



Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi / The Journal of International Social Research
Cilt: 11 Sayı: 61 Yıl: 2018 Volume: 11 Issue: 61 Year: 2018
www.sosyalarastirmalar.com Issn: 1307-9581
<http://dx.doi.org/10.17719/jisr.2018.2935>

SANAT VE KÜLTÜR ENDÜSTRİSİ ART AND CULTURE INDUSTRY

Nazik ÇELİK YILMAZ*

Öz

1923'te kurulan Frankfurt Okulu (Eleştirel Teori), kurulduğu üniversitenin adını taşıyan Frankfurt Toplumsal Araştırma Enstitüsü idi. Enstitünün etkin olduğu alan kültür kuramıdır. Frankfurt Okulunda, sosyal bilimlerin hemen hemen her alanında eser üretilmiştir. 1950-1970 yılları arasında geçen üçüncü döneminde kitle kültürü, modern toplum, teknoloji, sanat, estetik, müzik, siyaset gibi birçok alanda çalışmalar ön plana çıkmıştır. 20. yüzyılın karmaşık sosyal, ekonomik, siyasi tablosunun bir sonucu olarak ortaya çıkan karmaşık felsefi çerçevesinde önemli bir yer tutan Frankfurt Okulunun en önemli iki filozofu Şüphesiz Max Horkheimer ve Theodor Adorno'dur. Ortaya koydukları eleştirel teori, hem 20. yüzyıl felsefesini hem en derinden ve çarpıcı biçimde yansıtan hem de söz konusu felsefi dönemi belli noktalarda aşmaya çalışan bir düşünüş tarzı olması bakımından oldukça önemlidir. Modernizm sosyal, ekonomik, kültürel birçok gelişmeyi de beraberinde getirmiştir. Bu durum birey ve kültür için bazı değişimlere neden olmuştur. Adorno ve Horkheimer modern hayatın birey ve kültür üzerinde olan etkisini kültür endüstrisi kavramı ile açıklamaya çalışmıştır. Bu bağlamda kültür endüstrisi kavramına yer verilmiş ve irdelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sanat, Kültür Endüstrisi, Tüketim Kültürü.

Abstract

The Frankfurt School (Critical Theory), founded in 1923, was the Frankfurt Institute for Social Research, bearing the name of the university in which it was founded. The field in which the institute is effective is culture theory. At the Frankfurt School was produced works in almost every area of the social sciences. In the third period between 1950-1970, works in many fields such as mass culture, modern society, technology, art, aesthetics, music and politics have come to the forefront. The two most important philosophers of the Frankfurt School, which holds an important place in the complex philosophical framework that emerged as a result of the complex social, economic, political picture of the 20th century, are undoubtedly Max Horkheimer and Theodor Adorno. Their critical theory is very important in terms of reflecting the 20th century philosophy both deeply and strikingly and as a way of thinking that tries to transcend the philosophical period at certain points. Modernism brought with it many social, economic and cultural developments together. This situation has caused some changes for the individual and culture. Adorno and Horkheimer tried to explain the effect of modern life on individual and culture with the concept of cultural industry. In this context, the concept of culture industry is mentioned and discussed.

Keywords: Art, Culture Industry, Consumption Culture.

1. GİRİŞ

Kültür Endüstrisi alanını özel bir araştırma alanı olarak benimseyen Adorno, kültür endüstrisi ve iktidar arasında kimi bağlar görür. Bu bağların, insan-insan ile insan-toplum ilişkilerinde görüntüye çıkan eylemlerde, davranış model ve biçimlerine dönüştüğünü göstermeye çalışmaktadır.

Eşitsizlik ve güç ilişkisi doğada bulunan kavramlardır. Aynı tür ve cinste olan canlılar bile bir eşitsizlik içinde ya da farklılık içinde bulunur. Bu farklılıktan doğan eşitsizlik ve eşitsizlikten doğan güç ilişkisi doğa ve doğadaki canlılar üzerinde gücü elinde bulunduranın tahakkümüne dönüşüyor. Avcı toplayıcı toplumda güçlü olan ayakta kalır. Güçlü olan kabile reisi olur ve kabile varlığını reise bağlar daha sonraki dönemlerde feodal toplumda hükümdarlık sistemine geçildiğinde, dağınık yaşayan toplumların bir arada yaşamaya başlaması biyo-tarihsel ilerleme ile nüfusun çoğalması güç ilişkilerinin daha da belirgin olmasına neden olmuştur. Gücü elinde bulunduran daha da güçlenmiştir. İlişkiler daha kompleks hale geldiğinde artık bir arada yaşamının da gerekçeleri değişmiştir (Sönmeyen, 2012, 1).

Keser'e (2005, 199) göre; kültür günlük dilde şu üç anlama işaret etmektedir. Estetik ve entelektüel eğitim aracılığıyla biçimlenmiş insani incelik ve sanatsal aktiviteler yani kültürün estetik tanımı; bir halk ya da grubun yaşam biçiminin bütünü yani kültürün etnoğrafik tanımı ve son olarak biçimlenmiş sembol örüntülerinin sistemi yani kültürün sembolik tanımıdır. Sanatta ise terim, belirli bir dönem, sınıfın ya da

* Dr. Öğr. Üyesi, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Çizgi Film-Animasyon Bölümü, nazik.celik@dpu.edu.tr



toplumun ifadesini, özellikle entelektüel artistik eylemleri ve bunlar aracılığıyla ürettiği işleri anlamak için kullanılır. Carl Andre; "Sanat bizim yaptığımız şeylerdir; kültür ise bizim için yapılan şeylerdir." demektedir.

