

Kültür Endüstrisi Kuramında

Medya ve Sanat*

Mukadder Çakır, Aydın

Giriş

Bu çalışmada, Eleştirel Kuram –diğer adıyla Frankfurt Okulu, ilk kuruluş adıyla Sosyal Araştırmalar Enstitüsü- düşünürlerinden Theodor Adorno ve Max Horkheimer’in adını 1947 yılında koydukları, ama aslında 1930’lardan beri geliştirmiş oldukları Kültür Endüstrisi Kuramında Medya ve Sanat konusunun yeri tartışılmaya çalışılacak; bunun için öncelikle kuramın oluşumuna ve içeriğine bakılacak, daha sonra da kuramda medya ve sanat konusunun yer alış biçimi ve içeriği açıklanmaya çalışılacaktır.

Burjuva kültürünün doğrudan özüne yönelik eleştiriler serisini gerçekleştiren Eleştirel Kuram’ın Kültür Endüstrisi kuramında sanat, kültür ve medya konusundaki çözümlemeler, okulun süreci açıklamadaki önemli katkılarının bir bölümünü oluşturmakta, aradan uzun yıllar geçse de, kuram, günümüzdeki pek çok süreci açıklamada hâlâ yaygın biçimde kullanılmaktadır.

* Bu makale, 15-16 Kasım 2007 tarihinde Doğu Üniversitesi’nin İstanbul’da düzenlemiş olduğu “Medyada Sanat ve Estetik” adlı Sempozyumda bildiri olarak sunulan metnin genişletilmiş halidir.

Kültür Endüstrisi Kuramı

Adorno ve Horkheimer sorarlar:
“Doğru bir insanlık durumu yerine,
neden insanlık yeni bir tür barbarlığa batıyor?”¹

19. yüzyılda kısmen ama asıl olarak 20. yüzyıl başlarından itibaren Avrupa ve Amerika’da kitle iletişim araçlarının topluma, kültüre, siyasete etkileri konusunda araştırmalar yapılmaya, bu konu önemli dergilerde ve akademilerde tartışılmaya başlanmıştır.² İletişim alanındaki ilk bilimsel çalışma, Charles H. Cooley’in 1909’da yayınlanan “The Significance of Communication” adlı makalesi olarak kabul edilir. Cooley, makalesinde, zaman zaman iletişimin toplumsal boyutuna değinse de, genelde, bireysel-psikoloji alanı ile sınırlı kalmıştır. 1920’li ve 30’lu yıllarda daha ziyade sosyologlar, toplumsal değişimleri ve toplumu tanımlamak için yöneldikleri kitle iletişim araçları incelemelerinde, kuramsal içerikli çalışmalara başlarlar. Gazeteler, dergiler, bu iletişim araçlarındaki mesajlar, iletişim süreçleri ve tarihsellikler ele almır. Bu sosyologlardan biri olan Edward Sapir, 1931 yılında, oldukça iyimser bir yaklaşımla, iletişimdeki gelişmeler sayesinde, tüm dünyada bir ortaklık ve eşitlik sağlanabileceğini öne sürmüştür. Sonra Robert Park, Walter Lippmann, Harold R. Lasswell, Franklin Fearing, W. W. Charters gibi sosyolog, siyaset bilimci ya da psikoloji kökenli araştırmacılar, akademilerde ya da fonlar yoluyla -Payne Vakfı

¹ Aktaran Göran Therborn, “Frankfurt Okulu” (19-54) Çev. H. Emre Bağçe, H. Emre Bağçe, Der., *Frankfurt Okulu* (Ankara: Doğu Batı Yayınları, 2006) s. 37

² Martin Jay, *Diyalektik İncelem, Frankfurt Okulu Sosyal Araştırmalar Enstitüsü Tarihi (1923-1950)* Çev. Ünsal Oskay (İstanbul: Ara Yayınları, 1989) s.314

fonları- iletişimi, sinemayı ve kitle iletişim araçlarını, bunların etkilerini, sosyal dinamiklerdeki rollerini inceleyip, tanımlama çabasına girerler.^{3 4} Bu araştırmalarda George Simmel etkisi de görülür. Kentsel dönüşüm süreci, bu sürecin kişiliğe, sınırsal duyulara, psikolojiye etkileri, devingenlik, yer-değiştirme, göç ve göçmenler, banliyöler, yayınların kültürel özümleme işlevleri, haber yapısı, basın profesyonelliği, toplumsal propaganda, toplumdaki kültürel düzey, iletişimin sosyal uzlaşma sürecindeki etkinliği, kentsel kişiliğin çift yönlülüğü, toplumsal çözümlerde iletişim araçlarının sorumluluğu, Kamuoyu kavramı, Kitle Toplumunu, Kitle kültürü, bireysellik gibi konu ve kavramlar üzerinde durulmuştur. Bu çalışmaların hiçbiri tek başına yeterli olmamış, araştırmacıların, içinde buldukları disiplinler yaklaşım öne çıkmış ancak yine de İletişim Bilimlerinin oluşum süreci böylece başlamıştır.

1920 ve 30'lu yıllar Sinemanın özellikle Amerika'da hızla kitleselleştiği; dergilerin, çizgi romanların, ucuz romanların kültürü kitlesel ve popüler bir çizgiye doğru hızla çektiği yıllardı. Ticari çıkarlar kitle kültürünü belirlemede, eğlence endüstrisi ise kitle iletişim araçlarını ve toplumu adeta büyüle-

³ Nurçay Türkoğlu, *Toplumsal İletişim, İletişim Bilimlerinden Kültürel Çalışmalara, Tanımlar, Kavramlar, Tartışmalar* (İstanbul: Babil Yayınları, 2004) s. 90-101

⁴ Bu konularda yapılmış çalışmalar konusundaki bazı kaynakçalar için bkz.: Ünsal Oskay, *Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri Kuramsal Bir Yaklaşım* (Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları, 1982); Korkmaz Alemdar-Raşit Kaya, *Kitle İletişiminde Temel Yaklaşımlar* (Ankara: Savaş Yayınları, 1983); Armand ve Michele Mattelart, *İletişim Kuramları Tarihi*, Çev. Melih Zıllıoğlu (İstanbul: İletişim Yayınları, 1998); Denis McQuail – Sven Windhall, *İletişim Modelleri*, Çev. Konca Yumlu, (İstanbul: İmge Kitabevi, 1997); Erol Mutlu, *İletişim Sözlüğü* (Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 2004); Armand Mattelart, *İletişimin Dünyasallaşması*, Çev. Halime Yücel (İstanbul: İletişim Yayınları, 2001); Beybin Kejanhoğlu, "Kitle İletişim Tarih Yazımları Üzerine" (29-41) *Medya ve Kültür I. Ulusal İletişim Sempozyumu Bildirileri* (Ankara, 3-5 Mayıs 2000)

mekte idi.⁵ Üyelerinin tercihi ile daha çok **Eleştirel Kuram** olarak anılan filozoflar yukarıda değindiğimiz kavramlar, konular ve sorunlarla 20'lerden itibaren yakından ilgileniyorlardı. Enstitünün eski üyesi Erich Fromm da bu konudaki çalışmalara belli bir temel ve derinlik kazandırdı. Enstitü üyelerinin yaklaşımlarının diğerlerinden farklılığı, **kitle kültürüne karşı tutucu değil, radikal bir eleştirel yaklaşımı ilk kez başlatmış olmalarıdır**. Bu yaklaşım, siyasal bir nitelik de taşır, çünkü kitlelerin kültürü, "*siyasal totaliteryanizmin serpilip geliştiği sera ya da fidanlıktır*" onlara göre. Bu nedenle "*Kültür ve siyaset arasındaki mekanizmalar, en iyi, soruna psiko-sosyolojik açıdan bakıldığında anlaşılabilir.*" Enstitü hep, örselenmiş çağdaş bireye odaklanıyormuş gibi görünür; bunun nedeni, onların ütopyan alternatifini canlandırmak istemeleri, bunun ise ancak kültürel olarak dışarıklı kalabilen bireyin yaşamında bulunabileceğini düşünmeleridir. Hatta "*Adorno, kendi hayatını, Minima Moralia adlı kitabındaki alt başlıkta, 'zarara uğratılmış/yaralanmış bir hayat' olarak ifade ediyordu.*"⁶

