinde oluşmaktadır ve bağlamı içerisinde kendine özgü konumlara sahiptir. Anlamların işlevlerini gerçekleştirebilmesi için kültürel ve siyasi pratikler aracılığıyla toplumsal konumlara eklemlenebilmeleri gerekir. Modern toplumlardaki kültürel ilişkilerin bir bölümünü, bahsedilen anlamların üretimi ve dönüştürümü oluşturur. Anlamların ve kültürel ilişkilerin nasıl belirleneceği aynı zamanda bir tahakküm kurma meselesidir. Hall, Antonio Gramsci’nin, siyaseti - birbiriyle doğrudan, karşı karşıya çarpışan iki grup arasında değil- farklı konumlar arasında süregiden bir mücadelenin alanı olarak görmesine atıfta bulunur. Bu anlayışa göre mesele, bir konumun diğerini ne zaman yok edeceği değil, konumlar arası mücadele devam ederken oluşan güç ilişkilerinin ve dengelerin durumudur.

Hall (1994b), Gramsci’nin düşüncelerini, özellikle de “hegemonya” kavramsallaştırmasını, kültür ve medya bağlamında yorumlar. Hegemonya yalnızca egemen sınıfın yönetilen sınıfları güdüp yönetmesine dayanmaz, aynı zamanda

yönetilen sınıfların rızasının üretimi gerçekleştiği zaman var olur. Hegemonya “güç ve rızanın bileşimi”dir ve Gramsci’ye göre liberal-kapitalist devletlerde rızanın üretimi, gücün elde edilmesine kıyasla ön plandadır. Hegemonya somut tarihsel konjonktürler içerisinde kurulabilir ancak sürekliliği mümkün değildir. Kendilerine özgü bir yaşam tarzına ve sınıf pratiklerine sahip yönetilen sınıflar, var olan sisteme “karşı hegemonik” bir gücü sunmak konusunda yetersiz olduklarında, yönetmeyi pekiştirmenin bir aracı olarak kullanılabilirler. Ancak Hall’e göre hegemonik koşullar sağlansa bile Marcuse’nin *Tek Boyutlu İnsan* adlı eserinde öngördüğü gibi yönetilen sınıfların bütünüyle “içerilmesi ve massedilmesi”, söz konusu değildir. (a.g.e. 190-192)

Hall, Louis Althusser’in *İdeoloji ve Devlet’in İdeolojik Aygıtları* adlı kitabında sözünü ettiği “yeniden üretim” nosyonuna atıfta bulunarak, “toplumsal yeniden üretim”in gerçekleşmesinin ve rızanın üretilmesinin gereği olarak kültürel kurumları ve kitle iletişim araçlarını da sayar (a.g.e. : 193, 194). Hall’e (1994a: 100, 101) göre yayıncılar (medya) muhalif bir konumda bile olsa, bilmeden ya da bilinçdışı olarak, ideolojik söylemlerin yeniden-üretimine hizmet eder.

Raymond Williams da Hall ve daha birçok kuramcı gibi kültüre ilişkin analizinde, kültürel üretim ve yeniden-üretim konularına değinmiştir. Williams’a (1993: 200) göre kültür, birçok özelliğiyle bir “yeniden üret(il)me tarzı”dır. Kültürel sürecin içerdiği birçok öge için söylenebilecek olan; bunların bazı “yalıtılmış anlarda”, rastgele oluşmuş öğeler olduğu değil, kendi içinde süreklilik türlerine sahip ve “şimdiye dair bir ayıklanma ve örgütlenme” olduğudur.

Williams (a.g.e. : 208) kültürel üretimin ekonomik belirlenim içerisinde gerçekleştiğini savunanlarla onun “görece özerk” bir yapıya sahip olduğunu savunanlar arasında önemli bir tartışmanın süregittiğini belirterek, bu tartışmanın genelleşmesinin ve karışık bir duruma girmesinin sebebini; ekonomi tarafından belirlenen kültürel türler olduğu gibi dolaylı olarak belirlenen ya da hiçbir şekilde belirlenmeyen, özgül üretim türlerinin de var olması olarak tespit eder. Williams’a (a.g.e. : 223-224) göre egemen kültür düzleminde meydana gelen yeniden-üretim

biçimleri, genellikle onun yeni formlarını oluştururken bazen de egemen kültüre karşı muhalif ve yıkıcı bir etki de gösterebilirler.

Williams'ın bahsettiği yeniden üretim biçimlerinin, hangi işlevinin daha ön planda olduğu sorunsalı, genellikle olgunun adlandırılışını; popüler kültür, kitle kültürü, kültür endüstrisi gibi kavramların hangisinin kullanılacağını da belirler. Ancak, bu kavramlar ideolojik bir adlandırma ihtiyacından çok metodolojik bir yaklaşımla ve bağlamına göre de kullanılabilir. Örneğin, Ünsal Oskay (2013: 152-156) belirgin bir şekilde kitle kültürü ile popüler kültürün kavramsal ayrımını yapmayı tercih eder. Oskay'a göre kitle kültürü edilgen konumlara karşı yukarıdan dayatılmaktadır ve kitle kültürünün "kaçışçı" ürünleri, popüler kültür ürünleriyle bir tutulmamalıdır. Popüler kültür, "yeterince homojenleştirilmemiş, tek kalıba dökülmemiş" toplumlarda yaşanmaktadır; bunlar ya sanayii öncesinin toplumları ya da günümüzün üretim seviyesi yüksek, gelişmiş ülkelerin toplumlarıdır. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde popüler kültür ve kitle kültürü iki ayrı kültür olarak iç içe yaşanmaktadır. Oskay, her ne kadar egemen kültürün tam olarak denetimi altına alamadığı bazı alternatif kültürel deneyim imkanları, alt kültür biçimleri içerse de popüler kültürün, aslında kitle kültüründeki yanılsamanın daha rafine bir versiyonunu ürettiğini savunur. Oskay'a göre bu "rafine yanılsama" bireyin gerçek hayata uyumlu hale gelmesini kolaylaştırmaktadır. Popüler kültür, "sınırları iyi çizilmiş bir 'özgünlük, farklılık, spontanelik, değerlilik'" içermektedir.

Erol Mutlu (2006: 12, 14-17) ise konuya daha farklı bir perspektiften yaklaşarak, popüler kültürün salt üretim-tüketim ilişkileri bağlamında değerlendirilmemesi gerektiğini savunur. Ona göre popüler kültüre yönelik olumsuz eleştiriler sınırlayıcıdır ve popüler kültürü sadece işlevleri üzerinden değerlendirmek onun içeriğe indirgenmesine neden olur. Bu indirgemenin sonucu da eleştirinin popüler kültürün üretim ve dağıtım kanalı olan medyaya yönelmesine, böylece korkutucu bir senaryo olarak kitle kültürünün ortaya çıkmasına neden olur. Ancak bu noktada Mutlu, medyanın "dünyaya açılan (masum) bir pencere" şeklindeki liberal-çoğulcu bakışın da fazlasıyla iyimser olduğunu belirtir. Tamamıyla olumsuz eleştirinin, sınırlayıcı yaklaşımından kaçınırken, popüler kültüre yönelik

güzellemler yapmaya ya da bir tür akademik popülizm tuzağına düşmemeye de dikkat edilmemelidir.

Mutlu (a.g.e. : 26-29) da Raymond Williams gibi kitle kültürü teriminin kullanımından mümkün olduğunca kaçınmak gerektiğini belirtir. Ona göre popüler kültür, kitle kültürü değerlendirmelerinde bahsi geçen edilgenliklerden, budalalıklardan ibaret değildir; halkın geniş kesimlerinin yaşayış biçimlerini, inançlarını, sanatsal üretimlerini kapsar. Hatta popüler olan, bazı yüksek kültür biçimlerini de içine katmaktadır. Mutlu popüler kültürün “geç kapitalizmin yaygın halk kültürü” olduğunu söyler ve popüler kültürün bu özelliğini vurgulamasının nedenini şu sözlerle açıklar;

Popüler kültür geç kapitalizmin yaygın halk kültürü olmak nedeniyle günümüz dünyasında kültür endüstrilerinden bağımsız düşünülemez. Ama popüler kültürü bir tek medya pratikleri ve temsilleri olarak görmek de özellikle iki bakımdan yanıltıcıdır. Bu tür bir bakış açısı her şeyden önce popüler kültürü gündelik hayatın pratiklerinden ve temsillerinden ayrı bir mekâna konumlandırır; ikincisi ise popüler kültür ile (yerel olanlar da dahil tüm) alt-kültürler arasındaki ilişkiyi kavram kargaşasına düşmeksizin tanımlayamaz (a.g.e. : 29-30).

Yukarıda aktarılan görüşlerden anlaşılacağı üzere, popüler kültür olgusuna “kısmen” daha olumlu yaklaşan düşünürler, genellikle, kültürel kurumların ve biçimlerin özgüllüklerini ve onları oluşturan yapılar içerisinde analiz edilmeleri gerektiğini vurgulamışlardır. Bu yaklaşımı benimseyen yazarlar, bireylerin egemen kültür ve kitle iletişim araçları karşısında tamamen edilgen bir halde durmadığını, öznel birtakım pratiklere sahip olabileceğini savunmuş; kültürel alanda süregiden mücadelenin diyalektik yapısına vurgu yaparak popüler kültür içindeki mücadele ve direniş imkanları olabileceğine dikkat çekmiş; teknolojinin kültür ve kültürel yeniden-üretim üzerindeki olumsuz işlevlerini vurgulayan yaklaşımlara karşı argümanlar geliştirerek teknolojinin ve modern iletişim araçlarının kültürel alana, katılımcılık, çoğulculuk gibi demokratik imkanlar da sunabileceğini belirtmişlerdir. Bu anlayışa göre popüler kültür analizi, farklı toplumsal yapı ve ilişkiler dikkate

alınarak, çağdaş kültürün -ya da bir başka deyimle post-modern kültürün- çelişkili, eklektik ve durağan olmayan yapısı göz ardı edilmeden yapılmalıdır.

1.4. Popüler Kültüre Olumlayıcı Yaklaşımlar

Popüler kültür incelemesi yapan bazı akademisyenler ve yazarlar, bu alandaki çalışmalarında toplumları “kitle” olarak gören tutucu yaklaşımları eleştirirken, kendileri de bu tarz yaklaşımların karşıt ucuna doğru savrularak, popüler kültüre övgüler düzerek, olumlayıcı bir üslupla popüler kültürün savunuculuğu rolünü üstlenmektedirler. Modleski’ye (2016: 13) göre Frankfurt Okulu’nun bazı eserlerinin sorunlu yanı olan konuya fazlasıyla dışarıdan ve mesafeli yaklaşım, bugün tam tersinden yaşanmakta, yani popüler kültürün içine fazlasıyla girmiş, “konularına yarı âşık” yazarlar, eleştirdikleri konuyla aralarında olması gerekli olan mesafeyi koruyamamakta ve bu yüzden kitle kültürünün ideolojisini benimseyen, “savunu” niteliğindeki eserler kaleme almaktadırlar. Mutlu (2006: 17) ise bu tür eleştirilerin verimsiz ve yararsız pratikler olduğunu söyleyerek bir tür popülizm içerdiğinden bahseder.

Herbert J. Gans’ın, *Popüler Kültür ve Yüksek Kültür* adlı kitabı, olumlayıcı nitelikteki eserler arasında öne çıkanlardandır. Gans (2014: 11, 13-14, 45, 81), kitabının “kültürel demokrasiden yana bir tez” olduğunu belirtir. Çalışmasında dikkate değer önemli tespitler olduğu gibi sorunlu ve tartışmaya açık taraflar da vardır. Gans’a göre kitle medyasınca nakledilen şeyler, gelip geçici şeylerdir ve kitle medyası izleyicinin isteklerini ve düşüncelerini yansıtmaktadır; yukarıdan dayatılmamaktadır. İzleyiciler “ehven-i şerden” bile olsa seçimler yapmaktadır ve bu seçimler medyayı şekillendirme gücündedir. Gans, popüler kültüre yönelik eleştirilerin neredeyse tamamının “zeminsiz” olduğunu söyler; popüler kültür ürünlerinin yüksek kültüre, popüler kültür tüketicilerine ya da toplumun tümüne herhangi bir zararı yoktur. Frankfurt Okulu kuramcılarının tam aksine, Gans, popüler kültürün homojen değil heterojen olduğunu, yüksek kültür izleyicilerinin daha homojen bir yapıya sahip olduğunu savunur. Hatta Gans’a göre popüler kültür, insanlara, kimliklerinin gelişimi; yaratıcılığa ulaşma ve kendilerini ifade etme gibi meziyetler kazandırmada yardımcı olmuştur. Bu savın bir derece haklılık payı bulunmasına rağmen, daha ziyade bireyci bir tutumu yansıttığı ve geniş ölçekte etkili

olan gerçeklikleri yok saydığı söylenebilir. Örneğin, bir Hollywood filmi herhangi bir bireye gerçekten de kimliğinin gelişimi veya yaratıcılığının artması noktasında bazı katkılar sunabilir. Ancak bu tür istisnai durumlar, devasa bir film endüstrisini ve onun önemli derecede bir takım ideolojik, yönlendirici etkilerinin olduğu gerçeğini değiştirmemektedir.

Gans (a.g.e. : 20), kültürel mücadelenin “kültürlü seçkinler” ve “piyasa” arasında yaşandığını söyler ve popüler kültür ürünlerini geniş halk kitlelerine sunan piyasanın büyük ölçüde müşteriler, yani halkın kendisi tarafından belirlendiğini iddia eder. Gans’ın tezinin sorunlu tarafı burada ortaya çıkar. Çünkü sermayenin, her zaman üstten belirlenen, –birtakım büyük planlar dahilinde– bilinçli bir ideolojik yönlendirmesinin olduğunu söylemek elbette abartılıdır. Ancak hiçbir ideolojik belirlenimin olmadığını, sermayenin ne yapacağına, nasıl davranacağına halkın karar verdiğini söylemek de fazlasıyla iyimser ve hayalci bir bakıştır.

Tezinin sorunlu taraflarını şimdilik bir kenara bırakırsak, Gans’ın popüler kültür literatürüne katkı sunan birtakım tespitlerinden de bahsetmek gerekir. Tekelioğlu’na (2006: 46) göre Gans kendinden önceki ekollerden farklı olarak, popüler kültür okumasını onu “yaşayanların” yani kültürün öznelinin dünyasından yapmaya çalışmaktadır.

Gans (a.g.e. : 22, 23, 25, 27), “seçkinler” dışında kalan geniş toplumsal kesimi kitleler olarak değil “sınıflar ve katmanlar” olarak gördüğünü, ve birden çok popüler kültür olduğunu söyler ve bunları “beğeni kültürleri”² olarak tanımlar. Ona göre bu kavram, kültürü ve onu uygulayan insanları birbirinden ayırmaya yarayan bir soyutlamadır. Beğeni kültürleri dağınık toplumsal kümelerde var olan, “ortak estetik değerleri ve beğeni ölçütlerini” içermektedir. Gans, insanların kültürel ürünlere yönelik seçimlerinde sınıfın yanında “yaş, toplumsal cinsiyet ve ırk” faktörlerinin eskiden olduğundan daha belirleyici bir durumda olduğundan ve çeşitli beğeni

² Tekelioğlu’nun (2006: 46, 49) da değindiği üzere “beğeni kültürü” terimin Bourdieu’nün “habitus” kavramını çağrıştırmaktadır. Bu noktada Gans’ın (2014: 217), Bourdieu’nün kitle kültürü kavrayışını kendininkinden daha eleştirel, yüksek kültüre karşı tutumunu ise kendininkinden daha olumlu bulduğunu not düşmek gerekebilir.

kültürleri arasında bir yakınsama, benzeşme, iç içe geçme; yani seçimlerin tek bir kültürel beğeni kamusuna bağlı kalmayıp çeşitlenmesi durumundan bahseder.³ Gans'ın bu noktadaki önemli tespitlerinden birisi de kültürel ürünlerin birbirine yaklaşmasının ve benzeşmesinin, “orta-sınıflaştırma” (gentrification) süreciyle birlikte işlemedir.

Gans'a (a.g.e. : 30-34) göre kültürel ürünlerin arzının artması ve çeşitlilik göstermesi, insanların bu ürünler içinden seçim yapma şansını arttırmıştır. Aynı zamanda kültürel ürünlere yönelik talep konusunda da değişim vardır; harcanabilir gelir artışı, üniversite mezunu eğitilmiş kesimin büyümesi ve kültürel tüketimin bir statü göstergesi olarak görülmesindeki azalma (orta sınıfın popüler kültüre yönelimini arttırmıştır) meselenin talep boyutunu değişime uğratmıştır.

Gans beğeni kültürleri ve toplumun bütünü arasındaki politik ilişkiye de dikkat çeker;

Her ne kadar çoğu beğeni kültürü açıktan açığa siyasal bir görünüm sergilemiyorsa da, her kültürel içerik, siyasal sayılabilecek ya da siyasal sonuçları doğurabilecek birtakım değerler taşır. Örneğin, televizyondaki en basit bir aile komedisi bile, kadınlarla erkekler, ana-babalarla çocuklar arasındaki ilişkiler konusunda bir şeyler anlatır. Bu ilişkiler belirli değerleri, belirli iktidar sorunlarını içerdiği sürece siyasaldırlar – her ne kadar o ilişkiler sorgulanıncaya kadar farkına varılmasa da (a.g.e. : 137-138).

Ancak Gans'a (a.g.e. : 142) göre tüm beğeni kültürleri belirli noktalarda politik olsa da bu durum sadece politikaya önem veren insanlar için önemlidir ve halkın geri kalanı popüler kültür ürünlerindeki politik içeriğe aldırış etmez.

