

**T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI**

**TÜRKİYE'DE BEĞENİ KÜLTÜRLERİ: KESİŞİMLER VE
FARKLILAŞMALAR**

Öznur YILMAZ ALTUN

DOKTORA TEZİ

Danışman: Prof. Dr. Mustafa Kemal ŞAN

ARALIK - 2022

T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI

TÜRKİYE’DE BEĞENİ KÜLTÜRLERİ: KESİŞİMLER VE FARKLILAŞMALAR

DOKTORA TEZİ

Öznur YILMAZ ALTUN

Enstitü Anabilim Dalı: Sosyoloji

“Bu tez 02/12/2022 tarihinde online olarak savunulmuş olup aşağıdaki isimleri bulanan jüri üyeleri tarafından oybirliği ile kabul edilmiştir.”

JÜRİ ÜYESİ	KANAATI
Prof. Dr. Mustafa Kemal ŞAN	Başarılı
Prof. Dr. M. Tayfun AMMAN	Başarılı
Prof. Dr. İrfan HAŞLAK	Başarılı
Doç. Dr. Adem BÖLÜKBAŞI	Başarılı
Doç. Dr. Metin KILIÇ	Başarılı

ETİK BEYAN FORMU

Enstitünüz tarafından Uygulama Esasları çerçevesinde alınan Benzerlik Raporuna göre yukarıda bilgileri verilen tez çalışmasının benzerlik oranının herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve Etik Kurul Onayı gerektiği takdirde onay belgesini aldığımı beyan ederim.

Etik kurul onay belgesine ihtiyaç var mıdır?

Evet

Hayır

(Etik Kurul izni gerektiren araştırmalar aşağıdaki gibidir:

- Anket, mülakat, odak grup çalışması, gözlem, deney, görüşme teknikleri kullanılarak katılımcılardan veri toplanmasını gerektiren nitel ya da nicel yaklaşımlarla yürütölen her türlü araştırmalar,
- İnsan ve hayvanların (materyal/veriler dahil) deneysel ya da diğör bilimsel amaçlarla kullanılması,
- İnsanlar üzerinde yapılan klinik araştırmalar,
- Hayvanlar üzerinde yapılan araştırmalar,
- Kişisel verilerin korunması kanunu gereğince retrospektif çalışmalar.)

Öznur YILMAZ ALTUN

02/12/2022

ÖNSÖZ

Doktoraya başladığım ilk günden itibaren akademik ilgilerimi destekleyen, doktora sürecinin tüm aşamalarında heyecanıma ortak olan, tez çalışmasını belirlediğimiz günden bugüne dek tüm soru ve sorunlarıma çözüm olan, yeni pencereler açan hocam, danışmanım Prof. Dr. Mustafa Kemal Şan'a tüm emekleri, katkısı, destekleri ve en çok da bana güvendiği için minnettarım. Her başım sıkıştığında tüm sorularıma yanıt olan hocam Prof. Dr. M. Tayfun Amman'a, sıcak, samimi yorumları ve destekleri için, yolumu aydınlattığı için minnettarım. Tez izleme toplantılarımızda yaptığı katkılardan dolayı saygıdeğer hocam Prof. Dr. İrfan Haşlak'a teşekkür etmek isterim. Saha çalışması verileri boyumu aştığında kaybolmama izin vermeyen Doç. Dr. Hasan Hüseyin Taylan hocama destekleri için, değerli katkılarıyla tezin güçlenmesini sağlayan jüri üyelerimiz Doç. Dr. Adem Bölükbaşı ve Doç. Dr. Metin Kılıç'a çok teşekkür ederim.

Doktora serüvenimin ilk gününden bugününe kadar yoldaşım olan Zehra Hopyar'a, can dostlarımız Magdalena Turna ve Dr. Tuncay Turna'ya, hayata bakışımı varlığıyla değiştiren Dr. Semra Tüfenkçi'ye, beraber büyüdüğümüz kız kardeşim Aslıt'a varlıkları ve destekleri için binlerce teşekkür ederim.

Hayatımın her adımında yanı başımda, her koşulda desteğim olan biriciklerim annem ve babama, beni asla yalnız bırakmayan, ufkumu genişleten her şeyim Özgür'e ne söylesem ne kadar teşekkür etsem az... İyi ki benim ailemsiniz. Bu sürecin en güzel destekleri Tekir Bey, melek kızımız Gri, Karamel ve Çakıl iyi ki varsınız. Ve ne kadar teşekkür etsem yetmeyecek, hayatımın en güzel parçası, yüzümü gülümseten Erdoğan'a... Sen olmasan hiçbir şey bu kadar güzel olmazdı...