Adorno ve Horkheimer, tartışılmakta olan '**popüler kültür**' ya da '**kitle kültürü**' kavramlarına karşılık olarak, **Kültür Endüstrisi** kavramını ve kuramını benimseyip, geliştirdiler. Çünkü kitle kültürüne ait olduğu kabul edilen ürünlerin kitlelerden ya da halktan kaynaklandığı şeklindeki görüşlere direnmek istiyorlardı. Sanata ve medyaya yönelik yaklaşımlarının kökenleri, Adorno'nun müzik üzerine olan ilk yazılarında görülür ama

30'lara dek Kültür Endüstrisi kuramı oluşmamıştır. ABD'ye göç ettikten sonra ise iletişim araçlarının ne denli güçlü bir siyasal ve kültürel oluşum araçları olduğunu, sanatı etkilediklerini bizzat gözlemlene şansına ulaşmışlardır. Kültür endüstrisi onlara göre toplumsal denetim aracı ve yukardan dayatılan, yö-

⁵ Douglas Kellner, "Kültür Endüstrileri" (233-239) Çev. Erol Mutlu, Erol Mutlu, Der., *Kitle İletişim Kuramları* (Ankara: Ütopya Yayınları, 2005) s. 234

⁶ Jay, s. 315 ve 484'deki 232 nolu dipnot.

netilen bir kültürdü. Geleneksel kültürün tersine, insanileştirme ve özgürleştirme değil, ideolojik bir tahakküm biçimi olarak işlev görüyordu.⁷ Kitle kültürü deneyimleri, gerçek estetik deneyimlerden ayrılmalı; eğlence, zevk gibi kavramların, sanatta gerçekleşenden tümüyle farklı olduğu belirtilmeliydi. Çünkü lüks tüketim maddeleri kitlesel olarak üretilerek ucuzlamış, bu da sanatsal-metaların karakterini önemli oranda değiştirmişti.⁸

Adorno ve Horkheimer, Kültür Endüstrisi kuramının adını 1947 yılında **ilk kez Aydınlanmanın Diyalektiği** adlı kitaplarında kullanmış olsalar da, aslında bu konu 1930'lardan ölene dek, temel ilgi alanları durumundaydı.⁹ Adorno 1938 yılında yazdığı "*Müziğin Fetiş Niteliği ve Dinlemenin Geriliği*" adlı makalesinde kuramın temel öğelerini belirtmişti. Ama Aydınlanmanın Diyalektiği, onun Horkheimer ile birlikte ilk kez felsefi ve tarihsel bağlamda Kültür Endüstrisini açıkladıkları eserleriydi.¹⁰ Adorno süreci çözümleyebilmek için, üretici ile tüketici arasındaki dolayımlayıcı bağ olan yeniden-üretim tarihsel diyalektiğini inceledi.¹¹ Çünkü Benjamin'in dediği gibi, "kitle-sel yeniden-üretim, kitlelerin yeniden-üretimi özellikle uygun düşmekte idi."¹²

Horkheimer'a göre sorun, aslında, üretimin kendisi değil, biçimi, yani, sanayi toplumunun özgül çerçevesi içinde insanlar arası ilişkilerdir. Bireyin düşünme biçiminin sorumlusu, bireyin kendisi değil, "nesnel zihin" ve onun yapısı ve içeriği, toplumsal hayatın her alanına işlemiş olan anlayıştır. İnsanların kültür

⁷ Kellner, s. 234-235

⁸ Besim Dellaloğlu, *Frankfurt Okulunda Sanat ve Toplum* (İstanbul: Bağlam Yayınları, 2001) s. 100

⁹ Beybin Kejanlıoğlu, *İletişim ve Medya, Frankfurt Okulunun Eleştirel Bir Uğrağı* (Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 2005) s. 69 ve 184

¹⁰ Jeremy Bernstein, "Sunuş" (9-43) Theodor Adorno, *Kültür Endüstrisi, Kültür Yönetimi*, Çev. Nihat Ülner, Mustafa Tüzel, Elçin Gen (İstanbul: İletişim Yayınları, 2007) s. 13

¹¹ Jay, s. 267

¹² Walter Benjamin, *Pasajlar*, Çev. Ahmet Cemal (İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 1993) s. 76'da 36 nolu dipnot

endüstrisi organlarından aldıkları hazır düşünce ve davranış kalıpları, ikinci adımda, sanki insanların kendi düşünceleriymiş gibi kültürü etkilemekte, güçlendirmektedir. Çağımızda nesnel-zihin, endüstriye, teknolojiye ve ulusallığa tapmaktadır. Üstelik bu kategorilere anlam verebilecek bir ilkeye de sahip değildir.¹³

Bugünkü piyasada üretici ve tüketici ihtiyaçları büyük oranda önceden hesaplanmakta, istatistiklerde saptanmakta ve endüstri, teknoloji ve siyaset mühendislerince denetim altında tutulmakta, ekonomi ve siyaset liderlerinin politikalarına bağlı olarak ya doyurulmakta ya da yadsınmaktadır. Modern endüstrilerde ekonomik ve kültürel süreçlerin sonunda bireysel düşünce ve direncin parçalanması, insanca bir hayata doğru evrimi oldukça zorlaştırmaktadır.¹⁴

Adorno'nun önemle vurguladığına göre kültür endüstrisinin insanlara benimsettiği "düzen kavramları her zaman statükonun kavramlarıdır." Bu ortamda artık özgürlükten söz edilemez. Asıl olarak ilân ettiği ise şudur: "Zaten varolana uyum sağlayacaksın ve herkesin zaten onun erki ve heryerdeliğinin bir yansıması olduğunu düşündüğü şeye uyum sağlayacaksın. Kültür endüstrisinin ideolojisinin gücü, bilincin yerini uyumluluğun almasıdır."¹⁵

Kültür Endüstrisi kuramındaki '**Endüstri**' kelimesi, **düz anlamı ile ele alınmamalıdır**. Bu, ürünün standartlaşmasını ve dağıtım tekniklerinin rasyonelleşmesini ifade eder; sadece üretim sürecini değil.¹⁶ Ortada bir ürün olmasa bile, çalışma yaşamının işleyiş biçimi de kastedilir. Yani, sosyolojik bir derinliği ve anlamı vardır endüstri kavramının. Kültürden söz etmek, bu

¹³ Max Horkheimer, *Akal Tutulması*, Çev. Orhan Koçak (İstanbul: Metis Yayınları, 1990) s. 162-163

¹⁴ Horkheimer, s. 164

¹⁵ Theodor Adorno, "Kültür Endüstrisini Yeniden Düşünmek" (240-249) Çev. Erol Mutlu, Erol Mutlu, Der., *Kitle İletişim Kuramları* (Ankara: Ütopya Yayınları, 2005) s. 246-247

¹⁶ Adorno, (2005) s. 246 ve 242

süreçte, paradoksal bir biçimde kültüre karşıtlık oluşturur. Çünkü kültür burada ‘ürün’ durumundadır ve bir iş alanıdır. Tüketilecek, reklâmı yapılacak ve bunlar için de yönetilecek, denetlenecek bir iş alanıdır.¹⁷ Burada kültür, yeniden tanımlanmış olur. Kendiliğindenliği oldukça azalmış, plânlı, üretilebilen, tasarlanır hale gelmiş, ürün karakteri ağır basan, genelde kuşatılı, özerkliği elinden alınmış ve belirli bir oluşum. Bu tanımlama ile Eleştirel Kuram asıl olarak kültürü böylesine üreten ideolojiyi sorgulamış olur.