Adorno, yapıtlarında, felsefe dahil sosyal bilimlerdeki ve kültürdeki bütün pozitivist akımları eleştirel bir süzgeçten geçirmektedir. O'na göre, "akıl ruhundaki" faaliyetler, toplumsal gerçekliğe egemen olan çizgilerin izlerini taşımaktadır. Toplumsal olguların kavramlar yardımıyla sınıflandırılması, olayları anlama ve açıklama anlamına gelmemektedir. Gerçekliğin ne olduğunu belirleyen düşüncedir, ancak kavramlarla belirlenen düşünce bu çerçevede kavranabilecek şeyleri görür, bunun dışındakileri göremez. Bu nedenle burada özgür düşünceden söz etme olanağı kalmamaktadır. Adorno'nun bu savı, sanat ve kültür alanı içinde geçerlidir. Başka bir deyişle O'na göre ideolojiden bağımsız, özgür bir sanattan, kültürden bahsedilemez. Adorno'nun bu anlayışı, "kültür endüstrisi" kavramı yardımıyla daha iyi anlaşılabilir (Kayıkçı, 2007, 27). Adorno ve Horkheimer modern hayatın birey ve kültür üzerinde olan etkisini kültür endüstrisi kavramı ile açıklamaya çalışmıştır. Önceleri kitle kültürü ve popüler kültür kavramları kullanılmış, daha sonra bu kavramların yerine modern dönemi ifade eden kültür endüstrisi kavramını kullanmışlardır.

Adorno'nun kültür endüstrisi kavramının konu edildiği bu çalışmada görülmüştür ki, kültür ve sanat, ne siyasal ve ekonomik düzenden (ideolojiden), ne de bu düzenin getirdiği bireysel ve toplumsal davranış kalıplarından soyutlanarak ele alınabilir. Bunlar birbirlerini etkilemekte, biçimlendirmektedir. Özellikle totaliter rejimlerde -kapitalizmin kendini idame ve meşruiyetini sağlama aracı olarak da- bu etkileşim, dayatma şeklinde ortaya çıkmaktadır. Tahakküm bütün alanlara, bu arada kültür ve sanata da sızmıştır. Dolayısıyla kültür ve sanatta da bir özgürlükten söz etme olanağı kalmamaktadır. Bu nedenle Adorno "kültür endüstrisini" sonuna kadar eleştirmektedir (Kayıkçı, 2007, 29). Kültürel ve sanatsal ürünlerin kitlesel anlamda üretimiyle birlikte artık pazar için üretilen bir metaya dönüşmüştür. Adorno ve Horkheimer'ın, kültürün endüstriyel üretim şeklinin bir parçası haline gelişine yönelik çalışmalar ı, enstitünün en önemli çalışmaları arasındadır.

Adorno'nun kültür endüstrisi kavramı, bugün de bize kültür ve sanatı, ürünlerini ideoloji ile ilişkilendirerek ve bunun bireysel ve toplumsal davranışlara etkisini görerek değerlendirme olanağı vermektedir. Bu nedenle, dünyanın kitle iletişim araçları sayesinde küresel bir köy haline geldiği ve en uzaktaki insanları dahi etkileyebilme olanağının var olduğu bir çağda "kültür endüstrisi" kavramını yeniden düşünmemiz, yeniden değerlendirmemiz gerekmektedir (Kayıkçı, 2007, 29).

2. Modern Çağda Sanatın Doğası ve Modernizm

Modernizm bir kavram olarak ele alınıp incelendiğinde, içinde yeniyi, dogmatizme inat akıllılığı, insancılığı ve özgürlüğü barındırır. İnsan yeryüzünde akı ile tüm canlılardan daha üstün bir organizmadır. Akıl rasyonel kullanımı da modern düşünce felsefesinin başlangıcını oluşturur. Bireyin öncelikle kendisini ve yetilerini tanıyıp daha sonra içinde var olduğu düzenin kurallarını ve doğasını tanıması modernliğin gereklerindedir. Birçok alanda etkili olan bu kavram "sanat" alanında da -özellikle resim sanatında, alışılmış, geleneksel kalıpları kırmış, yepyeni bir sanat anlayışı getirmiştir. Sanat, artık sanatçısıyla daha özgür bir hale gelmiştir. Sanatçı kendini kısıtlayan gelenekçiliğin dar kalıplarından kurtulmuş, yaratıcılığında kendi özgünlüğüne kavuşmuştur (Şahindokuyucu, 1997, 5). Modernizm, gelenekselin ve gündelik yaşamın geçerliliğini yitirdiği fikriyle ortaya çıkmıştır. Temelde dayandığı fikir, geleneksel sanatlar, edebiyat ve günlük yaşamın artık zamanını doldurduğu ve bu yüzden bunların bir kenara bırakılması gerektiğidir. Modernizm her şeyin sorgulanması gerekliliğini savunur.

Modernizm terimi çoğu düşünür tarafından farklı dönemlerde farklı açılardan incelenmiştir. Batur'a (2007, 11) göre; modern, modernlik, modernizm, nicedir ölçütleri, bileşenleri, zihinsel dayanakları didiklenen bir alandır. Adorno, Hanna Arendt, Habermans, Henri Lefebvre gibi düşünürler; Harold Rosenberg, Henri Meschonnic, Vattino ya da Damisch gibi kuramcılar ve eleştirmenler bu alanın klasikleşmiş ilke, davranış ve oluşlarını anatomiye yatırırken birkaç ara iç alan üzerinde konaklıyorlar: Yenilik nedir? Öncü olma haline ilişkin neler söyleyebiliriz? Nereye kadar kopuş, nereye kadar süreklilik ya da süreksizlik kılavuzumuz olabilir? Yaratım, yapım gestus bizi ne oranda gelenekle yüz yüze getirir. Adımlarımız ne oranda geleceğin uzamına girmiştir? Sayıca zaten çoğalmış olduğunu gördüğümüz soruları bir yumak ortaya çıksın diye ardarda sıralamak "modernlik" dediğimiz anda alabildiğine karmaşık bir değerler bütününe sıkıştığımızı göstermeye yarar. Üzerine bütünü bütününe anlaşma sağlanmış bir alanda yüzmediğimizi hemen kabullenmek, akıllıca bir tavır olur. Burada kesinliklerden çok kabaca toposu belli bir başlangıç noktasının öncesine ve sonrasına ait kimi verilere uzanacağız. Noktanın her yerine yaklaşmanın en kısa yolu.