Öznur YILMAZ ALTUN

02/12/2022

İÇİNDEKİLER

KISALTMALAR.....	v
TABLO LİSTESİ.....	vi
ŞEKİL LİSTESİ	ix
GRAFİK LİSTESİ.....	x
ÖZET	xi
ABSTRACT	xii
GİRİŞ.....	1
BÖLÜM 1: BEĞENİNİN SOSYOLOJİSİ	6
1.1. Beğenin Tanımlanması ve Beğeniye Yaklaşımlar	8
1.1.1. Pierre Bourdieu: Ayrım	17
1.1.2. Herbert Gans: Beğeni Kültürleri ve Beğeni Kamuları	31
1.1.3. George H. Lewis: Kültür Sınıfları	49
1.1.4. Antoine Hennion: Bir Pratik Olarak Beğeni.....	52
1.1.5. Mike Featherstone: Bireyselleşmenin Beğenisi	57
1.1.6. Paul DiMaggio: Sanatın Sınıflandırılması.....	59
1.2. Beğeni Hiyerarşisi	65
BÖLÜM 2: ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ	72
2.1. Araştırmanın Ana Problemi ve Soruları	72
2.2. Araştırmanın Yaklaşımı.....	73
2.3. Evren ve Örneklem.....	74
2.4. Soru Formunun Tanıtımı ve Verilerin Analiz Yöntemi	74
2.5. Araştırmanın Olanakları ve Sınırlılıkları.....	76
BÖLÜM 3: BULGULAR	77
3.1. Beğeni Kategorileri.....	77
3.1.1. Film Beğenisi.....	77
3.1.2. Dizi Beğenisi	78
3.1.3. Müzik Beğenisi.....	80
3.1.4. Edebiyat Beğenisi	84
3.1.5. Spor Beğenisi.....	85

3.1.6. Yiyecek ve İçecek Beğenisi.....	87
3.1.7. El Sanatları Beğenisi	88
3.1.7.1. Hat.....	89
3.1.7.2. Ebru.....	89
3.1.7.3. Vitray	90
3.1.7.4. Tezhip	90
3.1.7.5. Minyatür	91
3.1.7.6. Çini	91
3.1.7.7. Bakır/Ahşap/Taş İşleme.....	92
3.1.7.8. Kanaviçe/İğne Oyası.....	92
3.2. Beğenilerin İncelemesi	93
3.2.1. Eğitim Düzeyi:.....	93
3.2.1.1. Eğitim ve Film Beğenisi	94
3.2.1.2. Eğitim ve Dizi Beğenisi.....	96
3.2.1.3. Eğitim ve Müzik Beğenisi	99
3.2.1.4. Eğitim ve Edebiyat Beğenisi	102
3.2.1.5. Eğitim ve Spor Beğenisi	103
3.2.1.6. Eğitim ve Yiyecek-İçecek Beğenisi.....	104
3.2.2. Cinsiyet.....	106
3.2.2.1. Cinsiyet ve Film Beğenisi.....	107
3.2.2.2. Cinsiyet- Dizi Beğenisi.....	108
3.2.2.3. Cinsiyet ve Müzik Beğenisi.....	111
3.2.2.4. Cinsiyet ve Edebiyat Beğenisi	114
3.2.2.5. Cinsiyet ve Spor Beğenisi.....	115
3.2.2.6. Cinsiyet ve Yiyecek-İçecek Beğenisi	116
3.2.3. Yaş Grubu.....	118
3.2.3.1. Yaş Grubu ve Film Beğenisi.....	118
3.2.3.2. Yaş Grubu ve Dizi Beğenisi	120
3.2.3.3. Yaş Grubu ve Müzik Beğenisi.....	122
3.2.3.4. Yaş Grubu ve Edebiyat Beğenisi.....	123
3.2.3.5. Yaş Grubu ve Spor Beğenisi.....	123
3.2.3.6. Yaş Grubu ve Yiyecek-İçecek Beğenisi	125