Kültür endüstrisi kuramı ne sadece bir Kültür kuramı, ne de sadece bir Endüstri teorisidir. Yaşamın ticarileşmesiyle bağlantılıdır. Kültür endüstrisinin anlamının içine film, radyo ve dergiler, kentlerdeki sergi sarayları, büyük şirket binaları, konutlar, gündelik yaşam unsurları gibi “kültür” tanımı içine girecek pek çok şey ve “uluslar arası sermayenin her şeyi tanımlama gücü girmektedir. Genel ile özel’in yanıltıcı bir özdeşliği, kitle kültürünün özdeşliği söz konusudur.”¹⁸

Kültür endüstrisinde ilerleme denilen şey, “ebedi bir aynılıktır.” Ancak kâr faktörü, ana yapıyı gizler.

“Kültür endüstrisinin ideolojisi, her şeyden önce bireyselci sanatın ve bu sanatın tecimsel kullanımından ödünç alınan yıldız sisteminden yararlanır. İletişim ve içerik yöntemleri ne kadar insanilikten uzaklaşırsa, kültür endüstrisi büyük kişilikleri o denli başarıyla ve çalışkanlıkla üretir.”¹⁹

Benjamin’deki “aura” kavramına açıktan karşı çıkmaz ama daha ziyade, “çürümekte olan aurayı puslu bir belirsizlik olarak korur. Bu sayede, kendi ideolojik istismarını ele verir.”²⁰

Eleştirel kuramcılara göre, kültür endüstrisinin zaferi, ikili bir yan taşır.

¹⁷ Horkheimer-Adorno, Aktaran Kejanlıoğlu, s. 185

¹⁸ Max Horkheimer- Adorno, *Aydınlanmanın Diyalektiği*, Cilt 2, Çev: Oğuz Özügöl (İstanbul: Kabalcı Yayınları, 1996) s. 185

¹⁹ Adorno (2005) s. 242-243

²⁰ A.g.e., s. 244

“Dışarda hakikat diye yok ettiğini, içerde yalan olarak istediği gibi yeniden üretebilir. Bu şekilde ‘yüzeysel sanat’, yani eğlence bir yozlaşma biçimi değildir. Yeni olan, kültür, sanat ve eğlencenin uzlaşmaz öğelerini amaca bağımlı kılarak tek ve yanlış bir formüle bağlamaktır: Kültür endüstrisinin topyekünlüğüne. Böylece kültür endüstrisi bir eğlence kurumu olarak kalmaktadır.”²¹

Etkisini eğlence aracılığı ile dolayımaktadır. “Dolaysız yalın bir dikta vasıtasıyla değil.” Eğlence, geç kapitalizmde, çalışma hayatının uzatılmasıdır. Mekanik çalışma sürecinden kaçmak isteyenlerce daha fazla aranır. Bu nedenle eğlence metalarının fabrikasyon üretimi, ayrıntıları ile belirlenir. İçerik ise, sözde ve soluk olarak varlığını sürdürebilir. Çalışma sürecinden kaçmak, ancak, boş zamanlarda bu sürece uyum sağlamakla mümkün olur.²² Kültür endüstrisi bir refah duygusu yaratır, yedek tatmin biçimleri hazırlar ve böylece oluşan mutlulukla aldatıcılığını sürdürür. Bu aldatma, kitlesel boyutlara ulaştığında, bilinci ketleme aracına dönüşür.²³

Kendi adına kararlar alan, yorumda bulunan, bireysel olarak özerk davranan bireyleri, kültür endüstrisi sevmez ve bu yoldaki gelişimleri engeller. Önce bireyleri kitleselleştirmek, sonra da onlara tepeden bakarak hor görmek ve özgürleşmelerini engellemek ister.²⁴

Kültür endüstrisi, eski ve bildik olanı yeni bir nitelik şeklinde kaynaştırır. Bu endüstrideki ürünler, tüketilmeleri için az çok bir plâna göre üretilirler. Tek tek dalları birbirine benzer ya da birbiri ile uyumludur. Modern teknik olanaklar, yönetsel ve ekonomik uygulamalar sayesinde kendisini kusursuzcasına düzenler. Öncelikle, tüketicileri kitleselleştirir, yüksek ve alçak sanat alanlarını bir arada bulunmaya zorlar, böylece yüksek sanatın ciddiyetini yıkarken, aşağı sanatın da isyankâr direnişini

²¹ Horkheimer-Adorno, s. 24-25

²² A.g.e., s. 25-27

²³ Adorno (2005) s. 249

²⁴ Adorno (2005) s. 249

yıkar. Kitleler bu endüstri için birincil değil, ikincil düzeydedir. Hesap-kitap nesnesidirler. Özne değil nesne konumundadırlar. Kitle iletişim araçlarının vurguladığının tersine, ne kitlelerdir önemli olan, ne de iletişim teknikleridir. Kitlelerin zihnini çoğaltmak ve pekiştirmek için kötüye kullanır. Ürünlerin oluşumunu asıl olarak, gerçekleşme ve değer-ilkesi yönlendirir. Kazanç-kâr elemanı, ürünlere tüm çıplaklığıyla yansıtılır. Hesaplanmış, çok net, çok açık, doğrudan ve kesin olarak işletir süreci.²⁵ Kimsenin kaçamadığı, farkların azaltıldığı, halkın ihtiyaçlarının seri olarak bir hiyerarşiyle karşılandığı, düzeylerin belirlendiği süreçte herkes, kendi düzeyine uygun ürünlere yönelir. Tüketiciler birer istatistik malzemesi olarak, araştırma alanlarının haritalarında gelir düzeylerine göre sınıflandırılıp, yerlerini alırlar.²⁶ Toplumların uyku dışındaki zamanları ayrıntılı olarak düzenlendiği için gerçek bir kaçış çok zordur. Belki uyumak ya da delilikle bu mümkün olabilir. “Ya da, bir tür körleme ile, sessizlikle, edilginleşmeyle olabilir.” Boş zamanlar da, aynı çalışma hayatı gibi benzer mekanizmalarla düzenlenmektedir.²⁷

Özgün olan, sanayinin çelik, petrol, elektrik, kimya gibi en büyük ve güçlü sektörlerinin amaçlarıdır. “Kültür tekelleri bunlarla karşılaştırıldığında güçsüz ve bağımlıdır.” Gerçek iktidar sahiplerini memnun etmeye çalışırlar. “En güçlü yayın şirketlerinin elektronik sanayiine ya da sinema şirketlerinin bankalara bağımlılığı, her şubesi ekonomik yönden birbiri içine geçmiş bu alanın bütünü niteler.” Yönetimin başında bulunanlar, kendi listelerine, tüketici kavramlarına uymayanı üretmeme kararlılığına gayet açık şekilde sahiptir. Ürünler arasındaki her türden fiyat, içerik, düzey farklılıkları, tüketicilerin sınıflandırılması ve tescil edilmiş olması ile ilgili bir durumdur.