Gans, çalışmasında, medyadaki üretime dair “alkültürel programlama” adını verdiği bir öneri sunmuştur. Buna göre her beğeni kamusu için kendi özgül beğenilerinin ve ilgilendikleri konuların sunulacağı “sanat, bilgilenme ve eğlence”ye

³ Gans (a.g.e. : 109 - 137), aralarında keskin ayrımlar yapmamakla birlikte beğeni kültürlerini yüksek kültür, üst-orta kültür, alt-orta kültür, aşağı kültür ve sözde-halk aşağı kültürü olmak üzere beş ayrı kategoriye ayırmıştır.

yönelik içeriklerin üretileceği medya kanalları oluşturularak her beğeni kültürünün kültürel talepleri doğru biçimde karşılanacaktır. Ancak burada, böyle bir programlanmanın kimler ya da hangi kurumlar tarafından gerçekleştirileceği sorusu önemlidir. Gans, insanlara “başkalarının onların iyiliğine olduğunu düşündüklerini” sunmanın tercih edilir bir şey olmadığını savunur ancak kendi önerdiği modelde beğeni kamularının nasıl birbirinden ayrılacağı ya da halkın gerçekten istediği şeylerin nasıl saptanacağı, saptanabilse bile bu isteklerin içeriklere nasıl uygulanacağı şüphelidir. Bu nedenle Gans’ın getirdiği öneri aslında popüler kültür üreticilerinin, ürünlerine yöneltilen eleştirilere karşı artık gelenekleşmiş bir savunma biçimi olan; “halk, bunu istiyor” cevabını vermelerini çağrıştırmaktadır.

John Fiske’nin *Popüler Kültürü Anlamak* adlı kitabındaki görüşleri de her ne kadar Gans kadar bireyci bir yaklaşımda olmasa da bazı açılardan Gans’ın olumlayıcı tarzına yakınlık göstermektedir.

Fiske’nin bazı görüşleri toplumsal egemenlik ilişkileri ve popüler kültür içindeki çelişkileri vurgulaması bakımından, yukarıda Stuart Hall’dan aktarılan görüşlerle benzerlik taşır:

Popüler kültür, toplumsal farklılıklarımızı anlamlı kıldığımız sınıf, toplumsal cinsiyet, ırk ve diğer kategorilerin eksenleri boyunca iktidarın eşit bir biçimde dağıtılmadığı toplumlarda derinden çelişkilidir. Popüler kültür tabiler ile güçsüzlerin kültürüdür, bu yüzden de içerisinde daima toplumsal sistemimizin, dolayısıyla da toplumsal deneyimimizin merkezinde yer alan egemenlik altına alma ve tabi kılma güçlerinin izlerini, iktidar ilişkilerinin göstergelerini taşır. Popüler kültür aynı zamanda bu güçlere direnmenin, onlardan sıyrılmanın belirtilerini gösterir: popüler kültür kendi içinde çelişkilidir (Fiske, 1999: 15).

Fiske (a.g.e. : 62) de Hall gibi insanların egemen güçler karşısında bütünüyle çaresiz, edilgen özneler konumunda yer almadığını, ancak tamamen özgür iradeli bireyler de olmadığını söyler. Ancak Hall’dan farklı olarak “egemen popüler kültür” diye bir olgunun olmadığını, popüler kültürün her zaman hegemonyaya karşı gösterilen tepki ile biçimlendiğini ve hiçbir zaman egemenlik kurmanın bir uzantısı

olmadığını söyler (a.g.e. : 59). Bu bakımdan Fiske, popüler kültüre, her koşulda aşağıdan örgütlenen ve sisteme karşı daima muhalif söylemler üreten bir rol atfetmiştir. Bu yaklaşım kültürün üretimindeki sermayenin ve iktidar ilişkilerinin etkisini göz ardı etmektedir.

Fiske'ye (a.g.e. : 65-66, 70-71) göre “sıyrılma” ve “üretkenlik” olarak iki temel biçimde işleyen “popüler hazlar”, yönetilenlerin oluşturduğu dayanışmalardan doğarlar ve kendilerini denetlemeye çalışan iktidara karşı aşağıdan yukarı doğru örgütlenerek var olurlar. “Popüler hazlar” insanları egemenliği altına alan ve disipline sokan sisteme karşı alternatif yaşam alanlarını korurlar ve iktidara karşı halkın kültürel alanını korudukları derecede direnişçi bir yapıya sahiptirler. Fiske (a.g.e. : 36, 40), popüler kültürün üreticisinin kültür endüstrisi değil halk olduğunu, kültür endüstrilerinin sadece halkın popüler kültürü yaratma sürecinde halka kullanacağı ya da reddedeceği ürünleri sunduğunu savunur. Ona göre endüstri toplumunda kültürün de endüstrileşmiş olması kaçınılmazdır. İnsanlar eski kabile toplumlarında olduğu gibi kendi maddi ya da kültürel metalarını üretememektedirler. Bu nedenle -kapitalist düzende- artık ortada “sahici bir halk kültürü” olmadığından, kitle kültürü eleştiricilerinin sahiciliğin yok olduğundan şikayet etmesi nostaljik bir bakış açısidir ve yararsız bir tartışmaya neden olur.

Gans ve Fiske'nin çalışmalarında görüleceği üzere, popüler kültüre olumlayıcı bir bakışla yaklaşan kuramcılar, kültürün üreticilerine değil kullanıcılarına odaklanmaları sebebiyle önemli tespitler sunmaktadırlar. Ancak tam da bu yaklaşımlarından ötürü meselenin ekonomi-politik boyutunu göz ardı etmişlerdir. Bu nedenle, Frankfurt ya da Birmingham ekolleri gibi sistematik ve tutarlı bir paradigma üretememişlerdir ve popüler kültürün her zaman aşağıdan, halk tarafından üretildiği ön kabulünü benimseyerek, eleştirel bir yaklaşımla hareket etmekten çok bir tür popüler kültür savunusu ortaya koymuşlardır.

İKİNCİ BÖLÜM

TÜRKİYE'DE POPÜLER KÜLTÜR VE SİNEMA

2.1. 1980 Sonrası Türkiye ve Popüler Kültür

1980 yılında yaşanan iki önemli olay, daha sonra gerçekleşecek bir dizi kırılmaları tetikleyecek şekilde, Türkiye'nin toplumsal ve kültürel yapısında, daha önce görülmemiş bir boyutta değişim ve dönüşüm süreci başlatmıştır. Bunlardan ilki dönemin Başbakanlık müsteşarı Turgut Özal'ın hazırladığı, Türkiye'nin ekonomik ve siyasi alanda neo-liberalleşme sürecini başlatan 24 Ocak Kararları, ikincisi ise güncel politikayı ve politik eğilimleri derinden sarsan 12 Eylül askeri darbesidir.

Korkut Boratav (1990: 121-122), 24 Ocak kararlarıyla ilgili olarak üç temel gözleminden bahseder; bunlardan ilki devalüasyon, KİT zamları, ve fiyat denetimlerinin kaldırılması gibi hamlelerde IMF'nin dahi talep ettiğinden çok daha fazlasının gerçekleştirilmesi, ikincisi uluslararası ve yerli sermayenin emekçi sınıfa karşı güçlendirilmesi ve iç ve dışa dönük piyasalarda serbesti sağlamayı hedeflemesi, üçüncüsü ise dönemin hükümetinin emekçi kesimlerin aleyhine olan bu uygulamaları gerçekleştirmesindeki zorlukların, 12 Eylül darbesinden sonra yönetime geçen askeri rejim tarafından kolaylıkla ortadan kaldırılabilmesidir. Böylelikle Türkiye'nin toplumsal ve kültürel dinamiklerini derinden etkileyecek olan ekonomik hamleler, uygulamaya geçmiştir.

12 Eylül'ün kültürel alana doğrudan etkisi, siyasi partilerin kapatılması, idamlar, işkence uygulamaları ve hak ihlallerinin sonucu olarak gençlerin siyasetten uzaklaştırılması; toplumun depolitize edilmesi ve dolayısıyla entelektüel alandan da uzaklaştırılması; anayasa değişikliği gibi kültürel alanı etkileyecek hamlelerin, son derece merkezileşmiş bir yönetim elinde kolaylıkla uygulanması ile gerçekleşmiştir. Darbenin dolaylı etkisi ise askeri cuntanın liberalleşmeyi ve serbest piyasa ekonomisini desteklemesi ve neo-liberalist politikaların uygulamaya girmesinin sonucu olarak kültürel alanın değişimi ve dönüşümü üzerinde olmuştur. Laçiner'e

(2001: 17) göre 1980’ler ve 1990’lar, Türkiye’de siyasetten umudun kesildiği, siyasal alanın daraldığı ve hakların kısıtlandığı, “herkesin herkesle rekabet ettiği” bir ekonomik düzenin ve salt parasal kazancın öne çıktığı bir toplumsal hayatın kurulduğu yıllar olmuştur.

Askeri darbeden sonra, birçok siyasi partinin yasaklandığı bir ortamda, sadece üç partinin katılabildiği 6 Kasım 1983 seçimleri yapılmış ve Turgut Özal’ın kurduğu ANAP tek başına iktidara gelmiştir. Bu noktadan sonra Özal 24 Ocak kararlarını daha kolay bir şekilde uygulamaya geçirmiş, Türkiye giderek hızlanan bir neo-liberalleşme sürecinin içine girmiştir. Serbest piyasa ekonomisiyle birlikte özellikle sermaye sınıfı daha da zenginleşmiş, zenginle fakir arasındaki uçurum artmıştır. Ortaya çıkan yeni zenginler, –toplumun alçakgönüllülüğe dayanan geleneksel yapısına ters düşecek şekilde– zenginliklerini göstermekten çekinmemiş, hatta gösterişe yönelmişlerdir. Halkın bazı kesimlerinin (örneğin kamu çalışanları) alım gücü düşmesine rağmen taksitle alışveriş ve kredi kartı kullanımının artmasının da etkisiyle tüketim kültürü büyük bir hızla yaygınlaşmaya başlamıştır (Zürcher, 2014: 406-407, 441-447). Rıfat N. Bali’ye (2007: 19, 61) göre darbe sonrası uygulanmaya başlanan serbest piyasa ekonomisiyle birlikte, Türkiye’de daha önce görülmemiş bir boyutta dışa açılma ve dinamizm yaşanmıştır. O yıllarda Kıta Avrupası’nı etkisi altına alan Amerikan popüler kültürü, Türkiye’ye de sıçramış, Türkiye’de gündelik hayat “Amerikanlaşmış” ve daha renkli bir hale gelmiştir. Batı’nın yaşam tarzını gözlemleme şansı bulan insanlar, geçmişin “kıt kanaat geçinmek ve azla yetinmek” üzerine kurulu yaşam felsefesini terk etmeye başlamıştır.

Ahmet Oktay (1993: 89-91) ise ekonomik ve toplumsal değişim sürecinin 12 Mart 1970 darbesiyle başladığını belirtir ve 1970-1990 arasında Türkiye’de kapitalizmin yükselmeye başladığını, kitle iletişim araçlarının ve reklamların etkisiyle, tüketim toplumu değerlerinin yaygınlaştığını savunur. Oktay’a göre bu süreçte alt sınıfların ücretleri iyileştirilmemiş, dolayısıyla kültürel harcamalarında bir genişleme olmamıştır. Hem bu durumun hem de edebiyat ve sanatın üst sınıfların kullanımına sunulacak şekilde metalaşmasının sonucu olarak alt sınıfların popüler kültürü giderek “televizyon kültürü”nün etkisi altına girmiştir. Televizyon

ürünlerinin içeriğinde, zaman zaman kitlelerin muhalif söylemleri de kendine yer bulabilse bile bu söylemler sistem içerisinde eritilmiş, bu durum kitlelerin edilgen hale getirilmesini kolaylaştırmıştır.

Nurdan Gürbilek (2014: 21), ANAP'ın uyguladığı politikaların ve ekonomi yönetiminin Türkiye'de kültürü birbiriyle temas etmeyecek biçimde ikiye ayırdığını belirtir; “Bir yanda merkezi iktidarca bastırılan, yasaklanan, söz hakkı verilmeyen hayat alanları; öbür yanda 80'lere kadar benzeri görülmemiş bir iştahla yaşanan, çok daha merkezsiz, çok daha dağınık, çok daha kendiliğinden görünen bir söz patlaması”. Gürbilek'e göre bu patlama birçok ögenin birbirini etkileyen, ama birbirine indirgenemeyecek şekilde kesişmesiyle oluşmuştur. Piyasa, kültürü daha önce hiç olmadığı kadar etkilemiş, reklamcılık sayesinde kısa zamanda bir imgeler patlaması yaşanmış, yeniden şekillenen medyanın etkisiyle yeni bir kamuoyu ve haber dili oluşmuştur.

Gürbilek'e (a.g.e. : 22-24) göre 1980'lerin getirdiği değişimle birlikte daha önce mahrem kabul edilen birçok konu kamusal alana taşınmış, “özel hayat” söylem alanına taşınmış, kamusallaşmıştır. “Reklamların dili”, kültürü, pazarlamanın hammaddesi haline getirecek şekilde kullanmış; söylemleri görüntünün ve imgelerin alanına taşımış; nesnesiyle nedensiz ve keyfi bir ilişki kuran, gündelik hayattan, teknikten, felsefe, argo gibi farklı alanlardan beslenen ama hepsine de eşit uzaklıkta duran sentetik bir dilin ortaya çıkmasına yardımcı olmuştur. Gürbilek, 1980'lerde dildeki kullanımın değişimi ile ilgili şunları söyler;

Kuşkusuz dilin her zaman hayali bir yönü vardır, her dönemde bazı kavramlar önem kazanırken diğerleri gözde düşer. Ama 80'lerin farkı, bunu yaparken dille olan ilişkimizi de kökünden değiştirmeyi başarması, tanıdıklığı ya da yaşanmışlığı tümüyle dışlayan keyfi bir dili yaşar kılabilmesi, dille hakikat arasındaki ilişkiyi koparıken hayali bir dili sahiciymiş gibi gösterebilmesiydi (a.g.e. : 25).

Bu görüşlerden yola çıkarak, 1980 sonrası süreçte toplumsal ve kültürel değişime en hızlı ayak uyduran, hatta değişimin yönünü de belirleyen kurumun

medya ve reklam sektörü olduğu söylenebilir. Bali'nin (2007) *Tarz-ı Hayat'tan Life Style'a* adlı kitabındaki detaylı incelemesinde, medyanın bu dönemde hızla liberal politikaları destekleyecek şekilde biçimlendiği, bu doğrultuda ilk başlarda dergilerin ve gazetelerin daha sonraki yıllarda ise özel televizyonların ortaya çıktığı ve oluşan bu yeni medyanın, siyaset ve sermayenin ortak programı olarak Batı'ya dönük bir neo-liberalleşme programını ve oldukça hızlı bir kültürel değişimi büyük ölçüde desteklediği görülebilir. Bali, medyanın bu değişimdeki rolünü şu sözlerle açıklamaktadır;

Gazete ve dergilerin bazı sayfalarıyla haber niyetine okunulan yazıların önemli bir kesimi aslında sadece ürün tanıtım yazılarıydı. Bu yoğun kampanyayla yeniden yaratılmak istenen, tasarruf ve “yerli malı kullanma” felsefesiyle yoğrulmuş Türk insanının yerine “hayattan zevk alma”yı ve tüketmeyi yeni çağın felsefesi olarak benimsemiş Batı'nın tüketim kalıplarına uygun Yeni Türk İnsanı idi. Bunun gerçekleştirilmesinde de, yayınlarıyla insanların sınıf atlama ve seçkinler arasında yer alma hırs ve dürtüsünü sürekli tahrik eden medya en büyük rolü üstlendi (a.g.e : 345-346).

Medyanın toplumsal ve kültürel değişimde belirleyici olduğu bu dönemde, muhalif ögeler edilgenleştirilmiş ve kitle kültürünün bir parçası haline getirilmiştir. Özellikle dergiler bu süreçte önemli bir yer tutarak, seçkincilik ideolojisini, tüketim kültürünü yaymış; popüler kültürü kitle kültürüne dönüştürmüştür (Oktay, 1993 : 92-110).

ANAP iktidarının sona erdiği 1990'larda da neo-liberal politikaların uygulanması devam etmiştir. Örneğin; bu dönemde başbakanlık yapan ve bir Margaret Thatcher⁴ hayranı olan Tansu Çiller, devlet kurumlarının özelleştirilmesini desteklemiş ve ekonomideki bütçe açığına bir çözüm olarak görmüştür (Zürcher, 2014: 448). 1980'li yıllarda toplumsal hayata giren ve “başarıyı”, para kazanmayı, tüketim kültürünü teşvik eden değer yargıları, 1990'larda –yazılı ve görsel medyanın

⁴ Dönemin İngiltere Başbakanı Margaret Thatcher ve Amerika Birleşik Devletleri Başkanı Ronald Reagan, neo-liberalist ideolojinin dünya genelindeki yayılışının iki büyük mimarı olarak kabul edilmektedir.

da etkisiyle– yerini daha da sağlamlaştırmıştır (Bali, 2001: 208-209). Bu dönemde Neo-liberalizm, mekanlar (kent) ve sınıflar üzerindeki değişimde oldukça etkili bir faktör olmuştur. Kentler ekonominin dönüşümüyle birlikte yeniden şekillenmiş, sınıflar arasındaki farkın açılması geleneksel mahalle yaşamını dönüştürmüş, siteleri ve uydu-kentleri ortaya çıkarmıştır. Üst-orta sınıfların eğlence ve alışveriş pratikleri, sokak ve caddelerden, yeni inşa edilen AVM’lere kaymıştır. “Yeni Orta Sınıf” olarak tanımlanan, metropol yaşamını benimsemiş; iyi eğitilmiş; finans, borsa, reklamcılık gibi sektörlerde çalışan; batılı gündelik yaşam tarzına öykünen yeni bir sınıf ortaya çıkmış; bu sınıf Türkiye’nin toplumsal ve kültürel hayattaki dönüşümünü etkileyen bir rol oynamaya başlamıştır (Şimşek, 2014).