20. yüzyılın ilk yarısına savaşlar damgasını vurdu. 1914 yılı daha önce hiç görülmedik bir şekilde büyük güçleri, birçok Avrupa devletini ve dünyanın geri kalanını karşı karşıya getirdi. Dahası, devletlerin askeri birlikleri ilk kez kendi bölgelerinin dışında savaşmaya gönderildiler. Dolayısıyla 20. yüzyılda savaşlar, küresel ölçekte ortaya çıktı. 19. yüzyılda giderek artan uluslararası siyasal düşmanlık, ekonomik büyüme ve rekabet çerçevesinde gelişerek, I. Dünya Savaşı ile gelişmiş dünya ekonomilerini, pazar paylaşımı amacıyla savaşa sürükledi. I. Dünya Savaşı kapitalizmin emperyalist bir asamaya ulaştığını açıkça gösteriyordu. Öte yandan, dünyayı giderek etkisi altına almış olan liberal modernliğin kendisine çeki düzen vermesini sağlayacak çok önemli bir gelişme yaşandı. Bu gelişme, Batı Avrupa modernliğinin sunduğu kapitalist kalkınma modeline karşı alternatif bir model olan sosyalizmin Rusya'da hayata geçmesiydi. Sosyalizm, kapitalizme zıt bir ekonomi politikası temelinde yeni bir modernlik modeli sunuyordu (Girgin, 2008, 27).

Modern sanatta doğa ve insan anlayışı tamamen değişmiştir. Modern sanatçı onu taklit etmekten kaçıyor, tabiatta gözle görülen şeylerin bir konunun bir tasvirini, bir hikayenin şartlarına değil, ancak resimle ilgili olan özelliklere, yaratmaya ait artistlik niteliklerle ve plastik şeklin şartlarına tabi oluyor. Bu nedenle, modern sanatçı ancak şekillerin ve çizgileri saf ve bağımsız bir görüşle analiz etmeye ve düzenlemeye; bu suretle kendi kişiliğini, iç dünyasını ve dünya görüşünü plastik bir şekil içinde hür bir tarzda ifade etmeye önem veriyor. Modern sanatın naturalizm ve optik realizmi yalnız görmeye dayanan gerçekliği terk etmesinde modern bilimin de etkisi oluyor, çünkü modern bilim artık duyguların verilerine dayanan objektif kavramlarla yetinmiyor, görünüşlerin ve duyularla kavranan şeylerin ötesine nüfuz ederek doğanın özü ve gerçeğini araştırmaya gayret ediyordu. Modern sanatçı, bu veriden itibaren tablosunu hür ve bağımsız şekilde düzenler ve yaratır. Tabiatta gördüğü şekilleri, renkleri, insan vücutlarını ve yüzlerini kendi arzu ve düşüncesine göre tamamıyla değiştirir. Bu nedenle modern sanatçı, tabiatta gördüğü şeyleri aynen gördüğü şekilde resmetmeye hiç önem vermiyor, onları benzerliklerinden, ifade ettikleri anlamlardan, özelliklerden ayırıyor. Renk ve şekil araçlarını hür bir şekilde kullanarak tamamıyla plastik bir düzen içinde değişik şekillere sokuyor, tabiatta görülen bu objelere bu plastik düzen içinde tanımak imkansız bir hale geliyordu (Şahindokuyucu, 1997, 40).

Kitle kültürü ve tüketim kültürünün bağdaştığı bir nokta da popüler kültürdür. Popüler kelimesinin kökeni pub, public, population kelimelerinden gelmektedir. Bu nedenle popüler kültür toplumla, insanla ilgilidir, yaşadığımız günlük hayattır. İnsanoğlunun gündelik ihtiyaçları ile birlikte var olmaktadır. Adorno'ya (1999, 69) göre; tüm estetik ifade alanının yüksek kültür (ve sanat) ile popüler kültür ikiye ayrılmasından muzdarip olduğunu öne sürer ve bugüne dek uzanan tartışmaları başlatır. Ona göre, kültür endüstrisi ile popüler kültür identik kavramlardır. Popüler kültür egemen toplumsal ve ekonomik ilişkileri destekler, haklı çıkarır ve sürüp gitmesinde yardımcı olur. Ticarileşmiş eğlencenin teşvikçileri kendilerini, kitlelere istedikleri şeyi verdikleri gerçeğine atıfta bulunarak temize çıkarırlar. Kitleselel ayırım azaldıkça, kültürel metaların ayırım olmadan pazarlama imkânı da artar. Fakat yerleşik çıkarların bu ideolojisi bu kadar kolay göz ardı edilemez. Sırf kitleler "bu saçmalığı istiyor" diye kitleselel bilincin işleyen kurumlarca biçimlendirildiğini tamamen inkâr etmek mümkün değildir.

Pop art kelimesi ilk olarak 1960'ta New York'a göç eden İngiliz eleştirmen Lawrence Alloway tarafından pop temaların sanat dalları arasındaki katı sınırların yıkılışını nasıl ortaya koyduğunu ifade etmek için kullanıldı. Alloway'e göre heykel ve resmin farklılıkları endüstri çağı öncesi sosyal bir düzenden kaynaklanıyordu. Avrupa'da aydınlanma çağından günümüze plastik sanatlar hiyerarşisini temsil etmeye devam ediyordu. Ancak kitle sanatları sanayileşmiş toplumların temel kazançlarından birisiydi. Sanayileşmenin yanında gelen sosyal değişimle beraber deneysellikleri ve esnek değerleriyle bu kültürü yüksek sanatın durağından katı ve kendisini tekrarlayan değerlerden daha iyi yansıtıyorlardı. Plastik sanatların heykel ve resim olarak geleneksel bölünmüşlükleri, bir yüksek sanat çağrışımı yaptığı için artık bir sınırlamaydı. Reklam dünyası iki geleneksel dalın ürünlerini satın alma ve sahip olma fikriyle harmanlayarak birleştirmişti. Pop Art ve gündelik yaşamın kübizm ve dadadan beri görülmeyen bir ölçüde yüksek sanat tarafından sahiplenışı, ortak sosyal bir birlikteliğin ürünü değil burjuva beğeni yaygınlaşmasının bir göstergesi olduğunu Alloway 1958'de öngörememişti. Pop Art'ın kullandığı malzemenin aksine kitlelerle çok iletişimi olamayan bir akımdı. Pop Art izleyicisi modernist sanat izleyicisinden daha kalabalık ve farklı olsa da, popüler kavramın sanat çalışmasının değil temel malzemeyi kastediyordu (Şark, 2004, 1).