3.2.4. En Uzun Süre Yaşanan Yerleşim Yeri	126
3.2.4.1. En Uzun Süre Yaşanan Yerleşim Yeri ve Film Beğenisi	127
3.2.4.2. En Uzun Süre Yaşanan Yerleşim Yeri ve Dizi Beğenisi.....	129
3.2.4.3. En Uzun Süre Yaşanan Yerleşim Yeri ve Müzik Beğenisi	131
3.2.4.4. En Uzun Süre Yaşanan Yerleşim Yeri ve Edebiyat Beğenisi	133
3.2.4.5. En Uzun Süre Yaşanan Yerleşim Yeri ve Spor Beğenisi	134
3.2.4.6. En Uzun Süre Yaşanan Yerleşim Yeri ve Yiyecek – İçecek Beğenisi	135
3.2.5. Meslek	136
3.2.5.1. Meslek ve Film Beğenisi	137
3.2.5.2. Meslek ve Dizi Beğenisi	140
3.2.5.3. Meslek Grubu ve Müzik Beğenisi	144
3.2.5.4. Meslek Grubu ve Edebiyat Beğenisi	145
3.2.5.5. Meslek Grubu ve Spor Beğenisi	146
3.2.5.6. Meslek Grubu ve Yiyecek-İçecek Beğenisi	147
3.2.6. Gelir Düzeyi	150
3.2.6.1. Gelir Düzeyi ve Film Beğenisi	151
3.2.6.2. Gelir Düzeyi ve Dizi Beğenisi.....	153
3.2.6.3. Gelir Düzeyi ve Müzik Beğenisi	155
3.2.6.4. Gelir Düzeyi ve Edebiyat Beğenisi.....	157
3.2.6.5. Gelir Düzeyi ve Spor Beğenisi	158
3.2.6.6. Gelir Düzeyi ve Yiyecek-İçecek Beğenisi.....	159
3.2.7. İnanç Düzeyi.....	161
3.2.7.1. İnanç Düzeyi ve Film Beğenisi.....	162
3.2.7.2. İnanç Düzeyi ve Dizi Beğenisi	164
3.2.7.3. İnanç Düzeyi ve Müzik Beğenisi.....	166
3.2.7.4. İnanç Düzeyi ve Edebiyat Beğenisi.....	169
3.2.7.5. İnanç Düzeyi ve Spor Beğenisi.....	170
3.2.7.6. İnanç Düzeyi ve Yiyecek-İçecek Beğenisi	172
3.3. Beğenilerin Uyum Analizleri.....	174
3.4. Beğenilerin Çoklu Uyum Analizleri.....	180

SONUÇ	193
KAYNAKÇA.....	206
EK	216
ÖZGEÇMİŞ	219

KISALTMALAR

Akt.	: Aktaran
Bkz.	: Bakınız
Çev.	: Çeviren
SSS	: Sanatsal Sınıflandırma Sistemi
Vb.	: Ve benzeri.
Vd.	: Ve diğerleri

TABLO LİSTESİ

Tablo 1: Klasik Batı Müziği Beğenisi ve Eğitim İlişkisi.....	83
Tablo 2: Likert Ölçeği – Ortalama Sınırları	88
Tablo 3: Eğitim Dağılımı.....	93
Tablo 4: Dizi Beğenisi ve Eğitim İlişkisi	98
Tablo 5: Müzik Beğenisi ve Eğitim İlişkisi.....	100
Tablo 6: Edebiyat Beğenisi ve Eğitim İlişkisi	102
Tablo 7: Spor Beğenisi ve Eğitim Düzeyi İlişkisi	103
Tablo 8: İçecek Beğenisi ve Eğitim İlişkisi.....	105
Tablo 9: Cinsiyet Dağılımı	107
Tablo 10: Film Beğenisi ve Toplumsal Cinsiyet İlişkisi	108
Tablo 11: Dizi Beğenisi ve Toplumsal Cinsiyet İlişkisi.....	109
Tablo 12: Müzik Beğenisi ve Toplumsal Cinsiyet İlişkisi	112
Tablo 13: Müzik Türü-Toplumsal Cinsiyet.....	113
Tablo 14: Edebiyat Beğenisi ve Toplumsal Cinsiyet İlişkisi.....	114
Tablo 15: Yiyecek Beğenisi ve Toplumsal Cinsiyet İlişkisi	116
Tablo 16: İçecek Beğenisi ve Toplumsal Cinsiyet İlişkisi	117
Tablo 17: Film Beğenisi ve Yaş Grupları İlişkisi.....	119
Tablo 18: Dizi Beğenisi ve Yaş Grubu İlişkisi.....	121
Tablo 19: Müzik Beğenisi ve Yaş Grubu İlişkisi	122
Tablo 20: Edebiyat Beğenisi ve Yaş Grupları İlişkisi	123
Tablo 21: Spor Beğenisi ve Yaş Grubu İlişkisi	124
Tablo 22: Yiyecek Beğenisi ve Yaş Grubu İlişkisi	125
Tablo 23: İçecek Beğenisi ve Yaş Grubu İlişkisi	126
Tablo 24: En Uzun Süre Yaşanan Yerleşim Yeri Dağılımı.....	127
Tablo 25: Film Beğenisi ve En Uzun Süre Yaşanan Yerleşim Yeri İlişkisi.....	128
Tablo 26: Dizi Beğenisi ve En Uzun Süre Yaşanan Yerleşim Yeri İlişkisi	130
Tablo 27: Müzik Beğenisi ve En Uzun Süre Yaşanan Yerleşim Yeri İlişkisi.....	132
Tablo 28: Yiyecek Beğenisi ve En Uzun Süre Yaşanan Yerleşim Yeri Beğenisi.....	135
Tablo 29: İçecek Beğenisi ve En Uzun Süre Yaşanan Yerleşim Yeri İlişkisi.....	136
Tablo 30: Meslek Dağılımı.....	137
Tablo 31: Film Beğenisi ve Meslek İlişkisi.....	139