Orta sınıfların genişlemesi ve yeni orta sınıfın ortaya çıkışı tüm dünyada uygulanan neo-liberalist politikalar tarafından desteklenmiştir. Neo-liberalizmin kültürel hayata olan etkisini anlatan anahtar kavramlardan biri orta-sınıflaştırma (gentrification⁵) kavramıdır. Aslında bu kavram, kent planlaması ve mimari alanında, eski mahallelerin, orta-sınıfların veya seçkinlerin kullanımına sunulacak şekilde kentsel dönüşüme tabi tutulmasını adlandırmak için kullanılmaktadır. Ancak, ticari ve kültürel hayatta da orta-sınıflaştırma önemli bir yer tutmaktadır. Örneğin; sıradan bir giysinin, işlevinden ziyade kişiyi “seçkin göstermesine”, “özel hissettirecek” olmasına vurgu yapan reklamlarla pazarlanması, bu durumun hem ticari hem de kültürel hayattaki bir yansımasıdır. Günümüzde birçok popüler kültür ürünü de orta-sınıflaştırma işlevini görecektir şekilde tüketime sunulmaktadır.

Neo-liberal politikaların yoğun olarak uygulandığı 1990’larda hem ekonomik krizlerin etkisiyle hem de kârı önceleyen politikalar nedeniyle, devlet nezdinde, kültürel harcamalara çok fazla pay ayrılmamıştır. Sermaye gruplarının ilgisi ise televizyon, müzik, futbol gibi doğrudan eğlence sektörüne bağlı popüler kültür alanları üzerine kaymıştır. Özellikle 1990’larda bahsi geçen sektörler patlama yapmıştır. Uzun süre kendi kabuğuna çekilen popüler sinemanın geri dönüşü ise 1990’ların sonuna doğru ve 2000’li yılların başında gerçekleşmiştir. 2001 yılında

⁵ Bu kavram, mutenalaştırma, soylulaştırma, nezihleştirme vb. olarak da Türkçeye çevrilmektedir.

yaşanan ekonomik kriz ve ardından gerçekleşen 2002 genel seçimleri, eski politikacıların birçoğunun tasfiye olmasını ve günümüze kadar devam eden AK Parti'nin tek başına iktidarının başlangıcını getirmiştir. Bu süreçte neo-liberal politikaların uygulanması dünyanın büyük kısmında olduğu gibi devam etmiştir. Ancak, 1980 ve 1990'lardan farklı olarak, toplumsal ve kültürel alanın muhafazakarlaşması söz konusu olmuştur. Bunun yanında, özellikle 2010'larda siyasi alandaki kutuplaşma artmıştır. Bu durum doğal olarak popüler kültür alanını da etkilemiştir. Medyanın ve popüler kültür ürünlerinin bir kısmı, dönemin siyasi atmosferine uygun olan bir ideolojik yeniden üretim işlevi göstermektedir. 2000'lerden günümüze doğru olan sürecin geçmiş dönemlerden bir başka farkı – yaşanan ekonomik bolluğun da etkisiyle– hem devlet hem de özel sermaye tarafından kültürel alana daha fazla yatırımın yapılmasıdır.

Kültürün ekonomik ve politik konjonktürden etkilenmesinin kaçınılmaz olduğu göz önüne alındığında, Türkiye'nin yakın dönem popüler kültürünü etkileyen en önemli faktörün neo-liberalist politikalar olduğu söylenebilir. Wendy Brown'a (24, 32-35) göre neo-liberalizm, yaşamın tüm alanlarını ekonomik ölçütleri temel alarak düzenler. Bu düzende birey ve devlet "işletme projeleri" mantığıyla ele alınır ve toplum siyasetten ziyade ekonomik bakışla yönetilir. Kültürün de dahil olduğu birçok olgu bu "ekonomikleştirme" politikasından nasibini alır. Brown, neo-liberalizme yöneltilebilecek başlıca dört eleştiri konusu olduğunu söyler; (1) Sınıflar arasında eşitsizliğin yoğunlaşmasına sebep olması, (2) piyasa düzenine tabi tutulması uygun olmayan faaliyetlerin dahi pervasızca ve etik dışı biçimde ticarileştirilmesi, (3) sermaye ve devlet arasındaki aşırı yaklaşma, (4) sermayenin egemenliğinin ve piyasa serbestisinin ekonomide yarattığı istikrarsızlaştırma.

Başta ikincisi olmak üzere Brown'ın değindiği konuların hepsi kültürel alanı doğrudan veya dolaylı olarak etkilemektedir. Neo-liberal politikalar hem yüksek kültürü hem de popüler kültürü yoğun bir metalaşmaya ve dönüşüm sürecine sürüklemiştir. Bir popüler kültür alanı olarak sinema da bu durumdan nasibini almıştır. Hem askeri darbelerin yarattığı baskıcı ortam, hem de neo-liberal

politikalara uyum sağlanamaması nedeniyle yerli film endüstrisi olumsuz şekilde etkilenmiştir.

2.2. Son Dönem Türkiye Sineması'na Bakış

Türkiye’de 1970’li yıllarda yüksek maliyetler gerektiren teknik altyapıların kurulamaması, seks filmleri furçasının başlaması ve televizyonun yaygınlaşması ile ailelerin sinema salonlarından uzaklaşması gibi nedenlerle sinema sektörü bir krize girmiş (Maktav, 2001: 225), 1980’den sonra bu kriz derinleşerek büyümüş ve Türkiye’de popüler sinema (Yeşilçam) çöküş sürecine girmiştir. 12 Eylül 1980 darbesinin ve o yıllarda uygulanan liberal ekonomi modelinin sinemaya doğrudan ya da dolaylı etkileri olmuştur. 1970’lerde Türkiye genelinde 3000 civarı olan sinema salonu sayısı, 1986 yılında 674’e, 1995 yılında ise 363’e düşmüştür (Erdoğan, 2001: 223-224). Bu süreçte⁶, yerli sinemada birey odaklı filmler, kadın sorunu temalı filmler ya da sinemanın kendisi üzerine düşünen filmler gibi yeni birtakım eğilimler içeren eserler üretilse de (a.g.e : 224-225) bu filmler seyirciyi salonlara çekmekte başarılı olamamış, popülerlik niteliğini kazanamamışlardır.

1987 yılında dış ticaret mevzuatında yapılan değişikliklerle birlikte, yabancı (ABD’li) yapım ve dağıtım şirketlerinin Türkiye’de faaliyet gösterebilmesinin önü açılmıştır. Siyasi iktidarın konu hakkındaki vaatlerinin de etkisiyle bu durumun yerli film üretimini de canlandırması beklenirken, tam aksine yerli filmlerin pazar payı daha da azalmış ve Hollywood filmleri gösterime giren filmlerin büyük çoğunluğunu oluşturmaya başlamıştır. ABD’li dağıtım şirketlerinin Türkiye’deki film sektörüne girmesinden sonra sadece Türk film üreticileri değil, Avrupa’dan film ithal eden şirketlerin bazıları da pazardan çekilmek zorunda kalmıştır. Türk yapımcılar için film çekmek mümkün olsa da çekilen filmin gösterime gireceği salon bulmak oldukça zorlaşmıştır. Bu sorunların aşılması için Kültür Bakanlığı tarafından yerli filmleri desteklemek adına bir fon oluşturulmuş, ayrıca Avrupa sinemasını korumak için kurulan Eurimages adlı kuruma Türkiye de üye olmuş ve bazı filmler için bu sayede bütçe bulunmuştur. Ancak bu destekler yerli filmlerin Hollywood yapımları karşısında tutunabilmesi için yeterli olmamıştır (Maktav, 2001: 227). Anaakım

⁶ Erdoğan, bu süreci aynı zamanda “Yeni Türk Sineması”nın ortaya çıktığı dönem olarak değerlendirmektedir (a.g.e.).

sinemadaki gerileme 1997’de *Eşkya* ve birkaç yıl sonra çekilen *Kahpe Bizans*, *Vizontele*, *G.O.R.A* gibi komedi filmlerinin getirdiği canlanmaya kadar sürmüştür. Bu filmler ve günümüze kadar çekilmiş olan diğer popüler sinema örnekleri, anlatı biçimi, tema ve hikaye vb. açısından Yeşilçam döneminden farklıdır. Dolayısıyla, anaakım sinemada 1990’larda bir dönemin bitip, diğerinin başladığını söylemek mümkündür.

1990’lı yıllarda bir tarafta yıldız oyuncuların ve yönetmenlerin öne çıktığı, büyük bütçeli, medyadaki tanıtımlarıyla ses getiren, geniş biçimde dağıtım ve gösterim olanakları bulan filmler, diğer tarafta ise yönetmen sinemasına dayalı, düşük bütçeli, amatör ya da tanınmamış oyuncuların oynadığı, yurtdışında Türkiye’dekinden daha fazla ilgi görebilen ve ödüller kazanan bir bağımsız sinema, ortaya çıkmaya başlamıştır. Popüler sinema kanadında, *Eşkya* filminin Yeşilçam’a dayanan yerel özelliklerle Hollywood tarzı güçlü görselliği harmanlayarak ulaştığı başarı daha sonraki yıllarda da popüler filmlerde tekrar tekrar başvurulmuş bir formül oluşturmuştur. (Suner, 2006: 33, 34).

Zahit Atam (2010: 3-33, 243-245), Nijat Özön; Metin Erksan; Giovanni Scognamiglio gibi araştırmacıların Türk sinemasının dönemlendirilmesine dair yorumlarını değerlendirdikten sonra Türk sinemasını dört ayrı döneme ayıran alternatif bir anlayış sunmuştur. Atam’a göre ilk dönem 1923 öncesi Türk sinemasının başlangıcını ya da “tarih öncesi dönemini” kapsayan, istikrarlı bir üretimin ve özgünlüğün olmadığı, sinemanın geniş halk kitleleriyle buluşmadığı dönemdir. İkinci dönem ise 1923-1939 arası daha çok tiyatro sanatçısı Muhsin Ertuğrul’un film ürettiği, anlatı ve temada batılı arayışların yoğun olduğu, “yüzünü batıya dönmüş ve doğudan alınma bakış ve hissiyat ile yapılan öykünmecî filmler”in üretildiği dönemdir. Üçüncü dönem, yani Yeşilçam Sineması ise Atam’a göre 1939 sonrası ise Mısır yapımı filmlerin ithali ve yerleştirilmeyişle birlikte başlamıştır. Seyircinin bu filmlere beklenmedik şekilde yoğun bir ilgi göstermesi, daha sonraki yıllarda Türkiye’de doğulu kimliğinin ve doğu anlatılarının sinemaya aktarımına yol açan yeni bir süreci tetiklemiş ve bunun sonucunda Yeşilçam olarak bilinen dönem

ortaya çıkmıştır.⁷ Bu dönemin, genel itibariyle üslup ve teknikte yine Batı'ya öykündüğü, ancak tema ve anlatı olarak doğu kültüründen izler taşıdığı söylenebilir. Atam'a göre 1980'den sonra oluşan siyasi ve ekonomik konjonktürde Yeşilçam dönemi bitiş sürecine girmiş, 1990'larda ise tamamen sonlanmış. 1994'ten sonraki dönemi ise Atam, dört "kurucu" yönetmenin (Yeşim Ustaoglu, Zeki Demirkubuz, Derviş Zaim, Nuri Bilge Ceylan) filmleri ile şekillenen "Yeni Türk Sineması" olarak ele almaktadır.

Atam, yakın dönem Türk sinemasını dönemlendirdiği çalışmasını, üretim yapısı, "auteur" özellikleri gibi bir takım özelliklere dayandırmıştır. Bu tez, sinemada bir dönemden ziyade bir akımı betimler gibi görünmektedir.

Z. Tül Akbal Süalp (2010a; 2010b; 2011) ise 1980 ve 1990'lardan itibaren sinemanın üretim ilişkilerinin, anlatı yapısının ve seyirlik ilişkisinin dönüşüme uğradığını belirterek, 1990'ların ortalarından itibaren, Türk sinemasının hem Yeşilçam'dan izler taşıyan hem de "yönetmen sineması olmak isteyen" yeni bir sürece girdiğini söyler. Akbal, bu dönemi erkeklik melodramları, politik filmler gibi birbirinden farklı damarlar üzerinden değerlendirmektedir. Akbal'ın yakın döneme dair değerlendirmesi, belirli ortak yönleri olan yönetmenler veya ortak temaları olan filmler üzerinedir; popüler filmlere kısmen değinse de genel olarak "yönetmen sineması" nosyonuna dayanmaktadır.

Hem Atam'ın hem de Akbal'ın yakın dönemi değerlendirdikleri çalışmaları, metodolojik olarak bağımsız sinema-anaakım sinema ayrımı yapmıyor gibi görünmektedir. Ancak, yakın dönem Türk sinemasında iki sinema biçimi arasında üretim ve tüketim bakımından önemli farklılıklar vardır. Bağımsız filmlerle anaakım filmlerin fonlanması, üretim tarzı, pazarlanması, gösterim şartları vb. birbirinden çok farklı biçimlerde işlemektedir. Bu nedenle, bu çalışmada yakın dönemin sineması incelenirken –bu sinemanın bir popüler kültür ögesi olarak incelendiği de göz önüne

⁷ Atam, Yeşilçam Dönemi olarak 1939-1990 arası süreci belirtmektedir. Bu noktada bu sürecin içinde birçok farklı alt başlıkta incelenebilecek dönemlerin veya akımların varlığını, bir takım sinema dili arayışlarının veya kendiliğinden gelişen farklı ekollerin olduğunu not düşmek gerekir.

alınarak– sinemada seri üretimin, gişe filmlerinin yoğunlaştığı bir dönem konu edilmiştir. Son Dönem Türkiye Sineması olarak ele alınan bu dönem 1997 yılında *Eşkya* filminin gösterime girmesiyle başlar. *Eşkya* filminin gişedeki başarısı, 1990’larda Türkiye genelindeki sinema salonlarının artmasına hatta bazı illerde kapanmış olan sinemaların yeniden açılmasına neden olmuştur. 2000’li yılların başında çekilen komedi filmlerinin de gişede başarı elde etmesiyle yapımcılar seyircinin Türk filmlerine olan ilgisinin canlandığını fark etmişlerdir. 2000’lerden günümüze kadar olan süreçte ise Türk sinemasında film üretimi ve bilet satışı düzenli sayılabilecek bir artış göstermektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SON DÖNEM ANAAKIM TÜRKİYE SİNEMASI'NIN ANALİZİ

3.1. Araştırmanın Konusu

Bu araştırmanın konusu, popüler kültürün hem bir aracı hem de ürünü olarak Son Dönem Türkiye Sineması'dır. Bu dönemin toplumsal ve kültürel bağlamdaki özellikleri ve kültürel işlevleri değerlendirilmiştir. Araştırmanın ilk bölümünde popüler kültüre dair farklı tutumdaki kuramlar tartışılmıştır. İkinci bölümde 1980 sonrası Türkiye'nin toplumsal ve kültürel süreçleri ile bu süreçlerin sonucunda Türkiye'de popüler kültürün değişimi, Sinemanın da bu değişimden payını alması ve yeni bir dönemin başlangıcı ele alınmıştır. Üçüncü bölümde ise birinci ve ikinci bölümde incelenen literatürden faydalanarak, Son Dönem Anaakım Türkiye Sineması incelenmiştir.

3.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Çalışmanın temel amacı öncelikle Son Dönem Türkiye Sineması'nı kendine has özellikleriyle bir dönem olarak ele almak ve bu dönemi popüler kültür kuramları çerçevesinde analiz etmektir. Araştırmanın cevabını aradığı başlıca sorular şunlardır;

1. Popüler kültüre ilişkin kuram ve kavramlar anaakım Türkiye sineması bağlamında nasıl yorumlanabilir?
2. Son Dönem Türkiye Sineması popüler kültürün yeniden üretimindeki işlevini nasıl yerine getirmektedir?
3. Türkiye'de anaakım sinemanın üretim süreci, yapım, dağıtım ve gösterim ayaklarında nasıl işlemektedir?
4. Sermayenin film üretiminde şekillendirici ve yönlendirici bir etkisi var mıdır? Varsa bu durumu kolaylaştıran etkenler nelerdir?
5. Üretimdeki tekelleşme eğilimleri ve popüler filmler içindeki türleşme, anaakım sinemanın tema ve anlatılarına nasıl etki etmektedir?

6. Son Dönem Türkiye Sineması'nın kendine özgü dönemsel özellikleri genel olarak ve farklı film türleri içinde nelerdir?

Sinema, popüler kültür üretiminin en büyük araçlarından biri olmayı sürdürmektedir. Anaakım sinema üzerine yapılan her çalışma aynı zamanda toplumsal ve kültürel süreçlerin de analiz edilmesi anlamına gelmektedir. Bu nedenle yukarıdaki soruların cevabının aranması popüler kültürün başlıca araçlarından sinemanın ülkemizdeki işleyişini anlamlandırmaya yardımcı olacaktır.

3.3. Araştırmanın Yöntemi ve Sınırlılıklar

Bu tezin birinci ve ikinci bölümünde araştırmayla ilgili literatür taraması yapılmıştır. Üçüncü bölümde ise incelenen literatür ışığında; öncelikle ekonomi politik yaklaşımına başvurularak Türkiye sinemasının üretim yapısı incelenmiş ve betimsel analiz yöntemiyle Son Dönem Anaakım Türkiye Sineması analiz edilmiştir. Günümüzün popüler kültürü üretim-tüketim ilişkilerinden etkilenen bir yapıda olduğundan, bu ilişkileri analiz eden ekonomi politik yaklaşım yöntem olarak seçilmiştir.