²⁵ A.g.e., s. 240-241

²⁶ Horkheimer, s. 10 ve 11

²⁷ Horkheimer, Aktaran Jay, s. 309

Konu farklılığı ile ilgisi yoktur.²⁸ “Denetimi elinde tutanlar, hem direktif verenleri hem de iktidara sahip olanları içerir. İktisadi anlamda, bunlar yatırım için sürekli yeni fırsatlar arayışı içindedirler.”²⁹

Kültür endüstrisi hiçbir şey üretmediğinde bile, büro işlerinin rasyonelleştirilmesine benzer şekilde, endüstriyel ilişki biçimlerini canlandırır. Bu nedenle sosyolojik anlamda da endüstriyeldir. Kaçınılmaz olarak, çok sayıda yanlış yatırım yapar; eski teknolojiye dayalı dalları bunalıma girer.³⁰ Çok açıktır ki, kültür endüstrisinin dinamiği, piyasadır. En çok satış, en hızlı ve en çok kâr elde etmek, kültüre de damgasını vuran temel güdüdür. Böylece verili değerlerin, sıradan anlayışların dışına çıkamaz. Yani “gerçek sanatın ‘varolandan başkayı görme, gördürebilme yetisinden oluşan olmazsa olmaz yönü kültür yapıtından giderek silinir. ... Bir yapıt diğerinden ayırt edilemez hale gelir.”³¹

Kültür endüstrisinde kullanılan teknolojik rasyonellik tahakkümün rasyonelitesidir. Süreçte standartlaşma, homojenleştirme, kitlesel üretim sağlama, takliti mutlak hale getirme, temel unsurlardır. Böylece aklın, basit yeniden-üretim süreci denetlenmiş olur. Rasyonelleşme kavramı ile kastedilen şudur: “Fabrika, ordu, bürokrasi, okul ve kültür endüstrisi gibi kurumlar tarafından geliştirilen, daima etkili ve sonuç verici örgütsel teknikler vasıtasıyla toplumsal yaşamın bütün alanlarına yayılan yönetsel ve siyasal tahakküm.” Burada söz konusu olan şey, doğaya tahakküm ve insanlar arası ilişkinin denetimi ve içsel doğanın yönlendirilmesidir.³²

Adorno'nun belirttiğine göre gerçek kültür kendisini insan-

²⁸ Horheimer-Adorno, s. 10

²⁹ Adorno (2005) s. 241

³⁰ A.g.e., s. 243

³¹ Dellaloğlu, s. 99

³² Seyla Benhabip, “Modernlik ve Eleştirel Kuramın Çıkmazları” (83-110) Çev. Salih Akkanat, H. Emre Bağce, Der., Frankfurt Okulu (Ankara: Doğu Batı Yayınları, 2006) s. 87

lara uyumlamaz. Tam tersine, o ilişkilere karşı bir protestoyu dile getirir. Kültür, egemen ilişkilere benzedikçe ve tümleşik hale geldikçe, insanlar daha çok aşağılanırlar. Kültür endüstrisine üretilen ürünler “artık aynı zamanda meta da değildir; sadece ama sadece metadırlar.” Bu ilişki biçimi öylesine yaygınlaşır ve içselleşir ki, bu endüstride firmalar ya da ürünler önemini kaybederken, halkla ilişkiler ağır basar.³³

Ortaya eleştirel-olmayan bir mutabakat, **halkla ilişkiler ve reklâmlar çıkar**. Hatta her bir ürün, kültür endüstrisinin reklâmı haline gelir. Çünkü reklâm kültür endüstrisinin yaşam iksidir. Rekabet toplumunda reklâm müşterinin yolunu bulmasını sağlar, pek çok hizmet görürdü; ama geç dönem kapitalizmde “*sistemin egemenliği reklâmın ardına gizlenir.*” Reklâm bugün kültür endüstrisinin dilsel özelliğine, üslûbuna girmiş bulunmaktadır. “Elde ettiği zafer eksiksizdir.” Reklâm onun ana-dilidir.³⁴

Örneğin radyoda çalan bir Toscanini müziği satılık değil gibi algılanır ama onun reklâmı dolaylıdır.

“Aldanış, dolaylı şekilde tüm birleşmiş otomobil ve sabun fabrikatörlerinin kazancı üzerinden gerçekleşir. ... Chesterfield ulusun sadece sigarası, radyo ise tercümanıdır. ... Amerika’da halktan radyo için harç alınmaz. Bu yüzden, radyo, faşizm için biçilmiş kaftan olan ilgisiz, partiler üstü bir aldatıcı otorite biçimini alır.”³⁵

Kültür endüstrileri, kültürü, reklâmı, kitle iletişimini ve yeni toplumsal denetim biçimlerini, topluma rıza üretimde kullanan kapitalist modernleşme sürecinin merkezi olarak görürler.³⁶ Bu rıza üretimini yaygınlaştırmak için kitle iletişim araçları, gerçekten de eskiye oranla hayli çeşitlenmiştir ama bu kuşku yaratmayacak, açık bir kazanım değildir. 50’lerin sonunda bilincin

³³ Adorno (2005) s. 242

³⁴ Adorno (2005) s. 242 ve Horkheimer-Adorno, s. 56-57

³⁵ Horkheimer-Adorno, s. 52-53

³⁶ Kellner, s. 235

homojenleştirilmesinin, sermayenin verimliliğini olumsuz etkilediği anlaşılmış, yeni metalar ve yeni ihtiyaçlar yaratılması gerekli olmuş, bunu beslemek için de, eskiden yok edilen negatif unsurlar bile, yeniden kabul edilmeye başlanmıştır. Yenilik kültürü sermaye büyümesine geri dönmüş, ancak bu, özgürleştirici ve dönüştürücü olmamıştır. Tersine, sermaye, kültür endüstrisi aracılığı ile, sürekli yeni, farklı, alternatif olanı, yani yadsımanın dinamiklerini kendi bünyesinde eritir olmuştur.³⁷

Kültür endüstrisi kuramı, Fromm, Löwenthal, Marcuse ve Habermas'ın çözümlenmelerinde de temel bir öneme sahiptir.