3. Kültür Endüstrisini Hazırlayan Koşullar

Adorno'ya (2003) göre; binyıllardır ayrı duran yüksek ve düşük sanat düzeylerini, her ikisinin de zararına bir araya gelmeye zorlar. Yüksek sanatın önemi, yararı konusundaki spekülasyonlarla yok edilirken, düşük sanatın önemi de, (toplumsal denetim kusursuz olmadığı sürece) içinde barındırdığı isyancı direniş özelliğine dayatılan medeni sınırlamalarla yok edilmektedir. Böylece, kültür endüstrisi yöneltilmiş olduğu milyonların bilincini ve bilinçaltını yönlendiriyor olmasına rağmen, kitleler birincil değil, ikincil role düşerler ve hesaplanabilir nesnelere, makinenin tali parçaları olurlar. Tüketici, kültür endüstrisinin bizi ikna etmeye çalıştığı gibi hükmedici ya da özne değil, aksine nesnedir. Özellikle kültür endüstrisi için biçimlendirilmiş olan kitle iletişim araçları terimi, vurguyu nispeten zararsız bir alana kaydırmakta çok işe yaramıştır. Gerçekte ne öncelikle kitlelerle, ne de iletişim tekniklerinin gelişimiyle bir ilgisi vardır, aksine onları dolduran ruhla, sahiplerinin sesiyle ilişkilidir. Kültür endüstrisi kitlelerle ilişkisini kötüye kullanarak, verili ve değişmez sayılan bir zihniyeti çoğaltmaya ve güçlendirmeye çalışır. Her ne kadar kültür endüstrisi kitlelere uyum sağlamadan var olamayacak olsa da, kitleler onun ölçütü değil ideolojisidir.

Horkheimer ve Adorno'nun ve genel olarak eleştirel teorinin modern toplum eleştirilerinde, kültürel çöküntüye ilişkin tespitlerini ve eleştirilerini altında topladıkları kavram "kültür endüstrisi" kavramıdır. Eleştirel teoriye özgü olan ve genel itibari ile kitle kültürü olarak eleştirile gelen pratiğe denk düşen bu kavram, ilk bakışta kültür ve endüstri gibi iki farklı kavramı bir araya getirmesi bakımından ilgi çekicidir. Kültür genel olarak bir toplumun ya da topluluğun maddi olmayan yaratılarının oluşturduğu alanken endüstri bir toplumun maddi metalarının alınıp satıldığı bir pazar ortamını ifade eder. Bu anlamda "kültür endüstrisi" kavramı birbirine taban tabana zıt iki terimin bir araya getirilmesinden oluşmuştur. Aslında bu kavram eleştirel teorisyenler tarafından özellikle seçilmesinin hatta oluşturulmasının en önemli sebeplerinden biri de söz konusu çelişkinin toplumun her katmanında var olması ve bu kavramın bu çelişkili durumu en net biçimde ortaya koyan kavram olmasıdır. Eleştirel teori için kültür endüstrisi, özü itibariyle maddi olmayan ve bu anlamda yalnız niteliksel açıdan ölçülebilecek olan, insani olan ne varsa hepsini metalaştıran ve böylece pazarda alınıp satılan maddi bir ürün haline getiren bir sistemdir. Bu anlamda kültür endüstrisi insana ait olan son kalenin de zapt edildiği bir sistemdir. Toplumsal tahakkümünden kurtulmak için bireyin sığınabileceği son sığınacağın da ele geçirilmesi için oluşturulmuş dev sistemin adıdır kültür endüstrisi (Rutli, 2011, 172).

Erinç'e (2004, 10) göre; kültür sanat kavramlarını temel alan yazıların konuşmaların tümü bu iki kavramın ne denli çok anlamlar içerdiğini belirtmekle başlar. Gerçekten de böylesine değişken pek az kavram gösterilebilir. Kültürü ürüne indirgediğimizde somutlaştırdığımızda sosyal ve beşeri alandaki kültürü üç farklı aşamada ve konumda irdelemek hem kültür olgusunu daha sistematik hale sokar hem de daha anlaşılır hale getirir. Bu yolda biz belki de kültür dediğimizde herkesin aynı anda aynı şeyi kastetmediğini ve kastetmesi – anlaması gerekmediğini, gerekmeyeceğini de vurgulamış olabiliriz. Kültürü ürüne indirgeyip bir sınıflama içine alınca kültürün öznesini de ortaya koymuş oluruz. Özne ürün bağlamında kültür üç sınıf içinde kendini gösterir. Bu tür bir sınıflama sonunda üç ayrı etkinlik alanı anlamında kültür ortaya çıkar. Deneysel kültür, ulusal kültür, evrensel kültür. Böyle bir sınıflamayı benimserseniz tek başına kültür sözcüğü hemen anlaşılabilirliği gibi, hiçbir anlam taşımaz. Eğer biz bu sınıflamadaki her basamağın içeriğini doldurabiliyorsak, toplumsal ya da evrensel kültürden söz ettiğini iddia eden bir kimsenin aslında sadece kendi kültüründen en dar anlamda bireysel kültürden söz ettiğini anlayabiliriz.