1997 yılında gösterime giren *Eşkîya* filminin büyük bir ilgiyle karşılaştığı, sinemada bir canlanmaya neden olduğu ve yeni bir dönemin başlangıcını işaret ettiği konusunda bir birçok araştırmacının görüşlerinde bir yakınlık vardır (Suner, 2006: 34; Erdoğan, 2001: 227; Çetin Erus, 2007: 13). Bu nedenle *Eşkîya* filminin gösteriminden günümüze kadar olan dönem (1997-2018) araştırmanın zamansal sınırlılığı olarak belirlenmiştir. Bir filmin popülerliğini belirleyen en önemli ölçüt izlenme sayısı olduğundan *Box Office Türkiye* adlı internet sitesindeki veriler dikkate alınmış, en çok izlenen filmlerdeki keskin türleşmeye dikkat çekmek adına, bahsi geçen sitede yayımlanan tüm zamanların en çok izlenen yerli filmleri arasındaki ilk otuz film, doğrudan tablo halinde aktarılmıştır. Bu yirmi filmin haricinde, bir milyonluk bilet satışı barajını aşan ve yüksek bilet satışlarının yanında medya ve diğer kanallarda çokça konuşulup, tartışılan çeşitli filmlere de tür başlıkları altında değinilmiştir.

3.4. Son Dönem Türkiye Sinemasının Ekonomi Politikı ve Sektördeki Tekelleşme Eğilimleri

Popüler kültür ve onun başlıca araçlarından olan sinema, bir ülkenin ekonomik ve siyasi yapılarından bağımsız düşünülemez. Bu nedenle özellikle kültür endüstrisi bağlamında, popüler kültür ürünlerinin anlamlandırılması için ekonomi-politik değerlendirme, önem arz etmektedir. Karl Marx’a göre (1976: 25) “sivil toplumun anatomisi”, “ekonomi politikinin içinde” aranmalıdır.

Ekonomi politik yaklaşımı, tarihsel bağlamda üretim, değişim, bölüşüm ve tüketimin analiz edilmesidir (Yaylagül, 2010: 141). Medyanın ekonomi politikı, medyanın kamuoyunu ve kamusal söylemi şekillendirebilecek kadar güçlü olduğu önermesine dayanır (Wittel, 2015: 69). Sinema filmlerinin ideolojik içeriklere sahip olduğunu savunan ekonomi politik yaklaşımı, çeşitli türlerde sinema filmleri üreten kültür endüstrisinin kapitalist ilişkileri meşru duruma getirdiği anlayışıyla hareket eder (Yaylagül, 2009: 179).

Sermaye ve piyasa, kültürel alan üzerinde iki yönlü bir egemenlik kurar. Bunların ilki büyük şirket gruplarının ürettiği ürünlerle doğrudan kültürel alana etki etmesi ve egemenlik kurmasıdır. İkincisi ise kültür endüstrisiyle doğrudan ilgisi olmayan şirketlerin reklam ve sponsorluklar aracılığıyla kültürel etkinlik alanına yönelik denetim uygulayabilmesi ve egemenlik kurmasıdır (Golding ve Murdock, 2014: 56).

Golding ve Murdock’a (a.g.e. : 60-73) göre “eleştirel ekonomi politik” metodu, kültürel üretimin geri planındaki iktidar ve mülkiyet modellerinin, iletişim araçlarının ürettiği ürünleri nasıl etkilediğini, ekonomik işleyişin, belirli kültürel formları nasıl ön plana çıkardığını ve kamusal söylemleri nasıl şekillendirdiğini analiz eder. Eleştirel ekonomi politikın başlıca üç görevi vardır; kültürel malların üretimini ve üretimin tüketim üzerindeki sınırlandırıcı etkisini incelemek, üretilen kültürel ürünlerin ekonomi politik ve metin çözümlemesini yapmak ve maddi ya da kültürel eşitsizlikleri içeren kültürel tüketimin ekonomi politikını analiz etmek.

Türkiye’de, 1980’li yıllardan itibaren uygulanan neo-liberal politikalarının sonucu olarak serbest piyasa koşulları işlemeye başlamış ve bu nedenle film endüstrisinin yapım, dağıtım ve gösterim ayaklarında tekelci bir yapılanma ortaya çıkmış ve filmlerden elde edilen karın arttırılması öncelikli hale gelmiştir(Dağtaş vd., 2018: 200). Tezin bu bölümünde amaçlanan, yukarıda bahsi geçen eleştirel ekonomi politik perspektifinden, Türk sinemasının üretim, dağıtım ve gösterim bağlamındaki maddi işleyişini incelemek ve bu üç sacayağıyla ilgili sayısal verileri ortaya koymak, böylece sermayenin ve piyasanın anaakım sinemaya olan yönlendirici ve şekillendirici etkisini analiz etmektir.

Üretim

Türkiye’de 1980 askeri darbesinden sonra uzun yıllar kesintiye uğrayan ve giderek zayıflayan yerli film üretimi, 1997 yılında *Eşkya* filminin, 2000’li yılların başında *Vizontele*, *Kahpe Bizans*, *G.O.R.A* gibi komedi filmlerinin elde ettiği gişe başarılarının da etkisiyle giderek hareketlenmiştir. 2000’li yıllardan günümüze doğru ise sektörde artarak devam eden bir “büyüme” gözlenmektedir. 2004 yılında 5224 sayılı kanunun yürürlüğe girmesiyle birlikte sinema alanındaki yatırım ve girişimlere kamu desteği sağlanmaya başlanmıştır. Bu gelişmeye paralel olarak, 2004’ten günümüze kadar olan süreçte yerli filmlerin sayısı ve gişe hasılatları artış göstermiştir. Yerli filmler, iç pazarda gittikçe daha büyük bir hacim kazanmıştır. 2017 yılı verilerine göre Türkiye’deki sinema salonlarının toplam gişe hasılatının %56.5’lik kısmı yerli filmlere aittir ve bu oran açısından Türkiye, Avrupa ülkeleri arasında ilk sıradadır (European Audiovisual Observatory, 2018). Tablo 1.’e bakıldığında yerli film sektörünün son 10 yılda genellikle büyüme eğilimi gösterdiği görülmektedir.

Tablo 1. 2007-2017 Arası Gösterime Giren Yerli Film, Seyirci ve Hasılat Sayıları

YIL	Yerli Film Sayısı	Toplam Seyirci	Toplam Hasılat
2007	43	11.543.104	84.510.111 TL
2008	51	35.208.154	272.681.251 TL
2009	70	29.544.563	231.882.440 TL

2010	66	31.269.939	272.431.271 TL
2011	75	27.253.086	238.988.714 TL
2012	60	33.367.207	294.265.805 TL
2013	88	29.588.082	275.543.049 TL
2014	112	38.990.509	396.165.711 TL
2015	136	41.081.959	435.669.790 TL
2016	139	36.511.338	410.869.722 TL
2017	151	62.195.813	728.085.112 TL

(Box Office Türkiye, <https://boxofficeturkiye.com>, 14 Ağustos 2018)

Dünya'nın en gelişmiş endüstriyel sineması olan Hollywood'un yerleşik stüdyo sisteminin aksine, birkaç büyük şirketin dışında, Türkiye'de yapım şirketleri çoğu zaman sadece bir film üretip piyasadan çekilmektedir. 1990-2013 yılları arasında üretilen 687 filmin yapımı, 258 farklı şirket tarafından üstlenilmiştir (Kanzler, 2014: 36). Bu durum üreticilerin bir filmin üretimi için mevcut yapım şirketlerine başvurmaktan çok genellikle kendi şirketlerini kurmayı tercih ettiklerinin, ya da bazı şirketlerin sadece belirli bir konseptteki filmlerin yapımını üstlendiğinin bir göstergesidir. Örneğin; *Çamaşırhane Film* şirketi sadece Şahan Gökbağar'ın oynadığı filmlerin yapımını⁸, *Pana Film* ise sadece *Kurtlar Vadisi* isimli televizyon dizisinden sinemaya uyarlanan filmlerin üretimini⁹ gerçekleştirmiştir. Ancak bu durumun önemli bir istisnası *BKM Film* adlı yapım şirkettir. *BKM Film* 2001-2018 yılları arasında, çoğunluğu komedi türünde olmak üzere 62 filmin üretimini gerçekleştirmiştir. Şirketin sadece 2017 yılında ürettiği 11 film, toplamda 13.008.517'lik önemli bir bilet satışı sayısına ulaşmıştır (Box Office Türkiye). Türkiye'de tüm zamanların en çok izlenen 20 komedi filmi arasında *BKM Film*'in 10 filmi bulunmaktadır. Kalan 10 filmde 9'u ise Cem Yılmaz, Şahan Gökbağar ve Ahmet Kural-Murat Cemcır'in oynadığı filmlerdir. Tablo 2. incelendiğinde özellikle komedi türünün üretiminde birkaç farklı üretici oluşum üzerinde bir yoğunlaşma görülmektedir. Bunun sonucu olarak bilinçli ya da bilinçsiz olarak komedi türünün yönlendirilmesi veya şekillendirilmesi, en azından sayısal verilere dayanarak, mümkün gözükmemektedir.

⁸ Kaynak: <http://camasirhanefilm.com/portfolio> (Erişim Tarihi 05.08.2018)

⁹ Kaynak: <http://www.panafilm.com/tr>, (Erişim Tarihi: 05.08.2018)

Tablo 2. Tüm Zamanların En Çok İzlenen Yerli Komedi Filmleri

#	Film Adı	Vizyon Tarihi	Toplam Seyirci
1	Recep İvedik 5	16.02.2017	7.437.050
2	Recep İvedik 4	25.07.2014	7.369.098
3	Düğün Dernek	06.12.2013	6.980.070
4	Düğün Dernek 2: Sünnet	04.12.2015	6.073.364
5	Aile Arasında	01.12.2017	5.279.742
6	Arif v 216	05.01.2018	4.967.865
7	Recep İvedik 2	13.02.2009	4.333.144
8	Recep İvedik	22.02.2008	4.301.693
9	Ailecek Şaşkınız	02.03.2018	4.034.858
10	G.O.R.A.	12.11.2004	4.001.711
11	Eyyvah Eyvah 2	07.01.2011	3.947.988
12	CM101MMXI Fundamentals	03.01.2013	3.842.535
13	A.R.O.G	05.12.2008	3.707.086
14	Eyyvah Eyvah 3	31.01.2014	3.414.212
15	Recep İvedik 3	12.02.2010	3.326.084
16	Vizontele	02.02.2001	3.308.120
17	Vizontele Tuuba	23.01.2004	2.894.802
18	Çalgı Çengi İkimiz	06.01.2017	2.798.016
19	Organize İşler	23.12.2005	2.618.244
20	Hababam Sınıfı Askerde	14.01.2005	2.587.824

(Box Office Türkiye, <https://boxofficeturkiye.com/tumzaman/komedi-filmleri>, 14 Ağustos 2018)

Türkiye’de, günümüzün film endüstrisi, Hollywood’dakinden ya da Yeşilçam döneminden farklı olarak, kendine özgü bir çeşit “yıldız sistemi”yle işlemektedir. Televizyon, müzik, sahne gösterileri (Stand-up) gibi alanlarda popülerlik kazanan kişiler ya da yapımlar sinema alanına geçmekte ve üreticiler, genellikle kendi yapım şirketlerini kurarak ya da mevcut başka şirketlerin bünyesi altında film üretmektedirler.

Türkiye’deki yerli film endüstrisinde üretilen film sayısı her yıl artmasına rağmen, kar pastasından alınan payın büyük kısmı, belirli formüllere ve medya yıldızlarının şöhretine dayalı filmlere gitmektedir. Bu model, film endüstrisinin içinde film yapmalarına rağmen kendilerine has anlatı tarzlarına sahip Martin

Scorsese, Stanley Kubrick gibi auteur-yönetmenlerin, özgün ve yenilikçi senaryolar üreten senaristlerin ve sinema sektörünün içinden gelerek bu alanda uzmanlaşan oyuncuların ortaya çıkmasını engellemektedir. Böylece üretilen film sayısı ve gişe gelirleri hemen hemen yer yıl artmasına rağmen filmlerin çeşitliliği ve özgünlüğü dar bir çerçevede kalmaktadır.

Dağıtım

Film endüstrisinin dağıtım ayağı, ekonomi politik çerçevesinden bakıldığında, hangi filmin ne kadar seyirciye ulaşacağını belirlemesi açısından birincil derecede önemli bir faktördür. Aynı zamanda dağıtım sektörü, serbest piyasa koşullarına bağlı olarak, tekelci sermaye için yüksek kar oranlarının yakalanabileceği bir sektördür. Dağıtım şirketleri sadece filmleri üreticiden alıp sinema salonlarına dağıtmakla kalmamakta, aynı zamanda filmlerin pazarlaması ve reklamıyla ilgilenmekte, filmlerin kaç kopyayla, hangi tarihte, hangi salonlarda ve kaç hafta süreyle gösterime gireceğini belirlemektedirler. Bu nedenle dağıtım sektörü, anaakım sinemayı şekillendirmede ve kültür endüstrisinin yeniden üretiminde temel faktörlerden biridir.

1987 yılında Yabancı Sermaye Kanunu'nda değişiklik yapılmasının sonucu olarak *Warner Bros* ve *UIP* dağıtım şirketleri 1989 yılında Türkiye dağıtım pazarına aracısız olarak girebilmiş ve yabancı filmlerin yanında yerli filmlerinin dağıtımını da yapmaya başlamışlardır. 90'lı yılların sonuna kadar zayıf bir üretim içerisinde olan Türk sinemasının dağıtım pazarının büyük kısmını *Özen Film* şirketiyle birlikte bu şirketler üstlenmiştir. 1990'ların sonu ve 2000'lerin başında Türk film endüstrisinin canlanmasıyla birlikte, dağıtım gelirlerini yabancı şirketlere kaptırmak istemeyen üreticiler *Kenda* gibi yeni dağıtım şirketleri kurmuşlardır (Çetin Erus, 2007). 2005-2018 yılları arasındaki veriler incelendiğinde dağıtım gelirlerinin büyük kısmının iki ya da üç şirket tarafından paylaşıldığı görülmektedir. 2014 yılında piyasaya giren *MARS* dağıtım şirketi 2015 ve 2016 yılında %30'larda pazar payı elde etmiştir (Dağtaş, 2018: 207) 2015'ten günümüze kadar olan süreçte ise *MARS*, *Warner Bros* ve *UIP* şirketleri dağıtım piyasasını domine etmektedir. Örneğin; 2017 yılında bu üç

şirketin pazardaki toplam payı %79,66'dır. (Box Office Türkiye) Oldukça yüksek olan bu oran dağıtım piyasasındaki tekelleşme eğiliminin bir göstergesidir. Dağıtım sektörünün üretim ve gösterim üzerindeki yönlendirici etkisi düşünüldüğünde, böyle bir tekelleşmenin film endüstrisini yönlendirici etkisi kaçınılmaz olmaktadır.

MARS grubunun dağıtımın yanında gösterim sektöründe de faaliyet göstermesinin¹⁰, bir başka deyişle dikey bütünleşme içinde olmasının sektördeki rekabet koşullarını etkilemesi söz konusudur. Rekabet Kurumu tarafından 2016 yılında hazırlanan *Sinema Hizmetleri Sektör Raporu*'nda bu konu incelenmiş, *MARS* grubunun yerli film sektöründe kısa sürede önemli bir payı elde ettiğine, dikey bütünleşik hale geldiğine ve bu durum sonrası pazarda dışlayıcı uygulamalarda bulunma ihtimaline dikkat çekilse de gösterim sektöründeki hakimiyetinin, dağıtım pazarındaki gücünü arttırdığı konusunda herhangi bir bulguya rastlanmadığı belirtilmiştir (2016: 56, 91, 97). Sinema Eseri Yapımcıları Meslek Birliği (SE-YAP) ise bu rapora ilişkin bir değerlendirme yayınlarak, raporun eksik ya da yanlış bilgilere dayandığını ve sektördeki sorunları ve yapısal bozuklukları meşrulaştırma niteliği taşıdığını savunmuştur. SE-YAP'a göre *MARS* grubu üretimini, dağıtımını, ve ithalatını gerçekleştirdiği filmlerin, kendine ait sinema salonlarındaki vizyon tarihi ve gösterim hafta sayısını avantaj elde edecek şekilde belirlemekte, dağıtım sektöründeki rekabeti bozmaktadır (SE-YAP, 2016: 4).

Türkiye'deki film sektörünün tekelleşmiş bir yapıya sahip olduğu ve mevcut piyasa koşullarında, bir filmin, piyasaya egemen olan büyük dağıtım şirketleri tarafından gösterime sunulmadıkça hedeflediği seyirciyle buluşma şansının oldukça düşük olduğu görülmektedir. Bu durum bağımsız film üreticilerinin, hatta popüler filmler yapmak isteyen üreticilerin en çok şikayetçi olduğu konulardan birisidir. Dağıtımdaki tekelleşmenin film tüketimini şekillendirici etkisi öyle boyuttadır ki sinema salonları kar etmek için, gişe yapma ihtimali yüksek filmleri satın aldıklarında çok fazla seyirci getirmeyecek bile olsa aynı dağıtımcının başka

¹⁰ *MARS* grup 2018 yılında yapım sektörüne de girerek film endüstrisinin üç sacayağının üçünde de faaliyet göstermeye başlamıştır.

filmlerini de almaya mecbur kalmaktadır. Böylece belki de bu tür b sınıfı filmlerden daha çok seyirci çekebilecek bağımsız filmler gösterim şansı bulamamaktadır. Bu nedenle film endüstrisinin şekillenmesinde birincil faktör gibi gösterilen seyirci tercihlerinin, aslında çoğu zaman ikinci plana itildiği görülmektedir.