Herbert Marcuse, *Eros ve Uygarlık* adlı kitabında Kültür endüstrisi kuramını kullanarak, medyanın güçlenişine ve ailenin çöküşüne dikkat çeker. Buna göre, medya yoluyla okul öncesi dönemde uyum ve isyan modelleri oluşturulur. Modelden sapmalar, aile dışında cezalandırılır. Medyada çalışan uzmanlar, uyulacak değerleri iletir ve verimlilik, sağlamlık, kişilik, düş, sevd gibi konularda eğitim sunarlar. Aile etkisi giderek azalırken, medya toplumsallaşmanın başat etkenine dönüşür. "Sonuç bireysel özerkliğin çöküşü ve zihinle içgüdülerin kitle iletişim tarafından manipülasyonudur."³⁸ *Tek Boyutlu İnsan* adlı kitabında da Marcuse, medyaya, ileri kapitalizmin yeniden-üretiminde yapay gereksinimleri ve tek boyutlu düşünce ve davranışı üreten yeni toplumsal denetim biçimleri olarak önemli bir rol atfeder.³⁹

Özellikle sanat ve sanatçının, yetenek sahibinin yolunun açık olduğu kültür endüstrisinin bu alanda ne tür süreçleri yarattığına bakmaya çalışalım:

Kültür Endüstrisi Kuramında Medya ve Sanat

Kültür endüstrisi kuramında Medya ve Sanatın önemleri büyüktür çünkü özellikle Adorno, bireyi varolan egemenlikten

³⁷ Bernstein, s. 37

³⁸ Aktaran Kellner, s. 238

³⁹ A.g.e., s. 238

kurtaracak umudu, olabileceğın dokunuşlarıyla verili gerçekliğı karşılayan özgün sanatçının yapıtında görür. “Özgün sanat buna göre yıkıcı bir gizilgüce sahiptir.” Ve üstün bir biliş formudur.⁴⁰ 20. yüzyıldan önceki dönemlerde toplumun meta karakterini yadsıyan gerçek sanat eserleri aslında birer metadırlar. 18. yüzyıla kadar sanatçılar, sipariş verene bağımlıydılar. Günümüzde ise önemli sanat eserlerinde bile görülen anlamsızlık, kültür endüstrisinin bağılı olduğı piyasanın anonimliğinden beslenmektedir. Sanat kendini meta ekonomisinin koşullarına bağılı olarak, ancak piyasa üzerinden kabul ettirebilir. Burjuva tarihi boyunca, sanatçının bağımsızlığı, bir yalan momenti olarak işlenmiş, sonuçta sanatın toplumsal yönden yok edilmesi süreci başlamıştır. Yaşadığı çağda Beethoven hem piyasa kavramına karşı eserler vermekte, hem de eserlerine değer biçilirken sıkı bir işadamaı tavrını sergileyebilmektedir. Yani bağımsızlığa düşkünlük ve piyasa karşıtlığı aynı sanatçıda bir arada bulunabilmekte, çelişki kendi üretiminin bilincine katılabilmektedir. Oysa bugünkü kültür endüstrisi içinde bu eleştirelilik ve direniş biçimi, son derece zorlaşmış bulunmaktadır.⁴¹ Çünkü en büyük sorun, sanat yapıtlarının üretildikten sonra metalaşması değil, en baştan zaten pazar için üretilmiş metalar olmalarındadır.⁴²

Adorno’ya göre bugünkü popüler kültürün arketipleri, 17-18. yüzyıl İngiliz romanlarındadır. Önemli oranda değişmiş olsa da, “Roman ve dans müziğı gibi belli biçimlerle sınırlı olmayıp, bütün sanat biçimlerinin ve medyanın bir sisteme dönüşmesi; caz ve dedektif romanları gibi yüzeyde birbirinden çok farklı gibi görünen biçimlerin şaşırtıcı bir koşutluk içinde olması” durumu söz konusudur. Hemen hemen hiç kimse sürecin dışında kalmaz. Eserlerin işleniş biçimlerinde kalıplar standartlaşmış, gerilimlerin sonucu baştan belli olmuş, okur-seyirci güvenli bir zeminde tutulmuş; bir anlamda çocuksu korunma güdüsü canlı

⁴⁰ Tom Bottomere, *Frankfurt Okulu*, Çev. Ahmet Çiğdem (Ankara: Vadi Yayınları, 1997) s. 50

⁴¹ Horkheimer-Adorno, s. 51

⁴² Dellaloğlu, s. 97

tutulmaya çalışılmıştır.⁴³ Zaten Amerikan film yapımcıları, filmlerin 11 yaşındaki çocukların algılama düzeyini göz önüne alması gerektiğini söylerler. Bu bir rastlantı değildir. Böylece yetişkinleri de 11 yaş düzeyine getirmek isterler.⁴⁴

Horkheimer'in açıkladığı gibi kültür endüstrisindeki yenden-üretim, gerçek sanatla hiçbir ilgisi yoktur çünkü sanat "gerçekliği betimlerken aynı zamanda da yargılar." Kültür endüstrisi ise bayatlamış kültürel değerlerden beslenirken, varolan dünyaya övgüler düzer. "Sinema, radyo, popüler biyografiler ve romanlar hep aynı nakaratı tekrarlar: Biz buyuz, payımıza düşen bu; geçmişin ve geleceğin büyükleri bundan farklı değildi."⁴⁵

Yetenekler, kültür endüstrisi içindeki işletmelere aittir, üstelik işletme onları takdim etmeden önce. Tersine olsaydı, yetenek sahipleri bu denli büyük bir çabayla uyum sağlamaya çalışmazlardı. Kültür endüstrisi içinde kullanılan her bir sanat dalı, kendinden farklı diğer sanat dalları gibi, aynı reçeteye göre hareket eder. Örneğin Beethoven'in bir eserinin biçimsizleştirilerek uyarlanması gibi, Tolstoy'un bir romanı da sinemaya benzer tarzda biçimsizce uyarlanabilir. Kültür endüstrisinin tekniği, sanat eserinin mantığını toplumsal sistemin mantığından ayıran şeyi yok etmiştir. Bireysel bilincin dış etmenleri denetleme şansı çok azalmış, kitle iletişim araçlarının kullanım biçimi, "herkesi demokratik bir dinleyici haline getirmiştir." Çünkü bu süreçteki teknik rasyonellik egemenliğin rasyonelliği olup, "yabancılaşmış toplumun cebri niteliğidir."⁴⁶

Adorno'nun sözünü ettiği gibi:

"Kültür Endüstrisindeki teknik kavramı sanat yapıtlarındaki teknikle sadece isim olarak özdeşdir: Sanat yapıtlarında teknik, nesnenin kendisinin iç mantığıyla, içsel örgütlenişiyle ilgilidir. Tersine, kültür endüstrisinin tekniği, daha en başından, dağıtım ve mekanik yeniden-üretim tekniğidir, dolayısıyla da her zaman nesnesinin dışında kalır."⁴⁷

⁴³ Kejanhoğlu, s. 194

⁴⁴ Adorno (2005) s. 248

⁴⁵ Horkheimer, s. 155

⁴⁶ Horkheimer-Adorno, s. 9

⁴⁷ Adorno (2005) s. 243

Kültür endüstrisi, nesnede için bulunan sanatsal bütüne karşı, herhangi bir sorumluluk taşımadan, hatta estetik özerkliğinin gerektirdiği biçim yasalarına da aldırmadan, sanat-dışı tekniklere dayanarak asalak biçimde varlığını sürdürür.⁴⁸

Müzikte biçimsel bütün bilinci, resimde kompozisyon, romanda mimari yok olup gitmiş, kültür endüstrisi topyekûnlük vasıtasıyla bunlara son vermiştir. Bütün ile ayrıntı, aynı özellikleri taşımaya başlar; ikisinin uyumlu oluşları baştan güveneye alınır; böylece büyük çabalarla oluşturulan görkemli burjuva sanat eserlerindeki uyum, alaya alınır.⁴⁹

Adorno, 1952-53 yılında 34 televizyon drama programının analizini yapmış, bu analizde şu kavramları öne çıkarmıştır: ‘çok katlı yapı, zaten bilinen ve beklentileri karşılayan türsel kalıp ve stereotipleştirmeler.’ “Yüzeydeki içerik, açık mesaj ve onun gizli anlamı arasındaki fark oldukça keskindir; bu çok katlılık, televizyonun malzemesini özerk sanattan ayıran yönlerden de biridir. Çünkü özerk sanatta bu katlar ya da düzeyler birbiriyle kaynaşmış durumdadır.”⁵⁰