Bağımlı bir egemen kültürün yarattığı kişilik sanatı, inançları, ideolojisi, günah ayıp suç sayılacağı arasındaki dar alana sıkıştırarak yargılar. Bu tür bir yargılama sonucunda ise sanat kendini amaçlayamaz, doğal olarak sadece aracı bir faktör, bir araç anlamında varlığını ortaya koyabilir. Böyle bir anlayış sanatın en önemli boyutu olan evrenselliği yok eder; çünkü egemen sayılan kültür ve onun dayandığı ideoloji evrensel değil bireysel ya da zümreseldir. Olsa olsa bir yöreyi etkisi altında tutabilir (Erinç, 2004, 15).

Rutli (2011, 185), kültür endüstrisinden bahsederken temel olarak endüstrinin, pazarın; kültür alanını gasp etmesi ve onun özerkliğini elinden alması durumu olarak özetlemiştir. Böylece kültür de bir bütün olarak gerçek toplumsal işlevini yitirmiş ve paranın belirlediği, bozuk toplumsal düzenin sorgulamaz bir parçası haline gelmiştir. Daha açık bir ifadeyle kültür endüstrisinde kültürel alanı yöneten ölçüt ile ekonomik alanı yöneten ölçüt aynıdır. Sadece ekonomik alanda değil kültürel alanda da piyasa değeri, yani soyut değişebilirlik ilkesi egemendir. Kullanım değeri yerini değişim değerine bırakmış her kültürel fenomenin bir değeri var olur duruma gelmiş ve kültürel fenomenler ile ekonomik metalar arasında hiçbir fark kalmamıştır. Basitçe, kültür metalaşmıştır. Kültürel ürünlerin değerini belirleyen ölçüt artık ne kadar çok satıldığı ve ne kadar kar getirdiği



olmuştur. Dolayısıyla kültürel olan, var olan durumda toplumsal açıdan en çok kabul göreni olumlamıştır. Bu verili olanın sorgusuz kabulünden başka bir şey değildir. Oysa gerçek kültür verili olanın reddini bir potansiyel olarak hep içinde taşıyan kültürdür. Kültür yaratıcı gücünün kaynağını buradan almaktadır. O halde kültür endüstrisi kültürün gerçek işlevini ve gücünü ortadan kaldırarak, aslında gerçek kültürü ortadan kaldırmış ve yerine yapay, planlanmış ve kar getiren bir metayı bırakmıştır. Böyle bir kültürel yapılanmada, herhangi bir kültürel ürünün diğerinden niteliksel bir farklılığından söz etmek anlamsızdır. Böylece kültür endüstrisi, kültürel alanda nitel farklılığı ortadan kaldırmıştır.

Koluçak'a (2017, 141)göre; kültür endüstrisi sürecini harekete geçiren önemli dinamik hiç şüphe yok ki piyasadır. Geç kapitalizmde artık her şey pazara yönelik üretilmekte ve bu üretilenlerin en kısa yoldan tüketilmesi sağlanmaktadır. Kültüre damgasını vuran temel güdü, en geniş yakalamak, en çabuk, kolay ve kısa yoldan kazanç elde etmek haline dönüşmüştür. Böylelikle gerçek sanat eserinin, var olanın dışındakileri de gösterme yetisi kültür eserlerinden tamamen silinmiştir.

Sanatın daraltılması, sadeleştirilmesi, onun geliştirici-eğitici niteliğini yok edeceğinden kültüre katkısı da ters yönde olur, kültürü daha kapalı daha içe dönük hale sokar. Böylece bu kültür içinde yetişecek kuşaklar bir önceki kuşağa oranla evrensel bir kültürden daha uzak bir noktada bulunabilirler. Ayrıca sanat yenilik özelliğini, geliştiricilik işlevini yerine getiremeyeceği için değişmesi istenmeyen belli bir değer, felsefenin hizmetine koşulduğu için, bu tür sanatı yapanlara, yaratıcılara değil yorumlayanlara, icra edenlere ve bunların alıcılarına sadece eskiyi anımsatır. Nostaljik duyguları doyurmak sanata bir kez daha ket vurma onu büsbütün çağının gerisine itmek demektir (Erinç, 2004, 15). Eleştirel teorisyenlerin burjuva toplumunu, bozuk bir düzen, yanlış kurulmuş ve işlemez ya da kötü işleyen bir toplum olarak gördüklerini belirten Koluçak (2017, 140), sanat için ise eleştirel teorisyenler tarafından yanlış bütün içinde ayakta kalabilen ve gelecek için umudun sürmesini sağlayan bir konumda değerlendirilmiştir ifadesini kullanmıştır. Böylece eleştirel teorisyenlerce klasik Marxist bakışın dışına çıkmış ve sanatı, var olan toplumsal eğilimlerin bir yansıması olarak görme eğiliminden vazgeçilmiştir. Sanat, yanlış bütünün içinde var olmasına rağmen yanlışlığa katılmayan, ilkece ona karşı duran ve doğruluk savıyla ortaya çıkan "son kale" olarak tanımlanmıştır.

Sanatı gittikçe çöken bir sosyokültürel ortamda oluşan bireysel kültürlerin, örüntüsüne bir katkısı olamaz. Sadece aktarıcı olarak işlev görür ve böylece kişisiz bireyler, kişisiz bir kültür içinde kişisiz bir sanat ortamı yaratırlar. Bu sanat bireyin, o bireyin içinde bulunduğu toplumun kimlik kartı gibi görev yapınca da diğer toplumlar arasında o birey o toplum çok farklı bir konum kazanır. Bu farklılığın nedeni olan bireye ya da zümreye bağlı olan kültür ise kendi ideolojisinin dışına çıkacak zihinsel yeteneğe sahip olmadığından bu farklılığın nedenini başka yerlerde arayacaktır (Erinç, 2004, 16).