Gösterim

Film endüstrisinin gösterim ayağında da tekeli yapının varlığı gözlemlenmektedir. 2001 yılında sinema salonu işletmeciliğinde faaliyete geçen MARS grubu 97 işletme ve 848 sinema salonu sayısı¹¹ ile gösterim pazarını büyük oranda elinde tutmaktadır. Rekabet kurumunun (2016: 96) hazırladığı rapora göre MARS grubu Türkiye genelindeki 61 yeni alışveriş merkezi projesinin, 33'ündeki sinema işletme hakkını satın almıştır. Türkiye'deki sinema salonlarının büyük kısmı genellikle AVM'lerde faaliyet gösteren büyük şirketlerin elindedir. Küçük işletmeler maliyetler nedeniyle dijital teknolojilere uyum sağlamada, VPF (Sanal Kopya Bedeli) gibi uygulamalara geçiş yapmakta zorlanmaktadırlar. Özellikle MARS grubunun dağıtım, pazarlama, sinema reklamı gibi alanlarda da faaliyet göstermesi piyasayı yönlendirici bir etki göstermektedir. Bu nedenle küçük işletmeler baş etmelerinin mümkün olmadığı bir rekabet ortamına çekilmekte, üreticiler ise filmlerini gösterime sokmakta zorlanmaktadırlar. "Gişe Canavarı" olarak tabir edilen filmler gösterime girdiği zaman salonların büyük kısmı bu filmlere ayrılmakta, bağımsız filmler kendisine salon bulamamaktadır. Örneğin; 4 Aralık 2015 tarihinde, Türkiye genelindeki yaklaşık 2300 sinema salonunun 1300'ünde *Düğün Dernek 2: Sünnet* filmi gösterime girerken, aynı tarihte, Altın Portakal En İyi Film Ödülü'nü kazanmış olan *Sarmaşık* filmi ise 16 salonda gösterime girmiştir. Benzer şekilde 16 Şubat 2017'de *Recep İvedik 5* filmi 1400 salonda, 5 Ocak 2018'de *Arif v 216* filmi 1300 salonda gösterime girmiştir (Box Office Türkiye). Salonlardaki bu adaletsizlik en çok bağımsız film yönetmenlerinin üretim yapmasını engellemektedir. 2016 yapımı *Kapalı Gişe: Türkiye'de Tekelleşen Film Dağıtımı* adlı belgesel filmde bu konu ele alınmıştır. Belgeselde röportaj veren yönetmenlerden Onur Ünlü,

¹¹ Kaynak: <https://www.cinemaximum.com.tr/hakkimizda> (Erişim Tarihi: 14.08.2018)

yönetmenlerin yaptığı filmlerin ödül almasının ya da seyircinin o filmlere talebinin olmasının önemli olmadığını, bir bilet fazla satılacaksa bile daha çok gelir getirecek filmin gösterime gireceğini belirtmektedir (Müjdeci vd., 2016).

Film sektöründeki olumsuz koşulların etkileri seyirciye de yansımaktadır. Türkiye’de sinema filmlerinin gösterimi yasal olarak kültürel faaliyet olarak değil eğlence sektörüne ait faaliyetler olarak vergilendirilmekte, bu durum tüketimin pahalılaşmasına neden olmaktadır (Uğur Tanrıöver, 2011: 203). Sektördeki “fazlasıyla” serbest piyasa koşulları ve tekelleşme de bilet fiyatlarını arttıran başka bir faktördür. Bu nedenle üreticiler ve sinema salonu işletmecileri zor durumda kaldığı gibi, seyirci açısından da kültürel bir ürünün tüketiminde maddi eşitsizlik durumu ortaya çıkmaktadır.

Günümüz Türkiye’inde yerli film endüstrisinin, üretim, dağıtım ve gösterim sektörleri incelendiğinde, Türkiye’deki film endüstrisinin, tekelleşme eğiliminde olduğu ve McChesney’in (2015) küresel medya sistemini açıklarken bahsettiği, iktisadi rekabet imkanlarını ortadan kaldıran; oligopolistik¹² piyasa yapısının işaretlerini taşıdığı söylenebilir. Oligopollerin piyasaya egemen olduğu bir yapı “medya çeşitliliğini, izleyici seçeneklerini ve kamusal denetimi” azaltıcı bir etki yaratmaktadır (Curran, 2014: 152). Endüstrideki bu durumun giderek daha da yerleşik bir hale gelmesi, Türk sinemasında yenilikçi ve özgün içeriklerin üretilmesini ve farklı düşünce ve anlayışların popüler sinema içerisinde yer bulmasını engellemektedir.

Ortaya çıkan tablo, Türk sinema endüstrisinin metni baz alan yöntemle okunmasını ilk aşamada anlamsız kılmaktadır. Çünkü film endüstrisindeki tekelleşme üreticinin özgün üretimler yapabilmesini ve tüketicinin bağımsız beğeni tercihlerinde bulunabilmesini engelleyici niteliktedir. Üreticiler pazarın dışında kalmamak için belirli formüller ve kodlarla üretim yapılmaktadır. Tüketiciler ise dağıtım ve gösterimdeki tekelleşme ve oligopoli nedeniyle sinema salonlarında

¹² Oligopol: “İkame malları üreten ve birbirlerinin davranışını hesaplamak zorunda bulunan az sayıda satıcının meydana getirdiği piyasa” (Hançerlioğlu, 1997: 295).

belirli türlerde ve sınırlı sayıda filme ulaşabilmektedir. Bu anlamda sinema endüstrisi halen Frankfurt Ekolü ve takipçilerinin bahsettiği anlamda kültür endüstrisinin süzgecinden geçerek şekillenmektedir. Seyircinin seçimleri, piyasa şartlarına bağlı olarak sınırlanmış ve çeşitliliğin az olduğu bir ortamda gerçekleşmektedir. Bu nedenle, seyirci beğenisi tüketim tercihinde önemli olsa da üretimi asıl şekillendirici etkinin kârı önceleyen sermaye olduğu söylenebilir. Bu durum, sinema açısından türleşme ve yinelemeye sebep olmakta aynı anlatıların ve tematik özelliklerin, birbirini tekrar edecek şekilde yeniden üretimini sağlayan bir sonucu ortaya çıkarmaktadır.

3.5. Son Dönem Anaakım Türkiye Sineması'nda Tür, Tema ve Anlatı Analizi

Endüstriyel film üretimi, her zaman için, belirli birtakım kalıplara ve özelliklere sahiptir. Bunların en başında standartlaşmış ve formüllere dayalı film üretimi gelmektedir. Bir bütün olarak popüler sinemanın tema ve anlatı biçimleri benzerlikler taşır. Aynı zamanda popüler sinemanın –bilinçli ya da bilinçsiz olarak– ideolojik yeniden üretim, seyircinin yönlendirilmesi gibi işlevleri vardır. Nilgün Abisel'e (1994: 204) göre “popüler filmler toplumsal cinsiyet ve sınıfsal açıdan seyirciye nelerin yapılması nelerin yapılmaması gerektiğini söylemekte; bunu da egemen ideolojiler çerçevesinde inşa edilen kurmaca dünyalardaki ilişkiler aracılığıyla yapmaktadır”.

Anaakım Türkiye sineması hem kendine özgü hem de endüstriyel sinemanın genel yapısına uygun birtakım özelliklere sahiptir. Yakın dönemde anaakım sinemada belirgin bir türleşme göze çarpmaktadır. Tablo 3. incelendiğinde Türkiye’de en çok bilet satışı gerçekleşen ilk 30 filmin, başlıca dört tür altında konumlandığı görülmektedir. Listedeki 30 filmin 21’i komedi (*Recep İvedik 1-2-3-4-5, Düğün Dernek, Düğün Dernek 2: Sünnet, Aile Arasında, Ailecek Şaşkıncı, G.O.R.A, Eyyvah Eyvah 2-3, CM101MMXI Fundamentals, Vizontele, Vizontele Tuuba, Celal ile Ceren, Çalgı Çengi İkimiz, Organize İşler*), 3’ü epik (*Fetih 1453, Kurtlar Vadisi: Irak, Dağ 2*), 3’ü melodram (*Babam ve Oğlum, Issız Adam, Evim Sensin*), 3’ü ise “thriller” (*Ayla, Mucize, New York'ta Beş Minare*) türündedir. Özellikle komedi türünde ayrıca incelenmeye değer derecede bir yoğunlaşma görülmektedir. Bununla birlikte, Box Office Türkiye adlı internet sitesinden listenin geri kalanı da incelendiğinde, gösterime giren filmlerde genel olarak bahsi geçen dört türün baskınlığı görülmektedir.

Tablo 3. Tüm Zamanların En Çok İzlenen 30 Yerli Filmi

#	Film Adı	Vizyon Tarihi	Hafta	Toplam Seyirci
1	Recep İvedik 5	16.02.2017	25	7.437.050
2	Recep İvedik 4	21.02.2014	20	7.369.098
3	Düğün Dernek	06.12.2013	40	6.980.070

4	Fetih 1453	16.02.2012	52	6.572.618
5	Düğün Dernek 2: Sünnet	04.12.2015	21	6.073.364
6	Ayla	27.10.2017	36	5.588.780
7	Aile Arasında	01.12.2017	24	5.275.655
8	Arif v 216	05.01.2018	18	4.967.268
9	Recep İvedik 2	13.02.2009	24	4.333.144
10	Recep İvedik	22.02.2008	32	4.301.693
11	Kurtlar Vadisi: Irak	03.02.2006	26	4.256.567
12	Ailecek Şaşkıncı	02.03.2018	22	4.034.735
13	G.O.R.A.	12.11.2004	36	4.001.711
14	Eyyvah Eyvah 2	07.01.2011	38	3.947.988
15	CM101MMXI Fundamentals	03.01.2013	30	3.842.535
16	Babam ve Oğlum	18.11.2005	81	3.839.883
17	Mucize	01.01.2015	19	3.737.605
18	A.R.O.G	05.12.2008	22	3.707.086
19	Dağ 2	04.11.2016	37	3.600.000
20	New York'ta Beş Minare	05.11.2010	13	3.474.495
21	Eyyvah Eyvah 3	31.01.2014	18	3.414.212
22	Recep İvedik 3	12.02.2010	23	3.326.084
23	Vizontele	02.02.2001	49	3.308.120
24	Vizontele Tuuba	23.01.2004	34	2.894.802
25	Celal ile Ceren	18.01.2013	23	2.853.772
26	Çalgı Çengi İkimiz	06.01.2017	15	2.798.016
27	İssız Adam	07.11.2008	43	2.788.550
28	Evim Sensin	02.11.2012	38	2.703.241
29	Organize İşler	23.12.2005	36	2.618.244
30	Hababam Sınıfı Askerde	14.01.2005	33	2.587.824

(Kaynak: boxofficeturkiye.com, Erişim Tarihi: 09.08.2018)

Geoff King (2010: 127-130), türü; “bir süre zarfında aynı tipte yapılmış ve böylece tanımlanmış yeterli sayıda film olduğu için ayırt edilebilir olan film çeşidi” olarak tanımlamaktadır. King’e göre ilk kez yapılan bir film, başarı sağlamışsa büyük ihtimalle ardından benzerleri ve kopyaları yapılacaktır. Bu durum uzun süreye yayıldığında “tür”, kısa süre içinde başlayıp bittiğinde “furya” olarak adlandırılmaktadır. Türün seyircinin tercihinde etkili olduğu varsayımı, endüstrinin tür filmi üretmesini cazip hale getirmektedir. Seyirci, seyredeceği film hakkında önceden bilgi sahibi olmayı tercih eder, tür bilgisi de karar vermedeki en kolaylaştırıcı faktörlerden biridir. Tür, seyirciye, filme dair kesin bir vaat sunmaktadır. Hasan Akbulut’a (2010: 324) göre tür, sadece sinemayla ilgili bir olgu olmayıp, “toplumun, dolaşımda olan zihinsel haritaların, her türlü toplumsal, ekonomik, kültürel, ideolojik ilişkilerin ve sınıf mücadelelerinin” de incelendiği geniş bir olgudur.

Christine Gledhill (2010: 340), film türlerinin analiz edilmesinin, filmlerin üretiminin ve seyirci tarafından benimsenmesinin kültürel süreçlerini anlama işlevi gördüğünü belirtir. Gledhill'e (a.g.e. : 372) göre türler, kurmacaya ait olsalar da; içerdikleri uzlaşmayla birlikte, seyircilerin, akademisyenlerin, öğrencilerin ve eleştirmenlerin onları yeniden ürettiği yerlerde kurmacanın sınırlarını aşmakta ve "kültürel ve eleştirel söylemlerin içine yayılmaktadırlar".

Türlere dayalı film üretimi, filmin gişe başarısını garanti altına alması nedeniyle üreticilere cazip gelir. Önceden denenmemiş, başarısı ölçülmemiş bir tarzdaki filmin yapımı, yüksek bütçeler gerektiren prodüksiyon koşulları düşünüldüğünde risklidir. Yapımcılar, ticari sebeplerden dolayı bu türden bir riski almaya çoğu zaman yanaşmazlar. Seyirci ise film için ödeyeceği bilet parasını ve harcayacağı zamanı düşünerek, riske girmek istemez ve tüketim tercihini öncelikli olarak filmin türüne göre yapar. Bu durumda, bir anlamda yapımcıyla seyirci ortak bir noktada buluşmuş olur. Öte yandan, film üretiminde türleşmenin yoğunlaşması, film çeşitliliğinin daralmasına ve dolayısıyla seyircinin seçeneklerinin azalmasını beraberinde getirmektedir.

Film üretimindeki türleşme eğilimi, Jameson'ın (2010: 261-266) bahsettiği anlamda "yineleme"nin de nedenlerinden biridir. Söz konusu olan, ortada artık bir "öz"ün olmadığı, kopyanın kopyasıyla süregiden bir süreçtir. Jameson'a göre yineleme sonucunda "özgün nesne" (metin, sanat yapıtı) ortadan kaybolur ve yineleme kitle kültürünün ve türlerin varlığını sürdürmesine yardımcı olur. Horkheimer ve Adorno'nun (2010: 217) "Her film bir sonraki filmin fragmanıdır ve aynı oyuncu çiftini aynı egzotik güneşin altında tekrar birleştirmeyi vaat eder" demeleri, türleşmenin ve yinelemenin yoğunlaştığı bir film endüstrisinde daha çok anlam kazanır.

Nezih Erdoğan (2001: 228), Yeşilçam'ın "ürün çeşitlemesini" iyi şekillendirmiş bir sinema olduğunu ve o dönemde, aileler; kadınlar; gençler ve çocuklar için ayrı ayrı türlerde filmlerin üretildiğini belirtir. Günümüzde de aynı pazarlama stratejisiyle olmasa bile türe dayalı üretimin yoğunlaştığı görülmektedir.

Üstelik günümüzde film üretiminin komedi gibi belirli türler üzerinde yoğunlaşması düşünüldüğünde “ürün çeşitliliği”nin dahi Yeşilçam’a kıyasla azalmış olduğu söylenebilir. Son Dönem Türkiye Sineması’ndaki yineleme ve türleşmenin yoğunlaşması, özgün içeriklerin üretiminin seyrekleşmesine ve seri üretim mantığına dayalı, “pastiş” filmlerin sıklıkla üretilmesine neden olmaktadır. Yerli sinemadaki belirgin türleşme eğilimi ve bu eğilimin başlıca 4 tür üzerinde gerçekleştiği göz önüne alındığında, dönemin analizini tek tek bu türler üzerinden yapmak, anaakım sinemanın genel özelliklerini saptamak bakımından daha yararlı olacaktır.

3.5.1. Komedi Filmleri

Türkiye’de popüler filmler arasında komedi filmlerinin, komedi filmleri içinde de belirli ekollerin ağırlıkta olduğu görülmektedir. Cem Yılmaz, Ata Demirer, Şahan Gökçek, Ahmet Kural, Murat Cemcir gibi genellikle stand-up ve televizyon dünyasında parlamış olan yıldızların filmleri gişede yüksek izlenme sayılarına ulaşmaktadır. Bunun yanında Yılmaz Erdoğan’ın kurucusu olduğu ve son 17 yılda 62 filmi gösterime sokma başarısı gösteren *BKM Film*’in komedi türündeki yapımları da yüksek gişe başarıları elde etmiş ve önemli sayıda seyirciye ulaşmıştır. Son dönemde komedi türünde üretilen filmlerinin büyük çoğunluğunun birbirleriyle olan benzerlikleri, farklılıklarından daha fazla gibi görünmektedir.

Ali Şimşek (2014: 74-150), *Yeni Orta Sınıf – ‘Sinik Stratejiler’* adlı kitabında, Türkiye’de mizahın 1980 sonrasındaki değişimini irdeler. Şimşek’e göre 70’lerin mizah dergisi *Gırgır*’da ve Yeşilçam’daki Kemal Sunal filmlerinde izleri görülebilecek, “mahallelinin”, halk adamının merkezinde olduğu hakim mizah anlayışı, 1990’larda bir tür dönüşüm geçirmiştir. 1990’ların popüler mizah dergisi *Leman*’ın temsil ettiği, mizahın “bakan” tarafının “mahalleliden” orta sınıfa, üniversite gençliğine geçtiği yeni bir mizah anlayışı getirmiştir. Bu anlayış, alt sınıflar üzerine espri yapmaktan çekinmeyen, adlandırıcı, ironik, sinik bir dil kullanan, “yurdum insanı” parodileştirmesine çokça başvuran yeni bir mizah akımıdır. 2000’lerde ise *Penguen* ve *Uykusuz* gibi dergilerle, bu yeni mizah anlayışı, belirgin özelliklerini korumakla birlikte biraz daha sevimli, içten bir hale gelmiştir. Şimşek’e göre dergilerdeki mizahın değişim yönü, sinema alanında da söz

konusudur. Yeşilçam'ın "saf ama iyi yürekli, hafif aptal gibi ama aslında zeki" olan mahalleli Şaban'ından, yeni orta sınıfa hitap eden, postmodern, parodiye dayalı, dalgacı bir mizah anlayışına geçilmiştir. *Arabesk*, *Kahpe Bizans* gibi filmlerde ilk örneklerini veren bu yeni eğilim, Cem Yılmaz'ın yazıp yönettiği filmlerde iyice belirginleşir olmuştur. Yeni mizah anlayışı geçmişle, yani Yeşilçam'la dalgasını geçmekten de geri durmamıştır. Yeşilçam'ın melodramları, kahramanlık filmleri yeni dönemin ironik üslubundan payını almıştır.