Adorno, 1952’de ABD’de yazdığı “Televizyona Giriş” adlı makalesinde, toplumsal, teknolojik ve estetik boyutlarıyla ve diğer medyayla ilişkisi içinde televizyonu değerlendirir. Televizyonda “görüntü-yazmanın sözcük hazinesi, stereotiplerden oluşur.” Bunlar, çok az bir zamanda birçok materyalin kullanılması eğilimi ile teknolojik gerekliliklere bağlanır. “Oysa sanat da stereotiplerle işler.” Örneğin Komedi, stilize tipleri üretir. Ama insanları televizyon gibi kalıba sokmaya çalışmaz. Zaten yaratılan tipler gerçek hayata o denli uzaktır ki, kimse onu taklide yeltenmez, kendi deneyimlerini o kalıpla anlamlandırmaz.⁵¹

⁴⁷ Adorno (2005) s. 243

⁴⁸ A.g.e., s. 243

⁴⁹ Horkheimer-Adorno, s. 14

⁵⁰ Adorno, Aktaran Kejanlıoğlu, s. 195

⁵¹ Adorno, a.g.e., s. 191, 193

Adorno "*İdeoloji Olarak Televizyon*" ve "Televizyona Nasıl Bakmalı" adlı makalelerinde, televizyon anlatısına, anlatının yapısına eğilir. Sanatçı, sadece yapının iç tutarlılığıyla ilgilenmez, seyircileri nasıl etkilediğini de düşünür. Tiyatroda bu en uç düzeyde yaşanır. Sanatın özerk ve ticari olarak bölünmesi, büyük oranda ticarileşmesi ile ilgilidir. Sanat için Sanat sloganı, Paris'te 19. yüzyılda tesadüfen ortaya çıkmamış, edebiyat'ın bir iş alanına dönüştüğü döneme denk gelmiştir. Hatta bu slogan, ticarileşmesinin getirdiği sansasyonelliğin izlerini taşır. Herkes bir kültür tüketicisine dönüşmüş, içsel çatışmalar klişe tipi karakterleştirmelere evrilmiş, "popüler kültürün açık naifliğinin yerini, günü yakalama, hızlı tüketimde izleyicilerin beklentilerini karşılama almıştır." "Modern kitle kültürünün lâneti" orta sınıfın pek değişmeyen ideolojisi ile tüketicilerin tamamen değişmiş yaşantıları arasındaki uçurum olmuştur.

"Bu, muhtemelen, modern popüler sanatın açık ve 'gizli' mesajları arasındaki uçurumun da nedenidir." Adorno'ya göre "Televizyonun gizli mesajının etkisinin televizyon dramalarını denetleyen, tasarlayan, yazan ve çekenler tarafından bilindiğini ya da dramaların özelliklerinin karar verici konumdakilerin olası bilinçdışı yansımaları olduğunu varsaymak anlamlı değildir."

Adorno bu tür bir varsayımın yanıltıcı olacağını, bu nedenle asıl olarak "üretim, ürün ve tüketim arasındaki kopuşu ifadenin" önemli olduğunu vurgular. Bu kopuş, ekip çalışmaları, zaman sınırlılıkları, kurallar ve kalıplar yüzünden daha belirginleşir ona göre.⁵²

"Estetiksel barbarlık bugün, kültür halinde bir araya getirilmelerinden ve tarafsızlaştırılmalarından bu yana manevi yapıları tehdit etmektedir. Kültürden söz etmek, kültüre karşı olmaktır." Homojen-kültür kavramı gerçekleşmektedir en çok. Sanatçılar "Bir zamanlar, tıpkı Kant ve Hume gibi, mektuplarını 'değersiz hizmetkârınız' diye imzalıyorlardı ama taht ile sunağın temellerini sarsıyorlardı. Bugün ise, hükümetin başındaki-

⁵² Adorno, a.g.e., s. 194, 195, 196, 197

lere önadlarıyla hitap ediyorlar ama her çeşit sanatsal hareketle birlikte eğitimsiz patronlarının kararlarına boyun eğiyorlar.” Boyun eğmeyenler birer “yabancı” olarak dışlanırken, ekonomik-acizlikle cezalandırılıp, yetersizlikle de suçlanabiliyor.⁵³

Kültür Endüstrisi sistemi, ilk olarak liberal sanayi ülkelerinde doğmuştur çünkü bu ülkelerdeki tipik kitle iletişim araçları, özellikle sinema, radyo, televizyon, caz ve dergiler, oldukça etkilidir. Bu endüstriyel kuruluşlarda, “sürekli ve hissedilir bir tehdit altında estetik uzmanı olarak ilk defa iş yaşamına uyma mecburiyeti, sanatçıya tamamen gem vurmıştır.” “Yüksek ücretli yıldızlar, ünlü şirketlere ait anonim metaların reklâm resimlerine benzemektedirler.” Eleştirel yaklaşıma da mümkün olduğunca uzak durulur. Yalnız pop şarkıları, yıldızlar, pembe diziler değil, oyunların içerikleri de, değişmeden sürüp gitmekte, sözde-değişenler bile, bu değişmezliklerden türetilmektedir.⁵⁴

Adorno’ya göre günümüz kültür endüstrisi içinde örneğin müziğin fetişleşme süreci neredeyse tamamlanmıştır çünkü müzik kapitalist ethos’un istilasına uğramıştır. Üretim aşamasında kompozisyonlardan çok aranjmanlara önem verilmesi, çok sık renklendirme efektlerinin kullanılması, eski dönem müziksel üslupların nostaljik bir tutumla hep yeniden canlandırılması yaşanmaktadır. Alımlama düzeyinde starlar üzerinden vurguda bulunulması, birkaç ismin çalgılarının -Stradivarius gibi- kült nesnelere dönüştürülmesi, müziğin kendisinden çok, görsel unsurların ön plâna çıkarılması, tuhaf dinleme pratikleri ve tepkilerinin ortaya çıkışı, fetişleştirmenin farklı görünümleridir. Yani sanatı algılama yeteneklerinin de dejenerasyonu söz konusudur. Duyma, algılama yeteneği fizyolojik olarak değil, psikolojik olarak gerilemiş, ilkelleşmiştir. Bu gerileme, bir önceki döneme gerileme değil, “Daha çok, dinleyici kişinin yeni olan her şeyden ürküntü duyduğu; ne verilirse onu almaktan başkasına gü-

⁵³ Horkheimer-Adorno, s. 20-22

⁵⁴ A.g.e., 21, 22, 49, 12

cünün yetmediği bebeklik dönemine, çocuklaştırmacı döneme gerileme”dir.⁵⁵

Günümüzün dünyası “yönetilen” ve “rasyonalize” bir dünya olup çıkmış, bu nedenle 19. yüzyıl sanatçısındaki ruh, aranır, özlenir olmuştur. “Organik olan, mekanik olandan, kişilik sahibi olma, anonim bir kimlik içinde kalmaktan; içsellik, boş olmaktan aşağı sayılmaktadır.”⁵⁶