4. Kültür Endüstrisi Kavramının İlk Ortaya Çıkışı, Tanımları ve Bugünkü Durumu

Frankfurt Okulu tarafından geliştirilen "kültür endüstrisi", eleştirel kuramcılarının kitle iletişim araçlarını nitelendirmekte kullandıkları bir kavramdır. Okul mensupları, 1930-1940 yılları arasında kitle iletişimi, kitle kültürü ve tüketim toplumunun ortaya çıkışını yaşamış ve gelişmesine tanık olmuşlardır. Bu tanıklık, yeni toplumsal biçimlere ve kitle kültürü ürünlerine kitleyi ikna etmekte kullanılan reklam, kültürel değerler ve kitle iletişim yöntemlerini kullanan kapitalist moderniteyi eleştirmekte oldukça kullanışlı bir kavram olan 'kültür endüstrisi' kavramını ortaya çıkarmıştır. Kültür Endüstrisi, kitle ürünlerini kullanarak kullanıcıya ulaşmasının yanında ekonomik boyutu olan bir kavramdır. Ekonomik boyutunu kültürel ürünlerin üretilmesinden ve pazarlanmasından almaktadır. Kitle iletişim araçlarının gelişmesi, kültürel ürünlerin üretimini ve pazarlamasını kolaylaştırması bir yana, kültürü üretilen ve pazarlanan bir meta haline getirmiştir. Kitle iletişim araçları, orijinallikten ve estetikten uzak basit ve tüketimi kolay eğlence ve kültür ürünlerini kitle toplumuna sunmaktadır ve görevleri toplumsal olmaktan çok ekonomiktir. Kitle iletişim araçları kültürdeki değişmelerle kitle toplumunda ortaya çıkan açmazlara çözüm üretmek yerine, sorunun en önemli nedeni ve parçası olmuşlardır (Budun, 2008, 3). Adorno'ya (1991, 1) göre; kültür endüstrisi yeni bir kitle içine eski ve tanıdık bağlantılar koymuştur. Niteliği belirleyen kitleler için özel ürünler ile plana göre daha az ya da daha çok üretmeyi amaçlamıştır. Kültür endüstrisi çağdaş ve kültür yetenekleriyle var olmaktadır.

İlk kez Adorno ve Horkheimer tarafından "Aydınlanmanın Diyalektiği" de kullanılan kültür endüstrisi teriminin seçilme nedenini Adorno (2003) şöyle anlatmaktadır: Kültür endüstrisi terimi yanlışlıyorsam 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 endüstrisinden 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. Tüm sektörler yapısal olarak benzerdir ya da en azından birbirinin açıklarını kapatarak, neredeyse tamamen gediksiz bir sistem oluştururlar. Bunu olanaklı kılan sadece çağdaş teknik olanaklar değil, aynı zamanda ekonomik ve yönetsel yoğunlaşmadır. Kültür endüstrisi kasıtlı olarak tüketicileri kendisine uydurur.

Tüketim kültürünü hem mal ve hizmet üretiminin yoğun olduğu Batı ülkelerini hem de yeteri kadar üretmeyen toplumlara da kapsayan bir olgu olarak görmek gerekir. Kapitalist bir piyasaya aracılık eden bu kültür, aşağıda değineceğimiz nedenlerden dolayı, kapitalist sisteme sahip gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde en yoksullar da dahil bütün kesimlerin tüketme arzusu içinde olmalarını gerekli kılar. Bu arzu, hangi tüketim malı veya hizmet için duyularsa duyulsun, özellikle temel ihtiyaçlar karşılanabildikten sonra – ama zorunlu olarak karşılanabilmeleri koşuluna da bağlı değildir - mal ve deneyimlerin satın alınması için sürekli olarak kendisini hissettirecektir. Bu çerçevede tüketim kültürünün temel bir özelliği de ortaya çıkıyor: Daha fazla tüketim malının talep edilmesi anlamında ihtiyaçlar ilke olarak sınırsız olmalı ve nihai olarak karşılanmamalıdır. Pek çok kültürde, ama özellikle geleneksel toplumların kültürlerinde, ihtiyaçların sınırsız ya da “doyurulamaz” olma olasılığı bile, sosyal ya da ahlaki bir hastalığa işaret ederken, tüketim kültüründe bireylerin sonsuz ihtiyaçlara sahip olabileceği ilkesi, bu kültür içinde yaşayanlar için olağan kabul edilir. Max Weber’in (1989) analizini yaptığı geleneksel köylülerin “tanımlanmış” geçimlikten daha fazlası için çalışanlara tuhaf bakmaları gibi, geleneksel tüketiciler de geleneklerin belirlediği ihtiyaçların ötesinde tüketenleri hor görmüşlerdir. Ancak böyle bir durum, tüketilecek olan mal ve hizmetlerin nicelik ve niteliğinde neredeyse hiç bir sınırın olmadığı, yeni ve farklı şeylerin sonsuz hoşnutsuzluk kalıpları içinde sürekli olarak istendiği modern yaşamda tersine dönmüş görünüyor. Öyle ki, modern tüketici, daha fazla tüketmeyen ve isteklerle, arzularla ilgilenmiyor görüntüsü veren herkese olumsuz bir gözle bakabilecek bir kişiliğe bürünmüş gibidir. Anlaşılacağı üzere, tüketim kültüründe daha fazlası için duyulan arzu ve daha fazla arzunun üretimi anlamında ihtiyaçların sınırsız olması tipik bir durum olarak karşımıza çıkıyor. Kaldı ki, bunun sosyo-ekonomik düzen ve ilerleme için gerekli olduğu kabul edilir. Modern toplumda “iktisadi büyüme” ve bir bütün olarak “ekonominin sağlığı” metalara olan ve aslında farklılaşan ihtiyaçların ortaya koyduğu talebin artışıyla ölçülür hale gelmiştir. Daha açık olarak, ekonomik durgunluk zamanlarında ve verim düştüğünde, tüketici önderliğinde “iyileşme”den söz edilir. Bu genel çerçeve içinde, Bauman’ın dile getirdiği gibi, günümüzde “normatif düzenlemenin yerini yaratılan ihtiyaçlar, ideolojik aşılamanın yerini reklâmcılık almakta, yönlendirme ve baskının yerine ise ayartma kullanılmaktadır” (Yanıklar, 2010, 26). Adorno’ya göre çıkar çevreleri kültür endüstrisini teknolojik terimlerle açıklamayı sever. Onlara göre, milyonlarca insanın işin içinde olması çoğaltma yöntemlerine başvurulmasını zorunlu kılar, bu yöntemler aynı gereksinimlerin sayısız yerde standart ürünlerle giderilmesini kaçınılmaz hale getirmektedir. Adorno, kültür endüstrisinin aldatıcı yanını ön plana çıkararak kültür endüstrisi ürünlerinin metalaşan sanat eserleri olmadığını, pazar için üretilmiş metalar olduğunu vurgulamıştır.