Cem Yılmaz'ın filmleri, 1990 sonrası mizah dergilerinin tavrına paralel olarak, genellikle "yurdum insanını" ve batılı kültürün gündelik hayata yansıyan öğelerini bir araya getirir ve ortaya çıkan çelişkili durumlar üzerinden bir mizah kurar. Abbas Bozkurt'a (2016: 37) göre bu filmlerin başarısının altında yatan sebep; "yarattığı yurdum insanı tiplmesiyle dalga geçerken onları hor görmemesi, onları biraz tahsil görmüş bir akrabaları edasıyla hafiften azarlasa da, yine de rahat ettiği yerin o mangalın başı olduğunu hissettirmesidir". Yılmaz'ın filmleri, stand-up gösterilerinde olduğu gibi ironiye ve tespite dayalı bir mizah anlayışına dayanmaktadır. Yılmaz, diğer yerli komedi örneklerinin birçoğundan farklı olarak hikayeye ve görselliğe daha fazla önem verse de genel olarak yerli komedilerde sıkça görülen skeç yapısına da sıklıkla başvurmuştur. Bu yöntem, filmlerin bütünlüklü bir hikaye oluşturmaktan ziyade, senaristin esprilerinin art arda sıralandığı sahnelerle kurulmasına neden olmuştur. Yerli komedilerin birçoğunda görülen ve bazılarında oldukça aşırıya varan bu durum, anaakım sinemada "yeni" bir sinema dilinin kurulmasını olanaksız hale getirmektedir.

Son dönemin komedi filmleri arasında en çok izlenen, birçok mecrada en çok konuşulup tartışılan film, *Recep İvedik* serisidir. Serinin en çok eleştirilen yanı "kaba güldürü" öğelerine fazlasıyla yaslanması ve son raddede bir apolitikliğe sahip olmasıdır. Gerçek hayattaki istenmeyen adam, "maganda", film evreninde sevimlileştirilmiştir ve "mahalleli"nin rövanşını alır gibidir. Ancak bir yandan da halen alt sınıfların dışarıdan bakarak çizilmiş bir tasviridir. Recep İvedik, iğnelemelerini orta sınıftan başlayarak, ama aslında sınıf da ayırmadan herkese yöneltmiştir. Serinin ilginç yanlarından biri sevenlerinin de nefret edenlerinin de çok

farklı hayat görüşüne sahip insanlar arasından olabilmesidir.¹³ Filme aynı noktada yöneltilen eleştiriler, ideolojik jargonun farklılığına göre “lumpenleşme” ya da “yozlaşma” olarak ifadesini bulur. Fırat Yücel (2018: 116-119), filme eleştirinin sadece bu noktadan yapılmasını yetersiz bulur ve *Recep İvedik* serisinin güncel siyasi meseleleri örtme işleviyle tartışılması gerektiğini söyler. Filmin kitle kültürüne sağladığı önemli katkı, depolitize edici işlevidir.

Recep İvedik karakteri hemen her konuda konuşmasına, ahkam kesmesine rağmen, hiçbir zaman tutarlı bir söylem üretmeyerek, kültürel yüzeyde tuhaf bir boşluk yaratır. Filmler, apolitiktir ama bir yandan da (komedi filmlerinin birçoğunda olduğu gibi) güncel siyasete dair mesajları çok hızlı bir şekilde yakalar ve içeriğine katar. Örneğin; serinin 5. Filminde, Recep İvedik’in kurduğu olimpiyat takımına rakip olarak, o dönem Türkiye’nin uluslararası bir kriz yaşadığı Rusya konumlandırılmıştır. Bu bakımdan seri, son dönemde Türkiye’de milliyetçiliğin yükselmesine hızlı bir şekilde uyum sağlamıştır. Ancak, seride herhangi bir güncel meseleye olan yaklaşım her zaman son derece yüzeyseldir. Bu nedenle, *Recep İvedik* serisi, her konuda bir şeyler söylemiş gibi görünen, ancak aslında büyük bir laf kalabalığı yaratan, bu laf kalabalığıyla da toplumsal, siyasal ve kültürel alandaki pek çok meselenin üstünün örtülmesine neden olan bir işlevi yerine getirmektedir.

1990 sonrasında yerli sinemanın ve komedi türünün canlanmasında 2001 ve 2003 yıllarında gösterime giren ve yüksek gişe başarıları elde eden *Vizontele* ve *Vizontele Tuuba* filmlerinin önemli bir etkisi vardır. Bu filmler, diğer birçok komedi filmine kıyasla görsellik ve hikaye açısından yere sağlam basan filmlerdir. Televizyon estetiğinin dışına çıkmayı başarmışlardır. Aynı zamanda, Türkiye sinemasında, iki türü; komedi ve dramı birleştirebilen sayılı örneklerdendir. Bu bakımdan, son dönem sinemasındaki sınırları keskin olarak ayrılmış türleşmenin dışına çıkmışlardır. Ancak, dönemin geneline bakıldığında bu damarın devamının

¹³ Günümüz popüler kültürünün anahtar terimlerinden biri olan “mahcup haz” (guilty pleasure) *Recep İvedik* örneğinde oldukça belirginleşmektedir. Birçok insan filmin ürettiği söylemlerin problemli yanlarının farkında olsa ve bu söylemleri eleştirse bile bir yandan da taşıdığı komedi unsurları nedeniyle filmi izlemekten de kendini alamamaktadır.

gelmediği, birbirine benzeyen, salt güldürüyü amaçlayan filmlerin yoğunlaştığı görülmektedir.

Popüler komedi filmleri içinde bir başka damarın, 2011 yılında gösterime giren *Çalgı Çengi* filmiyle başladığı söylenebilir. Bu filmin ardından aynı yönetmen ve başrol oyuncularıyla çekilen *Düğün Dernek*, *Çalgı Çengi İkimiz*, *Ailecek Şaşkınız* gibi filmler, güncel mizahın dilini yakalamasının yanında yerel öğeleri de içeriğine katan filmler olarak dikkat çekmektedir. Buradaki yerellik, *Recep İvedik* serisinden farklı olarak adlandırıcı, alaycı bir hoyratlıkla değil daha naif bir dille ortaya çıkmaktadır. Bu filmlerde ana karakterlerin kendisi de mizah dilinin nesnesini oluşturmaktadır. Bu bakımdan karakterler, *Recep İvedik* filminin aksine hem “bakan” hem de “bakılan” bir konumdadır.

Son dönemin komedi filmleri, genellikle, aç-karşı aç gibi basit çekim tekniklerine dayanan, “televizyon estetiği”nin yöntemleriyle üretilmektedir. Bunun önemli nedenlerinden biri yapımdaki maliyeti ve süreyi azaltmasıdır. Aslında bir stand-up gösterisi olmasına rağmen sinema salonlarında gösterime giren bir yapım bile (*CM101MMXI Fundamentals*) 3.8 milyonluk bilet satışına ulaşmıştır. Komedi filmlerinin bir başka ortak özelliği olarak birbiri ardına sıralanmış skeçlere dayalı sahne yapısı dikkat çekmektedir. Hatta son dönemde yapımcılar bu filmler adına Youtube kanalları açarak, filmleri sahne sahne yayınlamaktadır. Bu durum aslında bu filmlerin bütünlüklü bir yapıdan çok skeç mantığına dayandığının göstergelerinden biridir.

Yerli komediler, tüketim kültüründe, gündelik hayatta ve toplumsal düzeydeki değişimlerin, sinema perdesindeki ifadesini hızlı bir şekilde gerçekleştirmektedir (Bozkurt, 2016: 35). Ancak bu durum mevcut durumların filmin görsel diliyle ifade edilmesinden öteye gitmemektedir. Komedi filmleri, türün gelenekselleşmiş özelliklerine indirgenen, başka türlerle geçişkenliğin çok nadir görüldüğü bir popüler kültür ürünü olarak karşımıza çıkmaktadır.

3.5.2. Melodram Filmleri

Melodram türü, Yeşilçam döneminde, dönemi tek başına tanımlayabilecek kadar ağırlıklı bir yere sahiptir. Yakın dönemin anaakım sinemasında ise - Yeşilçam'daki kadar sıklıkla üretilmemekle birlikte- melodramlar tema ve anlatı bakımından oldukça farklı bir yapıdadır.

Hasan Akbulut'a (2012: 164) göre melodramlar, çekildikleri tarihsel dönemin "toplumsal, siyasal, ekonomik, kültürel ve psikolojik yapısına ilişkin arzularını ve kaygılarını" yansıtır. Melodramlar, kişisel hikayeler üzerinden, toplumsal durumun okunmasını sağlayabilirler.

Melodramlar aşk, komedi, aile filmleri gibi birbirinden çok farklı film türlerine ait özellikleri içinde barındırabilir. Bunun yanında bahsedilen türlerin içinde melodramatik öğeler yer alabilir. Gledhill'e (2010: 352-353) göre melodramın farklı türleri ve tarzları kendine eklemleyebilen geçirgen yapısı, gittikçe kalabalıklaşan bir topluma yönelik kitlesel üretimin olduğu bir popüler kültürün oluşumu için gerekli olan sistem esnekliğini sağlar.

Yeşilçam döneminin karakteristiğini ve o dönemin sosyo-kültürel ortamını en iyi yansıtan tür melodramdır. Umut Tümay Arslan'a (2010: 76) göre "yeşilçam melodramları, kolektif hafızamızı kuran, 'biz' diye düşündüğümüz imgelerin ve seslerin ana mekânıdır". Yeşilçam melodramları genellikle kadın karakterin merkezde olduğu ve ana karakterin hayatındaki 'eksikliklerin' işlendiği filmlerdir. Bu filmlerde, aile kurumu oldukça kutsanmış durumdadır. Toplumun karakterler üstündeki yönlendiriciliği ve baskısı olumlu ya da olumsuz mutlaka gösterilir. Karakterler arasında iyi-kötü ayrımı belki de başka hiçbir türde olmadığı kadar keskindir. Bazen inanılması güç, fakat bu güçlüğü seyirci tarafından görmezden gelindiği, büyük tesadüfler içerirler. Hikayenin merkezindeki karakterler, çoğu zaman alt sınıflardan insanlardır. Genellikle kavuşma, evlilik, ailenin kurulması gibi "mutlu son"la biterler.

2000’lerde çekilen ve oldukça geniş izleyici kitlelerine ulaşan, haklarında uzun süre konuşulan *İssız Adam*, *İncir Reçeli* gibi aşk filmleri, kimi noktalarda, eski Yeşilçam melodramlarının kodlarıyla ortaklıklar gösterse de oldukça farklı özellikler de barındırmaktadırlar. Yeni dönemin aşk filmlerinde hikâyenin merkezi kadın karakterden ziyade erkek karakterlere kaymış gibi görünmektedir. Bunun en belirgin örneği; yakın dönemin en çok izlenen melodramlarından olan *İssız Adam* filmindeki depresif, hayatındaki “eksikliği” bir türlü kapatamamış Alper karakteridir. Bir başka popüler aşk filmi olan *İncir Reçeli*’ndeki Metin karakteri de “ıssızlık” ve bu temanın işlenmesi bakımından Alper’den geri kalır değildir. Son Dönem Türkiye Sineması’ndaki aşk filmlerinin melodramın alt türlerinden biri olan erkeklik melodramlarına doğru kaydığı söylenebilir. Kadın karakterler de hikâyenin merkezinden çıkmış değildir. Burada asıl önemli olan, Yeşilçam’a kıyasla cinsiyete atfedilmiş rollerin daha önemsiz hale gelmesidir. Dolayısıyla yeni melodramlarda işlenen ‘eksiklik’ kadın-erkek rollerine göre değil de daha çok bireysel, varoluşsal kimlik sorunlarından kaynaklanıyor gibi görünmektedir Eski melodramların önemli olgularından biri olan “aile”nin de anlatının merkezinden uzaklaştığı söylenebilir. Örneğin; *İssız Adam*’da Alper’in annesi filmde uzun sayılabilecek bir süre görünse de Alper’in yaşamına, kız arkadaşıyla ilişkisine olumlu-olumsuz bir etkisi olmamakla birlikte, hikayede belirleyici bir rolü yoktur.

Son dönemin melodramlarında toplumun bakışı da önemsizleşmiş ve silikleşmiştir. Yeşilçam’da ya “bilge balıkçı” gibi olumlu, ya da baskıcı, tacizci mahalleli gibi olumsuz toplumsal karakterlerin yaşamına etkisi gösterilmekteydi. Son dönemin filmlerinde ise toplumsal alandan, bireysel alana doğru bir kayış gözlenmektedir. *İssız Adam*’da Alper’in işyerindekilerle mesafeli ilişkisi, annesi dışında kimsenin kimseye öğüt vermemesi; *İncir Reçeli*’nde kapıcı, fotoğraf meraklısı arkadaş gibi yan karakterlerin sadece komedi unsuru işlevini yerine getirmesi bu durumun göstergeleri olarak sayılabilir.

Yeşilçam melodramlarıyla yeni melodramlar arasındaki önemli farklılık, sınıfsal kodların, statü farklarının filmlerden çıkarılması ya da belirsizleşmesidir. Çoğunlukla aynı statüden ve orta sınıftan insanların birbirine âşık olduğu filmler ön

plana çıkmaktadır. Karakterlerin neredeyse hepsinin eğitimli, üniversite mezunu olmaları, senaristlik, lüks restoran aşçılığı, fotoğrafçılık, tasarımcılık gibi mesleklere sahip olmaları da onların 90 sonrası ortaya çıkan ve “Yeni Orta Sınıf” olarak tanımlanan kesimin popüler sinemadaki bir yansıması gibidir. Ancak bu yeni sınıfsal kodlara, Yeşilçam filmlerinde olduğu gibi karakterler arasındaki farklılığı vurgulayıp, senaryoda çatışmalar yaratmak için değil, karakterlerin kimliğini tanımlamak için başvurulduğu söylenebilir.

Yakın dönemde, popüler kültürün biçimlenmesinde orta-sınıflaştırma’nın etkisi belki de en çok melodram türündeki filmlerin değişiminde görünür durumdadır. Yeni melodramlarda aşklar, Yeşilçam’da olduğu gibi “sınıfsal farklılıklara rağmen” değil, benzerlikler üzerine kuruludur. Görkem Özizmirli (2011: 19), bu filmlerde aşk temasının nasıl işlendiğini şu sözlerle anlatır;

Tam olarak yaşam tarzının örtüşmesiyle, yani benzer barlara gitmek, sokakta benzer şeylere dikkat etmek, benzer hobilere sahip olmak; kısaca benzer olmaya dayalı aşklar bunlar. İlk buluşmada gidilen kafeyi ya da restoranı yadsıyan, burada gelecek hesabı nasıl ödeyeceğim tedirginliği yaşayan bir âşık görmüyoruz. Zaten bu tedirginliği yaşayacak olsa, “bey” ya da “hanım” olarak görür karşısındakini ve tanışamazdı herhalde gibi gibi...

İncir Reçeli filminde, lahmacun yiyen, şiveli konuşan, karikatürize edilmiş prodüktör karakteri, senarist Metin’in yazdığı senaryoyu beğenmeyip, “Eskidendi o fakir çocuk-zengin kız ayakları!” der. Bu repliğin ironik yanı, gerçekten de zengin kız-fakir çocuk klişesinin geçmişte kalması, bu durumun örneklerinden birinin de repliğin geçtiği film olmasıdır. Ancak bu repliğin filmde geçmesi aynı zamanda nostaljik bir arayışın da göstergesidir. Yeni dönemin melodram filmlerde kullanılan şarkılarda, kullanılan mekanlarda vb. nostalji temasıyla sık sık karşılaşırız. Emil Cioran’a (2013: 34) göre nostalji; şimdiki zamanın aşılması, geçmişe doğru hareket etmenin istenmesi, başka yere duyulan saplantı ve şimdiki zamanın “imkansız” olmasıdır. Öyleyse, bahsi geçen filmler şimdiki zamana dair bir memnuniyetsizliğe sahiptir. Bu durum karakterlerin davranışlarında ve film dilinin seçimlerinde

hissedilmekle birlikte, memnuniyetsizliğin sebeplerinin neler olduğu filmlerin içeriğinde pek fazla işlenmemektedir.

Yeni melodramlarla Yeşilçam dönemi arasındaki en önemli farklardan biri de filmlerin kimi zaman mutlu sonla bitmemeleri, bir nevi “yenilgiyle” sonuçlanmalarıdır. *İssız Adam*’ın sonunda Alper, en baştaki depresif, yalnız, ‘eksik’ haline geri döner. *İncir Reçeli*’nin sonunda da esas kadın ölür ve yine bir kavuşma gerçekleşmez, ‘eksiklik’ devam eder. Oysa -melodramın klasik kodlarına uygun olarak- Yeşilçam filmlerinde başta olan “eksiklik” genellikle sonuç kısmında giderilmektedir.

Yeni melodramlarda sıkça rastadığımız, nostaljik temalar da düşünülürse, bu durumun belki de toplumun ve kültürün geçirdiği değişimle ilgili olduğu düşünülebilir. Nostaljiyi ve mutsuz sonları bir arada düşündüğümüzde, geçmişin bir yerinde kalmış olan, ya da öyle olduğu düşünülen, “mutluluk hissi” yoğun bir özlemle, fakat bir o kadar da umutsuzlukla aranmakta gibidir. Melodramlardaki yenilgilerin, mutsuz sonların eğer film üreticileri açısından kendini kandırmayan bir erdemlilik halini yansıttığı varsayıldığında, anaakım sinemanın ileriki dönemleri için bu durumun farkındalığın arttığı özgün senaryolara mı yoksa içi boş bir nihilizm haline doğru mu gideceği ise sinemanın geleceğine dair bir soru işaretidir.

3.5.3 Epik Filmler

“Epik” terimiyle, genellikle, başlıca tarihi veya dini temalara dayanan, uzun ve pahalı filmler kastedilmektedir. Epik filmlerin, egemen ideolojiyi pekiştirme; hakim toplumsal grupları destekleme; milliyet, din, tarih gibi temel konulara odaklanma gibi özellikleri vardır. (Luckett, 2001: 219) Epik filmler aynı zamanda kahramanlık hikayelerini işlerler ve geniş toplumsal kitlelere hitap etmesi amacıyla üretilirler.