Moda stillerin ev içlerine nüfuz etmesi, müziğin yaygınlığı, ürünlerin reklâm imgelerinin doğrudan uzantısı haline gelmeleri gibi gelişmelerle birlikte kültür endüstrisi gündelik hayatın içinde daha çok yer alır olmuş, giderek, toplumsal gerçeklik de bunlarla birlikte daha fazla estetize edilir olmuştur. Bernstein’e Bernstein’e göre postmodern evrede bulunan kültür endüstrisi, sanat ile hayat arasındaki farkın ortadan kalkmasına da neden olmuştur.⁵⁷

Türkiye - İstanbul’da Kültür Endüstrisi

Günümüz Türkiye’inde bu tabloya bir hayli benzeyen görünümler yaşanmaktadır. Eleştirel Kuram’ın, özellikle Adorno, Horkheimer ve Marcuse’nin kitaplarının son yıllarda yeniden basılmasının nedeni, olasılıkla budur. Yeni yayınlanmış bulunan Adorno’nun “*Kültür Endüstrisi*” adlı kitabıyla ilgili olarak yazan Beral Madra’nın cümleleri, oldukça çarpıcıdır. Madra’ya göre, bu kuramdaki tespitlerin Türkiye’deki uzmanlar, sanatçılar ve yöneticiler tarafından “ezberlenmesi” gerekmekte çünkü küresel kültür endüstrisi bir **tsunami** gibi her tarafı kasıp kavurmaktadır. Yıllardır kültür endüstrisi postmodern bir kırılmayla birlikte, tipik bir şekilde yaşanmakta; aşırılık, müstehcenlik yaratılmakta, Adorno’nun kahince tespitleri sürece giderek daha çok uymakta, İstanbul’un sanat ortamını da son derece yakın şekilde tanımlamakta, kültür yatırımlarının nasıl sınıfsallaştığını açıklamakta, egemen siyasal erkin içerik ve biçimlere etkisini tespit etmektedir. “Kentsel doku içinde bütün kültür

⁵⁵ Adorno, Aktaran Jay, s. 274-275

⁵⁶ Adorno, a.g.e., s. 267

⁵⁷ Bernstein, s. 38

mekânları konum, dekorasyon ve program açısından zengin tüketici/yoksul tüketici, yüksek kültür/popüler kültür, uluslar arası/yerel ayrımını açıkça gösterir.”⁵⁸

Kültür ve Turizm Bakanlıkları birleştirilmiş, sanat mekânları budanmaya başlanmış, sanat kurumları güçsüzleştirilmiş, kültür-sanat mekânları tüketim mekânları içine yerleştirilir olmuş, müzeler nesne mezarlığına dönüştürülmüş, kurulan sanat müzeleri istikrarsızlıkla yüz yüze bırakılmıştır. İstanbul odaklı kültür endüstrilerinin hedef kitlesi, nesneleşmiş bir profile dönüştürülmüştür. Adorno’nun tespit ettiği gibi, itaatkâr, hayır diyemeyen, acı çeken ama hep olumlayan entelektüeller topluluğu, bu aldatmayı sürdürüyor. İstanbul, bir süredir çok hareketli bir kültür endüstrisi gelişmesi yaşıyor ve önümüzdeki 5-10 yıl bu süreceğe benziyor. Adorno’nun kitabında “didiklenen bütün sermaye, tüketim ve kültür ilişkisinin olumlu, olumsuz bütün gösterge, görüngü ve örnekleri İstanbul’un yaşamakta olduğu kültür endüstrisi manzarasına bütün boyutlarıyla uygun düşüyor.”⁵⁹

“Narsist” bir kimlik sergileyen İstanbul odaklı kültür endüstrisi, tanıtımları ile etkinliğin kendisi arasında tutarsızlığın oluşmasını önleyemiyor. Bu çelişkiler, biçimsel, estetik, kuramsal ve içerik alanlarında göze çarpıyor. Bu tutarsızlığı görece ve eleştirecek olanlar, yeterli güce sahip bulunmuyor. Üstelik, bu eleştirel işlevi yapabilecek olan ‘müze’ türü kurumlar bile, “Bu çelişkinin öznesi oluyor.”⁶⁰

Tüm bu tablodan öyle anlaşılıyor ki Eleştirel Kuramın tanımlarına oldukça uyan bir kültür endüstrisinin bizzat tanıkları olarak yaşamaktayız İstanbul’da.

⁵⁸ Beral Marda, “İstilaya Karşı Koymak İçin” 26 Ekim 2007 tarihli *Radikal Kitap Eki*, S. 345, s. 65

⁵⁹ Marda, s. 65

⁶⁰ A.g.e., s. 65

Sonuç Yerine

“Kültür Endüstrisinin ideolojisi, kendi yalanının panzehirini içerir.” (Adorno)

Seyla Benhabib Eleştirel Kuram düşünürlerinin daha çok, “tahakkümün totalleştirici anonimliğini vurguladıklarını”, karamsarlığa sürüklenip bir çözüm öneremediklerini, bu durumun sadece dönemin yapısından kaynaklanmayıp söylemlerinin yapısından da doğduğunu öne sürer ve Eleştirel Kuramı, “kıyametin habercisi olarak” nitelendirir.⁶¹

Ancak, Eleştirel Kuram, Kültür Endüstrisinin, mutlak teslimiyet yaratamayacağını da açıklamıştır:

“en naif film seyircileri dahi, orada gördüklerini basitçe gerçek olarak almazlar. Belki daha ileri gidip inanmadıkları da söylenebilir. Bilinç ile serbest zamanın bütünleşmesinin tümüyle tamamlanmasının başarılmadığı aşikârdır. Bireylerin gerçek çıkarları, hâlâ, belli sınırlar içinde, tümüyle içerilmeye yeterince direnecek güçtedir.”⁶²

Ayrıca, Frankfurt Okulu için kültürel görüngüler, sınıf çıkarlarının doğrudan bir yansıması olmayıp, toplumsal bütünlük aracılığı ile dolayımlanmışlardır. Yani, kültür, bütünün içindeki karşıtlıkları da ifade eder. Hiçbir şey, toplumun egemen ideolojisi tarafından tümüyle biçimlenmiş derecede ideolojik değildir.⁶³

Bu yaklaşımın sonucu olarak Eleştirel Kuram düşünürleri, diyalektik bir ihtiyat payını hep canlı tutar, bunun için göste-

⁶¹ Benhabib, s. s. 88, 91-92

⁶² Adorno, Aktaran Kejanlıoğlu, s. 198-199

⁶³ Jay, s. 87-88

rişçi-tüketimde bile, bir arzuyu tatmin vaadi bulunduğunu belirtirler.⁶⁴ İnsana duydukları güven hiç bitmez. Bireyin anonim kurumlarda yok olmadığını kabul ederler. Çünkü, “insan, içinde yaşadığı kurumlardan hâlâ daha iyidir.” “Sinai disiplin, teknolojik ilerleme ve bilimsel aydınlanma; bireyin silinişine yol açan süreçlerdir.” Bu süreçler, umudu zayıflatsa da, bireyselliğin yeniden oluşacağı çağı hazırlayabilirler. Umut tümüyle kaybolmamıştır.⁶⁵

Ayrıca umudun sürdürülmesi ve oluşan kültüre karşı direnme, ancak, bu kültürün toplumsal adaletsizliğin sürdürülmesinde ne kadar etkili olduklarını görmek ve göstermekle olur.⁶⁶ Adorno'nun 1969 yılında ölümünden sonra kültürel ortam çok değişmiştir ama onun analizleri hâlâ kültürün bugünkü durumuna pek çok açıdan denk düşmektedir.⁶⁷ Günümüzün reklâmları yine tüketicileri, sahte olduklarını görseler bile, kültür metalarını almaya ve kullanmaya ikna ederler hatta daha da rafineleşmiş, uzmanlaşmış yöntemlerle.⁶⁸