Budan (2008, 6), “Kültür Endüstrisi” terimini iki farklı biçimde açıklanabildiğini belirtmiştir; birincisi, “kültür” ve “endüstri” gibi birbirinden tamamen farklı iki alanı tanımlar görünen iki kavramın birlikte kullanılması şeklindedir. Bu tanım içinde bulunan yapının bütünselliğini öne çıkaran, bütünü oluşturan parçaların hiçbirinin bütünden ve diğer parçalardan soyutlanmış bir biçimde ele alınamayacağı ifade eden bir tanımdır. İkincisi ise, bu kavramın “kitle kültürü” yerine kullanılmasıdır. Burada öne çıkarılmaya çalışılan nokta, “Kültür Endüstrisi” kavramında var olan kültürün oluşmasında kitlelerin sanılandan daha az katkısının olması ve kültürün, bütünün parçalarını kendi içinde bulunmaya, ama bütünün şartlarıyla bulunmaya ikna aracı oluşu gerçeğidir. Kültür Endüstrisi kavramıyla kültür yeniden tanımlanmaktadır. Bu özelliğiyle kavram, bir “kültür eleştirisi” olmaktan çıkıp, tümeli sorgulayan bir “ideoloji eleştirisi” haline gelmiştir. Bu açıdan Kültür Endüstrisi kavramıyla getirilen geç-kapitalizm eleştirisi, Marx’ın Kapital ile getirdiği eleştiriyle karşılaştırılabilmektedir.

5. SONUÇ

Adorno, kültür endüstrisi içinde yüksek sanatın önemini, çeşitli manipülasyonlarla yok edilmekle birlikte, düşük sanatın önemi de isyancı yanına yönelik dayatılan medeni sınırlamalarla yok edilmeye çalışıldığı şekline özetlemiştir. Koluvaçık’ın (2017) da belirttiği üzere, böylelikle kültür endüstrisi milyonlarca kişiyi bilinç ve bilinçaltı düzeyinde yönlendirerek kitleleri birincil değil, ikincil role indirgemıştır. Bireyler hesaplanabilir



nesneler ve bir makineyi meydana getiren tali parçalar konumundadırlar. Bunun da ötesinde kültür endüstrisi içinde özne konumunda olmanın en önemli göstergesi olan tüketici olmak insanları özneleştirmekten çok nesneleştirmektedir.

Koluvaçık (2017, 152), Adorno ve Horkheimer'in kültür endüstrisi ile ilgili çalışmalarında kültürel ürünlerin, kapitalist ilişkiler içinde birer metaya dönüştüğünü ve endüstriyel ürünlerin birer parçası olduklarını belirtirken; özellikle de uzmanlar tarafından standartlaşmış ürünler olarak nitelendirildiğini söylemiştir. Artık kültürel üretimin uzmanlar tarafından yapılması söz konusu olmuştur. Tıpkı bir üretim bandı mantığıyla kültürel üretim yürütülmektedir. Artık kültürel ürünler birer meta konumundadır. Bu bağlamda ideolojik bir işlevi olan kültürel ürünlerin içerik ve söylemleri açısından da masum olmadıkları görülmektedir.