Yeşilçam’ın epik filmleri, *Malkoçoğlu*, *Battal Gazi Destanı* gibi örneklerde görüleceği üzere, kendine özgü, “aventür” olarak adlandırılan türle iç içe bir yapıdadır. Bu filmler genellikle tarihsel olayları bireysel kahramanlıklar üzerinden anlatan, ana karakterin, üstün (bazen doğaüstü) özelliklerle çizildiği filmlerdir. Bu

bağlamda Hollywood'un süper-kahraman filmleriyle benzer kodlara sahiptirler. Yeşilçam döneminin epik filmleri, o dönemin üretim koşullarının da etkisiyle, güçlü görsellere ve pahalı tekniklere dayalı bir film evreni kurmakta pek başarılı değillerdir. Bu filmler kendine özgü, yerileştirilmiş birtakım türsel kodlara sahiptir. Bu nedenle, seyirci bu türsel kodların bilinciyle, "inanmazlığı askıya alarak" (suspension of disbelief) bu filmlerin gerçekçilik sorununu göz ardı etmiştir. Bu filmlerdeki teknik yetersizlikler ve çekim hataları, son dönemin yerli sinemasında, *Kahpe Bizans* gibi filmlerde mizah konusu olmuştur.

Anaakım yerel sinemanın 2000'li yıllarda tekrar canlanmasıyla birlikte, epik filmlerin üretilmemesi, kamuoyunda, film endüstrisi açısından bir "eksiklik" olarak görülmeye başlanmış, bu "eksikliğin" ilk giderilişi ise Türkiye'de çekilmiş en popüler televizyon dizilerinden biri olan *Kurtlar Vadisi*'nin sinemaya uyarlandığı *Kurtlar Vadisi: Irak* adlı filmle olmuştur. Dizinin Türkiye'deki popülerliğinin de etkisiyle bu film 4,2 milyonluk bilet satış sayısına ulaşmıştır. Yeşilçam'ın epik filmlerinden farklı olarak teknik yönden dikkat çekici bir yetersizliği olmayan filmin, gerçekçilikle ilgili sorunları daha çok hikaye ve senaryosundadır. Film modernist bir öyküleme tarzıyla, Türkiye ve Ortadoğu'daki önemli güncel konuları anlatmaya girişir. Ancak oldukça karmaşık siyasal ve toplumsal konuları yüzeysel bir bakışla ele alır. Film, konusuyla ilgili karmaşık olguları indirgemeci bir bakış açısıyla hikayeleştirir ve bunu yapmakla inandırıcılıktan uzaklaşır. Boğaç Ergene'ye (2012: 107-117) göre *Kurtlar Vadisi: Irak* filmi ele aldığı coğrafyaya ve konusuna karşı "kayıtsızlıkla" yaklaşır. Ortadoğu coğrafyasının toplumsal, kültürel, etnografik yapısıyla ilgili gerçekçi bir söylem üretmez. Ergene'nin bahsettiği sorun *Kurtlar Vadisi* serisinin devam filmlerinde de görülmektedir.

Benzer bir gerçekçilik sorunu 2012 yılında gösterime giren ve 6,5 milyonluk bilet satışıyla büyük ses getiren *Fetih 1453* filminde de vardır. Her ne kadar kostüm, dekor, görsel efekt gibi konularda, film, Yeşilçam'ın aksine, Hollywood'un büyük bütçeli yapımlarını yakalama iddiasında olsa da hikaye ve senaryoda inandırıcılık sorunları devam etmektedir. Film dönemin sosyal ve siyasal konjonktüründen çok kahramanlık anlatısına yaslanmaktadır. Bunun yanında *Fetih 1453*, karakterler arasında aşırı derecede keskinleşmiş iyi-kötü ayrımı, Muharebe öncesi düşman

komutanıyla olan uzun diyaloglar gibi geçmişin film dilinde kalmış anlatı yollarına da başvurmaktadır. Ancak Yeşilçam döneminin teknik yetersizliğinin kabullenildiği ortamda “inanmazlığın askıya alınması”, güncel film tekniklerinin kullanıldığı bu film için geçersizleşmektedir.

Yerli sinemanın epik filmlerindeki asıl önemli sorun ise *Kurtlar Vadisi: Irak* ve *Fetih 1453* filmlerinde görüleceği üzere, tarihsel bir olayı anlatırken, inandırıcılığın ve hikayenin kuramsal dayanaklarla kurulmasının önemsiz görülmesidir. Bu durumun örnekleri son yıllarda sayıları artan ve gişede başarı elde eden *Nefes: Vatan Sağolsun*, *Dağ*, *Dağ 2* gibi askerlik ve savaş temasına dayalı epik filmlerde de görülmektedir. Bu filmler, Türkiye’de siyasi alanda milliyetçiliğin arttığı bir dönemde üretilmişlerdir. Bu durum, epik filmlerde genellikle güncel siyasi konjonktüre göre şekillenmesi özelliğini de göstermektedir.

Genel olarak bakıldığında son dönemin epik filmlerin, inandırıcılık ya da gerçeklikle ilgili bazı sorunların göz ardı edildiği, bilakis bu filmlerin didaktik ve doktrinel bir anlatı yapısına sahip olduğu görülmektedir.

Son Dönem Türkiye Sineması’ndaki epik film örnekleri incelendiğinde, siyasal ve kültürel düzeyde ideolojik yeniden üretim işlevinin daha ön planda olduğu görülmektedir. Bu filmlerin üretimi dönemsel siyasi konjonktüre uygun olarak kendini konumlandırmaktadır. Epik filmlerin inandırıcılık sorunları barındıran ve doktrinel olan yanı, medyada, *Rambo* filmi gibi örnekler verilerek “Hollywood yapıyorsa biz neden yapmayalım?” argümanına dayanarak desteklenmektedir. Bu durum, Kültür endüstrilerinin, köklü “halk bunu ister” savunusunun daha pedagojik bir versiyonu olan “halka bunlar verilmeli” argümanının işleyişiyle açıklanabilir.

3.5.4. “Thriller” Türünde Filmler

“Thriller”¹⁴ türü, genel olarak, heyecan, şüphe, merak gibi unsurların seyircide tetiklenmesinin amaçlandığı, büyük bütçelerle yapılan, geniş kitleleri

¹⁴ “Thriller” sözcüğü Türkçe’de “heyecan ve macera dolu film/kitap” anlamına gelmektedir (Cambridge Dictionary, t.y.). Sözcük, macera, aksiyon, suç, dram gibi birçok film türünü kapsayan hibrit bir anlam taşımaktadır ve Türkçe’de bu anlamını karşılayacak bir çeviriye rastlanmadığından, burada İngilizcedeki haliyle kullanılmıştır.

hedefleyen, büyük ve karmaşık hikayelerin işlendiği, “gişe canavarı” (blockbuster) olma iddiası taşıyan filmler olarak tanımlanabilir. Bu türün sınırlarını kesin olarak çizmek mümkün değildir. Hibrit bir yapıya sahip olan “thriller” filmleri aynı zamanda dram, aksiyon, suç gibi başka türler altında da incelenebilir. Bu çalışmada, bu isimle incelenmesinin sebebi dünyanın en büyük film endüstrisi olan Hollywood içindeki en ağırlıklı tür olmasıdır. Ancak “thriller” türünde filmler Hollywood’un aksine Türkiye’deki hacmi günden güne büyüyen film endüstrisi içinde, oran olarak çok az yer kaplamaktadırlar.

“Thriller” türündeki filmler genellikle klasik türlerin iç içe geçtiği hibrit bir tür olma özelliği gösterir. Bu bakımdan anaakım sinemadaki türleşme eğilimini kırııcı bir etki gösterebilir. Son Dönem Türkiye Sineması’nda bu türden filmlerin az olması dikkate değerdir.

Türkiye’de bu türün en önemli temsilcisi yönetmen Yavuz Turgul’dur. Turgul’un *Eşkya*, *Gönül Yarısı*, *Kabadayı* gibi filmleri hem teknik olarak Hollywood’dan eksik kalmayan hem de yerel temaların hikayeye eklemlendiği bir yapıyla özgün bir film dili kurmayı başarmışlardır. Ancak, aynı yönetmenin bir başka filmi olan *Av Mevsimi* Hollywood’daki örneklerine fazlasıyla yakın bir anlatıya sahiptir ve belki de bu yüzden iddialı oyuncu kadrosuna rağmen beklenen başarıyı elde edememiştir.

New York’ta Beş Minare, *Mucize* gibi örneklerinde görüleceği üzere, “thriller” türünde filmler üretme çabası içinde olan bir başka yönetmen Mahsun Kırmızıgül’dür. Müzik dünyasında ünlenip, sinema sektörüne çok sonraları giren Kırmızıgül’ün, buna rağmen sinematik bir atmosfer oluşturma çabası içinde filmler ürettiği görülmektedir. Görsellik gibi konularda bu çabasında başarılı da olmuştur. Ancak, Kırmızıgül’ün filmleri hikaye ve senaryolar açısından oldukça önemli yapısal sorunlara sahiptir. Uğur Yücel’in *Ejder Kapanı*, Tolga Örnek’in *Labirent* filmi de türün Türkiye’deki örnekleri arasında sayılabilir. Bu filmler tanınmış yönetmenlerin elinden çıkmasına ve başrollerde popüler oyuncuların olmasına rağmen gişede beklenen başarıyı elde edememişlerdir.

Hollywood sinemasının alameti farikası olarak sayılabilecek bu “hibrit” türün, başarılı örneklerine rağmen, Türkiye’deki yaygın üretim anlayışında pek fazla gelişmediği görülmektedir. Bu durumun sebeplerinde biri, maliyetlerinin yüksek olması, kar oranının, komedi filmlerindeki kadar yüksek olmamasıdır. Bir başka sebep ise bu türün belli anlatıda belli bir düzeyde özgünlük gerektirmesi, bu nedenle ticari başarısı daha önceden denenmiş kodlara ve formüllere, sınırları kesin çizilmiş türler kadar başvurmamasıdır.

SONUÇ

Bu çalışmada, öncelikle, popüler kültüre dair farklı bakış açıları konuya yaklaşımlarına göre değerlendirilmiştir. Bu kuramlar içerisinde, Frankfurt Okulu ve ona yakın görüşteki kuramcılar, popüler kültürün, yukarıdan kitlelere dayatıldığı ve kitlelerin de bu dayatmanın karşısında edilgenleşmesi üzerinden kuramlar üretmektedirler. Stuart Hall ve Raymond Williams gibi düşünürlerin temsil ettiği konuya karşı nispeten daha olumlu yaklaşımlar ise, “kitle kültürü” gerçeğini bazı noktalarda kabul etmekle birlikte, popüler kültürün her zaman yukarıdan dayatılmadığını, aşağıdan örgütlenen ve muhalif imkanlar yaratabilen bir yapıya sahip olduğunu savunmaktadır. Üçüncü bir yaklaşım olarak konumlandırabileceğimiz, Herbert J. Gans ve John Fiske gibi sosyologların savunduğu görüşe göre ise popüler kültür halkın beğenileriyle şekillenmektedir.

Türkiye’de yerli film üretiminin kendine özgü koşulları incelendiğinde, Frankfurt Okulu’nun kitle kültürü ve kültür endüstrisi olarak kavramsallaştırdığı yapıya örnek gösterilebilecek bazı durumlar görülmektedir. Türkiye’de sermaye ve iktidarın film endüstrisini şekillendirmedeki etkisi oldukça önemli boyuttadır. Seyirciler elbette ki her yıl gösterime giren çok sayıda filmin arasından kendi beğenilerine göre bazı tercihler yapmaktadır. Ancak bu tercihler üretim ve tüketim koşulları nedeniyle aslında kısıtlanmış tercihlerdir. Anaakım sinemada kârın artırılması amacını önceleyen yapım ve dağıtım sektörü, özgün içeriklerin ve sanatsal değere sahip kalıcı eserlerin üretiminin geri plana itilmesine neden olmaktadır.

Elbette, günümüzde enformasyonun ve içeriğe ulaşımın bu kadar yaygınlaştığı bir ortamda, tek taraflı, tamamen yukarıdan dayatılan bir popüler kültürden bahsetmek çok gerçekçi olmayacaktır. Popüler kültür, günümüzde pek çok farklı değişkenden etkilenen eklektik yapılar içerisinde şekillenmektedir. Ancak, sinema gibi maliyetli ve zahmetli bir işin üretiminde, ekonomi politikle ilgili faktörler halen birincil düzeyde önemlidir.

Bu çalışmanın birinci bölümünde aktarılan Stuart Hall ve diğer kuramcılarının görüşlerine göre popüler kültür, “hegemonya”nın kurulmasını sağlayan işlevinin yanında bazen de toplumsal muhalefet imkanları sunabilirler. Ancak yerli popüler sinema incelendiğinde, birkaç nadir örnek dışında, bu muhalefet imkanları sunan, ezber bozan, yenilikçi, yaygın kanaatlere alternatif oluşturabilecek bir dile veya içeriğe pek fazla rastlanmadığı görülmektedir. Ekonomi politik perspektifinden bakıldığında, iş dışı boş zaman etkinliklerinden biri olan sinemanın, toplumu edilgenleştirecek türden bir “oyalanma” işlevini görmekten öteye geçmemesi, karın devamlılığını önceleyen sermayenin de yararına seyretmektedir. Bu nedenle, endüstriyel sinema ideolojik yeniden üretim işlevini gerçekleştirmeyi sürdürmektedir.

Herbert J. Gans’a (2014) göre popüler kültürü şekillendiren izlerkitlenin beğenileri ve toplumsal grupların özgün yaşam pratikleridir. Bu yorum bir miktar haklılık payı içerse de işin prodüksiyon kısmındaki şekillendirici etkiyi göz ardı etmektedir. Üreticiler halkın taleplerini belirli bir düzeyde dikkate almakla birlikte öncelikli olarak karın maksimum seviyede tutulmasını ve sistemin devamlılığını sağlayacak popüler kültür ürünlerini üretmekten yanadırlar.

Türkiye’de toplum ve kültürel alan, 1980’lerden sonra, hem 12 Eylül darbesinin hem de -dünyanın büyük kısmında da egemen olan- neo-liberalist ideolojinin etkisiyle köklü bir dönüşüm geçirmiştir. Ekonomi, siyaset ve gündelik hayat bu dönüşümden en çok etkilenen olgular olmuştur. Yeni ortama uyum sağlamakta zorlanan sinema endüstrisi hem darbenin hem de neo-liberal politikaların etkisiyle çöküş sürecine girmiş, 1990’ların sonunda ise yeniden toparlanmaya başlamıştır. 1990’lardan sonra Türkiye sinema tarihinde yeni bir dönem açılmıştır. Bu çalışmada Son Dönem Türkiye Sineması olarak anılan bu dönem, tür, tema ve anlatı yönünden geçmişten farklılıklar göstermektedir. Bu sürecin öncelikle kendisine özgü koşulları olan bir dönem olarak okunması popüler sinemanın karakteristiğini ve sorunlarını tanımlamak açısından yararlı olacaktır.

Son Dönem Türkiye Sineması'nın üretim, dağıtım ve gösterim ayakları incelendiğinde bu sektörlerde belirgin bir tekelleşme ve oligopoli eğilimleri olduğu görülmektedir. Bu eğilim, öncelikli olarak ticari riskleri en aza düşürmeyi amaçladığından, endüstriyel film üretiminin zaten doğasında olan tektipleşmeyi ve tekrarlamayı, olağan seviyenin çok daha yukarılara çıkarmaktadır. Popüler filmler, gişe başarısı önceden test edilmiş formüller ve kodlarla sürekli olarak yeniden üretilmekte ve bu durum türleşmeye ve “yineleme”ye sebep olmaktadır. Çalışmanın son kısmında türleşme olgusu ve türleşmenin popüler sinemaya etkisi incelenmiştir. Anaakım Türkiye sinemasında başlıca 4 türde üretimin yoğunlaştığı görülmüştür. Bu türler, tek tek başlıklar altında incelenmiş ve hepsinin kendine özgü özellikleri olduğu görülmüştür. Son dönemin popüler filmleri aracılığıyla irdelenen bu özellikler, bir bütün olarak, egemen söylemlerin tekrarını ve ideolojik yeniden üretimin işlemlerini kolaylaştırmaktadır.