J. M. Bernstein'in belirttiği gibi Kitle İletişim Araçları günümüzde oldukça dinamikleşmiş, çeşitlenmiştir ve toplumsal gerçekliği dolaymlayarak yansıtırlar. İdeolojik yanılsamaları hafifletebilir ve zaman zaman toplumsal eleştiri ve bozgunculuk bile yaparlar. Herkes için bir şeyler sunabilme uğruna, toplumsal alternatifler ortaya çıkarma eğilimi gösterebilirler. Yekpare bir ideolojiden ibaret olmayıp, çatışma, isyan, muhalefet ve ütopya unsurlarını barındırabilirler. Örneğin pop müzik bunu yapar. Bu endüstriyel ürünlerde acı, öfke, neşe, isyan, cinsellik de ifade edilir. Kültür Endüstrisi kuramı, bunları içermekte yetersiz kalabilir. Ve “homojenleştirici” özelliğe gereğinden çok odaklanmış olabilir ama bu kuram “Sözde bireysellik ile bireysellik, eğlence ile mutluluk, uyumluluk ile özgürlük, sözde eylem ile eylem, aldatıcı ötekilik ile özdeş olmayan ötekilik ara-

⁶⁴ A.g.e., s. 260-261

⁶⁵ Horkheimer, s. 166-167

⁶⁶ Horkheimer, Aktaran Jay, s. 310

⁶⁷ Bernstein, s. 10

⁶⁸ Adorno, Aktaran Bernstein, s. 23

sındaki farka dikkat çeker.” Bunlar Adorno’nun kuramının özünü oluşturur. Etkisizleştirme ve gerilemeler aynen Adorno’nun açıkladığı gibidir. Kültür Endüstrisinin yarattığı etkiler de öyle. Adorno, Kültür Endüstrisinin yarattığı tehdidi ve gidişatını doğru olarak görmüş, en kötümser tahminleri bile zamanla gerçekleştirmiştir. Kültür Endüstrisi konusunda yazdıkları da, oldukça günceldir.⁶⁹

Adorno’nun sorunu, sanatın geleceği ile ilgili değildi. “Aydınlanmış aklın en çok tehdit ettiği unsurları kurtarmak istiyordu: Duyusal tikellik, akli amaçlar, sağlam bir bireysellik anlayışı ve hakiki mutluluk.” Bugün böyle bir durum yoksa eleştiri Adorno’ya değil, kültüre yöneltilmelidir. Gerçekten de yüksek sanat ile Kültür Endüstrisi, birbiri ile iç içe geçmiş, birbiri ile sahte biçimde uzlaştırılmışlardır. Kitle iletişim araçları gerçekten de eleştirideki gibi toplumsal çatışmaları yaratır ama bunların çoğu cinsiyetçilik ve ırkçılıkla ilgilidir.⁷⁰

Sonuç olarak denebilir ki, Eleştirel Kuram’ın Kültür Endüstrisi kuramı, medyanın kültür ve sanatı kullanımı, dağıtımı, dönüştürmesi konularında hâlâ geçerli olan açılımlar sağlamakta, diğer kuramlardan farklı perspektifler sunmakta, sürece içinden ya da dışından ‘eleştirel’ bakabilme olanağını sağlamakta; en azından bu konuda yürütülecek araştırmalar için güvenilir bir zemin oluşturmaktadır.

⁶⁹ Adorno, s. 34 ve 41

⁷⁰ Bernstein, s. 36-37

KAYNAKÇA

Adorno, Theodor W., *Kültür Endüstrisi, Kültür Yönetimi*, Çev. Nihat Ülner, Mustafa Tüzel, Elçin Gen (İstanbul: İletişim Yayınları, 2007)

Adorno, Theodor W., “Kültür Endüstrisini Yeniden Düşünmek”, (240-249) Çev. Erol Mutlu, Erol Mutlu, Der., *Kitle İletişim Kuramları* (Ankara: Ütopya Yayınları, 2005)

Adorno, Theodor-Horkheimer, Max, “The Culture Industry: enlightenment as mass deception” (29-43) Simon During, Ed., *The Cultural Studies Reader* (New York: Routledge, 1993)

Benhabib, Seyla, “Modernlik ve Eleştirel Kuramın Çıkmazları” (83-110) Çev. Salih Akkanat, H. Emre Bağce, Der., *Frankfurt Okulu* (Ankara: Doğu Batı Yayınları, 2006)

Benjamin, Walter, *Pasajlar*, Çev. Ahmet Cemal (İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 1993)

Bernstein, J. M., “Sunuş” (9-43) Theodor Adorno, *Kültür Endüstrisi, Kültür Yönetimi*, Çev. Nihat Ülner, Mustafa Tüzel, Elçin Gen, (İstanbul: İletişim Yayınları, 2007)

Blomster, W. V., “Müzik Sosyolojisi: Adorno ve Ötesi” (483-519) Çev. H. Emre Bağce, H. Emre Bağce, Der., *Frankfurt Okulu* (Ankara: Doğu Batı Yayınları, 2006)

Bottomore, Tom, *Frankfurt Okulu*, Çev. Ahmet Çiğdem, (Ankara: Vadi Yayınları, 1997)

Dellaloğlu, Besim, *Frankfurt Okulunda Sanat ve Toplum* (İstanbul: Bağlam Yayınları, 2001)

Golding, Peter and Murdock, Graham, “Culture, Communications, and Political Economy” (15-32) Edited by James Curan, Michael Gurevitch, *Mass Media and Society*, (Newyork-London: Advision of Hodder&Stoughton Ltd., 1992)

Horkheimer, Max – Adorno, Theodor, *Aydınlanmanın Diyalektiği, Cilt 2*, Çev. Oğuz Özügül (İstanbul: Kabalcı Yayınları, 1996)

Horkheimer, Max, *Akıl Tutulması*, Çev. Orhan Koçak (İstanbul: Metis Yayınları, 1990)

Jay, Martin, *Diyalektik İncelem, Frankfurt Okulu Sosyal Araştırmalar Enstitüsü Tarihi (1923-1950)* Çev. Ünsal Oskay, (İstanbul: Ara Yayınları, 1989)

Kejanlıoğlu, D. Beybin, *İletişim ve Medya, Frankfurt Okulunun Eleştirel Bir Uğrağı* (Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 2005)

Kellner, Douglas, "Kültür Endüstrileri" (233-239) Çev. Erol Mutlu, Derleme: Erol Mutlu, *Kitle İletişim Kuramları* (Ankara: Ütopya Yayınları, 2005)

Madra, Beral, "İstilaya Karşı Koymak İçin" 26 Ekim 2007 tarihli Radikal Kitap Eki, S. 345

Oskay, Ünsal, *XIX. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişimin Kültürel İşlevleri- Kuramsal Bir Yaklaşım*, (Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları, 1982)

Therborn, Göran "Frankfurt Okulu" (19-54) Çev. H. Emre Bağce, H. Emre Bağce, Der., *Frankfurt Okulu* (Ankara: Doğu Batı Yayınları, 2006)

Türkoğlu, Nurçay, *Toplumsal İletişim, İletişim Bilimlerinden Kültürel Çalışmalara, Tanımlar, Kavramlar, Tartışmalar*, (İstanbul: Babil Yayınları, 2004)