Karşılanaacağı ya da tatmin edileceği vaat edilen ihtiyaçlar, tüketim toplumu kültüründe yalnızca o anlığa ve yapısal geçiciliğe dayalıdır. Dahası, bu kültür içerisinde gerçekleştirilen tüketim çoğu kez temel, biyolojik, gerçek, doğru, belirlenmiş ya da sabit ihtiyaçlara yönelik faydaların tüketimi olmaktan uzak görünmektedir. Bunun sonuçlarından biri, ihtiyaçların sınırsızlaşması ve bireylerin sürekli olarak doyumsuzluk içinde kalmalarıdır. Bu durum, aynı zamanda Baudrillard'ın (2004) yanı sıra Hirsch (1976) ve Scitovsky (1976) gibi teorisyenlerin neden ihtiyaç kavramını kullanmaya istekli olmadıklarını da açıklar. Çünkü tanım olarak ihtiyaç giderilebilirdir ama tüketim kültürünün belirgin bir şekilde var olduğu ve tüketimin idealist bir uygulamaya dönüştürüldüğü bir toplumda, insanların tüketim yoluyla karşılanması gereken belirli ihtiyaçları olduğu düşüncesi yalnızca bir mit olarak karşımıza çıkıyor. Neticede, tüketim kültüründe insanların doyuma ulaşması mümkün değildir ve bu, zaten böyle bir kültürün talep ettiği bir durumdur. Zira "geleneksel mistik özellikli toplumlarda tüketimi tanımlamak amacıyla geliştirilmiş 'bir lokma, bir hurka' veya erken modern dönemdeki 'kıt kaynaklardan hareketle temel ihtiyaçların karşılanması' anlayışı, tüketim toplumunun kesinlikle katlanamadığı ve temellerini her şeyden daha fazla tehdit eden bir mantıktır". Öte yandan, tüketiciyi üretme anlamında tüketme hevesini canlı tutan sosyalleşme süreci ve bu süreçle bağlantısı olan tüketimin idealleştirilmesi olgusuyla birlikte, sürekli olarak yapay ihtiyaçlar yaratabilen ve ortaya konulan bu ihtiyaçlarda da, üretilen malların elden çıkarılmasını sağlamada önemli ölçüde başarılı olan kapitalist toplumlar, bu tür bir tehlikeyi atlattırıyor gibi gözükmektedir. Farklı bir açıdan bakıldığında, tüketim toplumu içinde olup biten şey aslında insan ihtiyaçlarının ön planda olması ya da nihai olarak bu ihtiyaçların karşılanması değil, üretilen malların elden çıkarılması ve onlardan kâr edilmesi temeli üzerine kurulu kapitalist bir sistemin ihtiyaçlarının karşılanmaya çalışılmasıdır. İhtiyaçların toplumsal bir içerik ve işlevleri vardır ancak bunlar çoğunlukla üzerlerinde bireyin neredeyse hiçbir denetiminin olmadığı dışsal güçler (piyasa güçleri, medya, bilim ve uzmanlık vs.) tarafından belirlenirler. Bu nedenle, yaratılan ve farklılaştırılan ihtiyaçlar, bireyin varoluş koşulları tarafından yeniden-üretilen ve sağlamaştırılan kendi ihtiyaçları olmaktan çok, sistemin varoluş koşulları tarafından ortaya konulan ihtiyaçlar olmaktan öteye gitmemektedir. Ve aynı nedenle, modern toplumda hangi ihtiyaçların yaratılması ve tatmin edilmesi gerektiğine karar verme hakkına sahip olan da tüketicinin kendisinden çok sistemin kendisi olacaktır. Bu durumda, ihtiyaçlar ve mallar, özneler ve nesneler arasındaki ilişkiler bireyin kendisini gerçekleştirme diyalektiğinin bir parçası ya da zengin bir bireyselliğin insani gelişimine yönelik bir ilginin değil, üretim ve tüketim çarkının işlerliğinin sağlanması ve daha fazla kârın gerçekleştirilmesi için gerekli görülen kaynağın bir ögesidir (Yanıklar, 2010, 32).

İpşiroğlu'na (2009, 9) göre; yeni bir insanlık anlayışının doğduğu bir çağda yaşıyoruz. 20. yüzyıl sanatı bize topluma karşı sorumluluk duyan, gücünü toplumdan alan oluşturu, yeni ve yapıcı bir düşünmeyi öğretiyor. Endüstri çağının kapısını bu düşünme açıyor. Düşünür, sanatçı, bilim ya da devlet adamı hangi meslekten olursak olalım çağ dışı kalmak istemiyorsak böyle düşünmeyi öğrenmek zorundayız. Endüstrileşmeyi, endüstri çağına yeni girmeye çalışan az gelişmiş ülkelerin pek çoğu gibi sadece bir ekonomik ve teknik olay gibi görmeye alışmamalıyız. Bu olayın ardında yatan düşüncüyü öğrenmedikçe Batı taklitçiliğinden öteye gidilemeyeceğini ve endüstri çağına girme yollarını kendimize kapatacağımızı unutmamalıyız.

KAYNAKÇA

- Adorno, W. Theodor (1991). *The Culture Industry: Selected Essays on Mass Culture*. Londra: Routledge.
Adorno, W. Theodor (2003). Kültür Endüstrisini Yeniden Düşünürken. *Cogito/Adorno Özel Sayısı*. Sayı. 36. İstanbul: Yapı ve Kredi Yayınları.
Adorno, W. Theodor (1999). Popüler Müzik Üzerine (1941). *Toplumbilim Dergisi/Müzik Özel Sayısı*. Sayı.9, s. 69-76.
Batur, Enis (2007). *Modernizmin Serüveni*. İstanbul : Alkım Yayınevi.



- Budan, Nazlı (2008). *Kültür Endüstrisi Çerçevesinde Santral İstanbul Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Erinç, Sıtkı (2004). *Kültür Sanat Sanat Kültür*. İstanbul : Ütopya Yayınevi.
- Girgin, Orçun (2008). *Modernliğin Bu Günü: Modernist, Postmodernist ve Alternatif Yaklaşımlar*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- İpşiroğlu, Nazan, İPŞİROĞLU, Mazhar (2009). *Sanatta Devrim*. İstanbul: Hayalbaz Kitabevi.
- Keser, Nimet (2005). "Kültür", *Sanat Sözlüğü*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Kayıkcı, Murat (2007). Adorno'nun Kültür Endüstrisi Kavramı Üzerine. *Bilim, Eğitim ve Düşünce Dergisi*, Sayı. 2, s. 27-30.
- Koluçak, İhsan (2017). Eleştirel Teorisyenlerin Kültür Endüstrisi Kavramı Çerçevesinde Sanata ve Sinemaya Yaklaşımları. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*. Sayı. 3, s. 135-156.
- Ragon, Michel (2009). *Modern Sanat*. İstanbul: Hayalbaz Kitabevi.
- Rutli, Evren Erman (2011). *Max Horkheimer ve Theodor Adorno'da Eleştirel Teori ve Kültür Endüstrisi Kavramı*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Sönmeyen, Deniz (2012). *Adorno ve Horkheimer'in 'Aydınlanmanın Diyalektiği' Eserinde Kültür Endüstrisi ve İktidar İlişkileri*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Şahindokuyucu, Melek (1997). *Bir Kavram Olarak 'Modernizm' ve Resim Sanatına Etkileri*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu.
- Şark, Uğursal (2004). *Greenberg Modernizmi Sonrası Heykel Tarifleri*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, İzmir.
- Yanıklar, Cengiz (2010). Tüketim Kültürü, Kapitalizm ve İnsan İhtiyaçları Arasındaki İlişki Üzerine Bir Tartışma. *Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, S. 1, s. 25-32.