KAYNAKÇA

- ABİSEL, N. : 1994 **Türk Sineması Üzerine Yazılar**, Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- ADORNO, T. W. : 2012 “Kültür Endüstrisini Yeniden Düşünürken”, Çev. Bülent O. Doğan, **Cogito Dergisi**, sayı: 36, 76-83.
- AKBAL SÜALP, Z. T. : 2010a “Türkiye Sinemasının Dönemselleştirilmesi I”, **Yeni Film Dergisi**, sayı: 20, 35-41.
- AKBAL SÜALP, Z. T. : 2010b “Türkiye Sinemasının Dönemselleştirilmesi II”, **Yeni Film Dergisi**, sayı: 21, 35-41.
- AKBAL SÜALP, Z. T. : 2011 “Türkiye Sinemasının Dönemselleştirilmesi III”, **Yeni Film Dergisi**, sayı: 22, 63-68.
- AKBULUT, H. : 2010 “Film Çalışmalarında Türe Yeni Bir Bakış: Coğul Okuma Alanı Olarak Türü Yeniden Düşünmek”, **Sinema: Tarih-Kuram-Eleştiri**, Der. Seçil Büker ve Y. Gürhan Topçu, İstanbul: Kırmızı Kedi Yayınevi, 324-336.
- AKBULUT, H. : 2012 **Yeşilçam’dan Yeni Türk Sinemasına Melodramatik İmgelem**, İstanbul: Hayalperest Yayınevi.
- ARSLAN, U. T. : 2010 **Mazi Kabrinin Hortlakları**, İstanbul: Metis Yayınları.
- ASSMANN, J. : 2015 **Kültürel Bellek: Eski Yüksek Kültürlerde Yazı, Hatırlama ve Politik Kimlik**, Çev. Ayşe Tekin, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- ATAM, Z. : 2010 “Yeni Sinemanın” Dört Kurucu Yönetmeni: Yeşim Ustaoglu, Zeki Demirkubuz, Derviş Zaim, Nuri Bilge Ceylan”, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- BALİ, R. N. : 2001 “‘80’li ve ‘90’lı Yılların Mirası”, **Birikim Dergisi**, sayı: 152-153, 206-210.
- BALİ, R. N. : 2007 **Tarz-ı Hayat’tan Life Style’a**, İstanbul: İletişim Yayınları.
- BENJAMİN, W. : 2014 **Pasajlar**, Çev. Ahmet Cemal, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- BIGSBY, C. W. E. : 1999 “Popüler ve Popüler Kültür Politikası”, **Popüler Kültür ve İktidar**, Der. Nazife Güngör, Çev. Serdar Öztürk, Ankara: Vadi Yayınları, 73-96
- BORATAV, K. : 1990 **Türkiye İktisat Tarihi 1908-1985**, İstanbul: Gerçek Yayınevi.
- BOTTOMORE, T. : 2016 **Frankfurt Okulu ve Eleştirisi**, Çev. Ümit Hüsrev Yolsal, İstanbul: Say Yayınları.
- BOZKURT, A. : 2016 “Toplu Kahkaha”, **Altyazı Dergisi**, sayı: 157, 34-41.
- BURKE, P. : 1978 **Popular Culture in Early Modern Europe**, New York: Harper & Row Publishers.
- CIORAN, E. : 2013 **Çürümenin Kitabı**, Çev. Haldun Bayrı, İstanbul: Metis Yayınları.
- CURRAN, J. : 2014 “Medya ve Demokrasi: Yeniden Değer Bıçme”, **Medya Kültür Siyaset**, Der. ve Çev. Süleyman İrvan, Ankara: Pharmakon Yayınevi, 135-191.
- ÇAKIR, M. : 2014 **Görsel Kültür ve Küresel Kitle Kültürü**, Ankara: Ütopya Yayınevi.

- ÇETİN ERUS, Z. : 2007 “Film Endüstrisi ve Dağıtım: 1990 Sonrası Türk Sinemasında Dağıtım Sektörü” **Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi**, cilt: 4, sayı: 4, 5-16
- DAĞTAŞ, E. ; AYDIN, N. ; YILMAZ, Ç. : 2018 “Sinemanın Ekonomi Politikası: 2016 Yılı Verileri Üzerine Bir Değerlendirme”, **Trt Akademi Dergisi**, cilt: 3, sayı: 5, 186-218.
- DELLALOĞLU, B. F. : 2012 **Benjaminia: Dil, Tarih ve Coğrafya**, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- DELLALOĞLU, B. F. : 2014 **Frankfurt Okulu’nda Sanat ve Toplum**, İstanbul: Say Yayınları
- EAGLETON T. : 2016 **Kültür Yorumları**, Çev. Özge Çelik, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- ENZENSBERGER, H. M. : 1980 “Bir ‘Kitle İletişimi Araçları Teorisi’nin Oluşturucu Öğeleri”, Çev. Ünsal Oskay, **Birikim Dergisi**, sayı: 58-59, 17-37.
- ERDOĞAN, İ : 1999 “Popüler Kültür, Kültür Alanında Egemenlik ve Mücadele”, **Popüler Kültür ve İktidar**, Der. Nazife Güngör, Ankara: Vadi Yayınları, 18-52.
- ERDOĞAN, N. : 2001 “Üç Seyirci: Popüler Eğlence Biçimlerinin Alımlanması Üzerine Notlar”, **Türk Film Araştırmalarında Yeni Yönelimler 2**, Der. Övgü Gökçe, İstanbul: Bağlam Yayınları.
- ERGENE, B. : 2012 “Coğrafi Kayıtsızlık: Kurtlar Vadisi: Irak ve Maskeli Beşler: Irak”, **Bir Kapıdan Gireceksin: Türkiye Sineması Üzerine Denemeler**, Haz. Umut Tümay

Arslan, İstanbul: Metis Yayınları, 107-117.

- FAY, B. : 2001 **Çağdaş Sosyal Bilimler Felsefesi**, Çev. İsmail Türkmen, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- FEATHERSTONE, M. : 1996 **Postmodernizm ve Tüketim Kültürü**, Çev. Mehmet Küçük, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- FISKE, J. : 1999 **Popüler Kültürü Anlamak**, Çev. Süleyman İrvan, Ankara: Ark Yayıncılık.
- GANS, H. J. : 2014 **Popüler Kültür ve Yüksek Kültür**, Çev. Emine Onaran İncirlioğlu, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- GLEDHILL, C. : 2010 “‘Tür Kavramını Yeniden Düşünmek’”, **Sinema: Tarih-Kuram-Eleştiri**, Der. Seçil Büker ve Y. Gürhan Topçu, Çev. Hasan Akbulut, İstanbul: Kırmızı Kedi Yayınevi, 337-376.
- GOLDING, P. ; MURDOCK, G. : 2014 “Kültür, İletişim ve Ekonomi Politik”, **Medya, İktidar, İdeoloji**, Der. Süleyman İrvan, Çev. D. Beybin Kejanlioğlu, Ankara: Pharmakon Yayınevi, 49-75.
- GÜRBİLEK, N : 2014 **Vitrinde Yaşamak: 1980’lerin Kültürel İklimi**, İstanbul: Metis Yayınları.
- HALL, S. : 1994a “İdeolojinin Yeniden Keşfi: Medya Çalışmalarında Baskı Altında Tutulmanın Geri Dönüşü”, **Medya, İktidar, İdeoloji**, Der. ve Çev. Mehmet Küçük, Ankara: Ark Yayınevi, 57-103.
- HALL, S. : 1994b “Kültür, Medya ve İdeolojik Etki”, **Medya, İktidar, İdeoloji**, Der. ve Çev. Mehmet Küçük, Ankara: Ark Yayınevi, 169-209.

- HALL, S. : 1997 “Popüler Olanın Yapıbozumu Üzerine Notlar”, Çev. Vahide Pekel, **Mürekkep Dergisi**, sayı: 8, 15-22.
- HALL, S. : 1999 “Popüler Kültür ve Devlet”, **Popüler Kültür ve İktidar**, Der. Nazife Güngör, Çev. Karasar, Ş., Ankara: Vadi Yayınları, 97-132.
- HALL, S. : 2014 “İdeoloji ve İletişim Kuramı”, **Medya Kültür Siyaset**, Der. Süleyman İrvan, Çev. Ahmet Gürata, Ankara: Pharmakon Yayınevi, 79-96.
- HANÇERLİOĞLU, O. : 1997 **Ekonomi Sözlüğü**, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- HEATH, S. ; SKIRROW, G. : 2016 “Raymond Williams ile Söyleşi”, **Eğlence İncelemeleri**, Haz. Tania Modleski, Çev. Nurdan Gürbilek, İstanbul: Metis Yayınları, 27-46.
- HELD, D. : 2004 **Introduction to Critical Thoery**, Oxford: Blackwell Publishers Ltd.
- HORKHEIMER, M. : 2010 **Akıl Tutulması**, Çev. Orhan Koçak, İstanbul: Metis Yayınları
- HORKHEIMER, M. ; ADORNO, T. W. : 2010 **Aydınlanmanın Diyalektiği**, Çev. Nihat Ülner ve Elif Öztarhan Karadoğan, İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- INGLIS, F. : 2010 “Frankfurt Okulu”, **Kitle İletişim Kuramları**, Der. ve Çev. Erol Mutlu, Ankara: Ütopya Yayınevi, 221-226.
- JAMESON, F. : 2007 **Late Marxism**, London and New York: Verso Books.
- JAMESON, F. : 2010 “Kitle Kültüründe Şeyleşme ve Ütopya”, **Kitle İletişim Kuramları**, Der. ve Çev. Erol Mutlu, Ankara: Ütopya

Yayınevi, 250-284.

- JAY, M. : 2014 **Diyalektik İncelem**, İngilizceden Çev. Sevgi Doğan, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- KEJANLIOĞLU, D. B. : 2005 **Frankfurt Okulu'nun Eleştirel Bir Uğrağı: İletişim ve Medya**, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- KELLNER, D. : 2006 “Popüler Kültür ve Postmodern Kimliklerin İnşası”, **Doğu Batı Düşünce Dergisi**, Sayı: 15, 187-219.
- KELLNER, D. : 2010 “Kültür Endüstrileri”, **Kitle İletişim Kuramları**, Der. ve Çev. Erol Mutlu, Ankara: Ütopya Yayınevi, 233-239.
- KING, G. : 2010 “Yeni Hollywood'da Tür Dönüşümleri”, **Hollywood'a Yeniden Bakmak**, Der. Y. Gürhan Topçu, Çev. Betül Karamış, Ankara: De Ki Yayınları, 126-152.
- LAÇİNER, Ö. : 2001 “1980'ler: Kapan(may)an bir parantez mi?”, **Birikim Dergisi**, sayı: 152-153, 10-17.
- LÖWENTHAL, L. : 2017 **Edebiyat, Popüler Kültür ve Toplum**, Çev. Beybin Kejanlioğlu, İstanbul: Metis Yayınları.
- LUCKETT, M. : 2001 : “Epic”, **Critical Dictionary Of Film And Television Theory**, Ed. By. Roberta E. Pearson and Philip Simpson, London and New York: Routledge, 219.
- MAKTAV, H. : 2001 “Türk Sinemasında Yeni Bir Dönem”, **Birikim Dergisi**, sayı: 152-153, 225-233.
- MALINOWSKI, B. : 1992 **Bilimsel Bir Kültür Teorisi**, Çev. Saadet Özkal, İstanbul: Kabalcı Yayınevi.

- MARCUSE, H. : 1968 **Tek Boyutlu İnsan**, Çev. Seçkin Çağan, İstanbul: May Yayınları.
- MARX, K. : 1976 **Ekonomi Politiğin Eleştirisine Katkı**, Çev. Sevim Belli, Ankara: Sol Yayınları.
- MATTELART, A. ; **İletişim Kuramları Tarihi**, Çev. Merih Zılhoğlu,
MATTELART, M. : İstanbul: İletişim Yayınları.
2013
- MCCHESENEY, R. W. : **Rich Media, Poor Democracy: Communication**
2015 **Politics in Dubious Times**, New York: The New Press.
- MODLESKI, T. : 2016 “Sunuş”, **Eğlence İncelemeleri: Kitle Kültürüne**
Eleştirel Yaklaşımlar, Der. Tania Modleski, Çev.
Nurdan Gürbilek, İstanbul: Metis Yayınları, 9-23.
- MUTLU, E. : 2006 “Popüler Kültürü Eleştirmek”, **Doğu Batı Düşünce**
Dergisi, Sayı: 15, 11-42.
- OKTAY, A. : 1993 **Türkiye’de Popüler Kültür**, İstanbul: Yapı Kredi
Yayınları.
- OSKAY, Ü. : 2013 **“Yıkanmak İstemeyen Çocuklar” Olalım**, İstanbul:
Yapı Kredi Yayınları.
- ÖZBEK, M. : 1994 **Popüler Kültür ve Orhan Gencebay Arabeski**,
İstanbul: İletişim Yayınları.
- ÖZİZMİRLİ, G. : 2011 “Orta Sınıf ‘Hikâyeleri’”, **Birikim Dergisi**, sayı: 268-
269, 18-23.
- REAL, M. : 2018 “Popüler Kültürde ve Medya Gösterilerinde Kültürel
Teori”, **İletişim Çağında Kültür**, Der. James Lull, Çev.

Ece Simin Civelek, Ankara: Hece Yayınları, 279-298.

SHUMWAY, D. R. : “Post Yapısalcılık ve Popüler Kültür” **Popüler Kültür ve İktidar**, Der. Nazife Güngör, Çev. Emre Arslan, Ankara: Vadi Yayınları, 368-381.

STAUTH, G ; TURNER, B. S. : 1994 “Nostalji, Postmodernizm ve Kitle Kültürü Eleştirisi”, **Modernite Versus Postmodernite**, Der. ve Çev. Mehmet Küçük, Ankara: Vadi Yayınları.

STOREY, J. : 2005 “Popular”, **New Keywords: A Revised Vocabulary of Culture and Society**. Ed. Tony Bennett; Lawrence Grossberg; Meaghan Morris, Oxford & Victoria: Blackwell Publishing.

SUNER, A. : 2006 **Hayalet Ev: Yeni Türk Sinemasında Aidiyet, Kimlik ve Bellek**, İstanbul: Metis Yayınları.

SWINGWOOD, A. : 1977 **The Myth of Mass Culture**, London and Basingstoke: The Macmillan Press.

TEKELİOĞLU, O. : 2006 **Pop Yazılar: Varoştan Merkeze Yürüyen “Halk Zevki”**, İstanbul: Telos Yayıncılık.

TYLOR, E. B. : 2016 **Primitive Cultures**, Mineola, New York: Dover Publications.

UĞUR TANRIÖVER, H. : 2011 **Türkiye’de Film Endüstrisinin Konumu ve Hedefleri**, İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları.

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

WIGGERSHAUS, R. : **The Frankfurt School : Its History, Theories, and Political Significance**, Tr. By. Michael Robertson,

- 1995 Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
- WILLIAMS, R : 1993 **Kültür**, Çev. Ertuğrul Başer, İstanbul: İletişim Yayınları.
- WITTEL, A : 2015 “Digital Marx: Toward a Political Economy of Distributed Media” Marx in the Age of Digital Capitalism, Ed. By. Christian Fuchs and Vincent Mosco, Leiden-Boston: Brill Publishing, 68-104.
- WOOLLACOTT, J. : 2005 “Messages and Meanings”, **Culture, Society and The Media**, Ed. By. Michael Gurevitch, Tony Bennett, James Curran and Janet Woollacott, London: Routledge, 87-109.
- YAYLAGÜL, L. : 2008 “Frankfurt Okulu’nda ‘Kültür Endüstrileri’ ve ‘Kitle Kültürü’ Yaklaşımı”, **Medya Popüler Kültür ve İdeoloji**, Der. Levent Yaylagül ve Nilüfer Korkmaz, Ankara: Dipnot Yayınları, 139-153.
- YAYLAGÜL, L. : 2009 “Sinemanın Ekonomi Politikası”, **Sermayenin Medyası Medyanın Sermayesi: Ekonomi Politik Yaklaşımlar**, Der. Selda Bulut, Ankara: Ütopya Yayınları, 149-185.
- YAYLAGÜL, L. : 2010 **Kitle İletişim Kuramları**, Ankara: Dipnot Yayınları.
- YÜCEL, F. : 2018 “Şabanların İvedikleştirilmesi - Siyasetin Kültürelleşmesi”, **Birikim Dergisi**, sayı: 347, 112-124.
- ZIPES, J. : 2010 “Frankfurt Okulu ve Kültür Eleştirisi”, **Kitle İletişim Kuramları**, Der. ve Çev. Erol Mutlu, Ankara: Ütopya Yayınevi, 227-232.
- ZÜRCHER, E. J. : 2014 **Modernleşen Türkiye’nin Tarihi**, Çev. Yasemin Saner, İstanbul: İletişim Yayınları.

Çevrimiçi Kaynaklar

BOX OFFICE TÜRKİYE : t.y. <https://boxofficeturkiye.com>, Erişim Tarihi: 09.08.2018

BOX OFFICE TÜRKİYE : t.y. <https://boxofficeturkiye.com/sirket/bkm--117/gelecek.html>, Erişim Tarihi:14.08.2018.

BOX OFFİCE TÜRKİYE : t.y. <https://boxofficeturkiye.com/dagitimcilar/2017>, Erişim Tarihi:14.08.2018.

BOX OFFİCE TÜRKİYE : t.y. <https://boxofficeturkiye.com/tumzaman/komedi-filmleri>, Erişim Tarihi:14.08.2018.

CAMBRIDGE DICTIONARY: t.y. <https://dictionary.cambridge.org/tr/sözlük/ingilizce-türkçe/thriller>, Erişim Tarihi: 20.08.2018.

CINEMAXIMUM : t.y. <https://www.cinemaximum.com.tr/hakkimizda>, Erişim Tarihi: 14.08.2018

ÇAMAŞIRHANE FİLM : t.y. <http://camasirhanefilm.com/portfolio>, Erişim Tarihi 05.08.2018

EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY, 2018 : “Cinema Attendance In The Eu Confirms Strength In 2017”, https://www.obs.coe.int/en/web/observatoire/home/-/asset_publisher/9iKCxBYgiO6S/content/cinema-attendance-in-the-eu-confirms-strength-in-20-1, Erişim Tarihi: 05.07.2018.

KANZLER, M : **The Turkish Film Industry: Key Developments 2004 To 2013**, <https://rm.coe.int/090000168078354>, Erişim Tarihi: 05.07.2018.

PANA FİLM : t.y. <http://www.panafilm.com/tr>, Erişim Tarihi: 05.08.2018

REKABET
KURUMU : 2016 **Sinema Hizmetleri Sektör Raporu,**
<http://www.rekabet.gov.tr/Dosya/sektor-raporlari/11-sinema-hizmetleri-se>, Erişim Tarihi: 05.07.2018.

SE-YAP : 2016 Rekabet Kurumu’nun 16.02.2016 Tarihli “Sinema Hizmetleri Sektör Raporu” ve 22.04.2016 Tarihli Raporun Tanıtıldığı Panel Hakkında Sinema Eseri Yapımcıları Meslek Birliği (Se-Yap) Değerlendirmesi, <http://www.se-yap.org.tr/wp-content/uploads/2016/04/Rekabet-Kurumu-Raporu-SE-YAP-Değerlendirmesi.pdf>, Erişim Tarihi: 05.07.2018.

WILLIAMS, R : “On High and Popular Culture”, 1974
<https://newrepublic.com/article/79269/high-and-popular-culture>, Erişim Tarihi: 07.02.2018.

Film

MÜJDECİ, K. ; **Kapalı Gişe: Türkiye’de Tekelleşen Film Dağıtımı,**
AYDEMİR, Ş. ; İstanbul.
YÜCEL, F. ;
KAYA, E. : 2016