Tablo 32: Dizi Beğenisi ve Meslek İlişkisi.....	142
Tablo 33: Edebiyat Beğenisi ve Meslek İlişkisi	145
Tablo 34: Spor Beğenisi ve Meslek İlişkisi	146
Tablo 35: Yiyecek Beğenisi ve Meslek İlişkisi	148
Tablo 36: İçecek Beğenisi ve Meslek İlişkisi	149
Tablo 37: Gelir Dağılımı	151
Tablo 38: Film Beğenisi ve Gelir İlişkisi	152
Tablo 39: Dizi Beğenisi ve Gelir İlişkisi	154
Tablo 40: Müzik Beğenisi ve Gelir İlişkisi.....	156
Tablo 41: Spor Beğenisi ve Gelir İlişkisi	158
Tablo 42: Yiyecek Beğenisi ve Gelir İlişkisi.....	159
Tablo 43: İçecek Beğenisi ve Gelir İlişkisi.....	160
Tablo 44: İnanç Dağılımı.....	161
Tablo 45: Film Beğenisi ve İnanç Düzeyi İlişkisi	163
Tablo 46: Dizi Beğenisi ve İnanç Düzeyi İlişkisi.....	165
Tablo 47: Müzik Beğenisi ve İnanç Düzeyi İlişkisi	168
Tablo 48: Edebiyat Beğenisi ve İnanç Düzeyi İlişkisi.....	169
Tablo 49: Spor Beğenisi ve İnanç Düzeyi İlişkisi	171
Tablo 50: Yiyecek Beğenisi ve İnanç Düzeyi İlişkisi	172
Tablo 51: İçecek Beğenisi ve İnanç Düzeyi İlişkisi	173
Tablo 52: Film Beğenisi ve İnanç Düzeyi Uyum Analizi Özeti.....	174
Tablo 53: Edebiyat Beğenisi ve İnanç Düzeyi Uyum Analizi Özeti.....	175
Tablo 54: Spor Beğenisi ve İnanç Düzeyi Uyum Analizi Özeti.....	176
Tablo 55: Dizi Beğenisi ve Eğitim Düzeyi Uyum Analizi Özeti	177
Tablo 56: Müzik Beğenisi ve İnanç Düzeyi Uyum Analizi Özeti.....	178
Tablo 57: Müzik Beğenisi ve Eğitim Düzeyi Uyum Analizi Özeti.....	179
Tablo 58: Grafik 7 Çoklu Uyum Analizi Özeti	181
Tablo 59: Grafik 8 Çoklu Uyum Analizi Özeti	182
Tablo 60: Grafik 9 Çoklu Uyum Analizi Özeti	183
Tablo 61: Grafik 10 Çoklu Uyum Analizi Özeti	184
Tablo 62: Grafik 11 Çoklu Uyum Analizi Özeti	186
Tablo 63: Grafik 12 Çoklu Uyum Analizi Özeti	187

Tablo 64: Grafik 13 Çoklu Uyum Analizi Özeti	188
Tablo 65: Grafik 14 Çoklu Uyum Analizi Özeti	189
Tablo 66: Grafik 15 Çoklu Uyum Analizi Özeti	190
Tablo 67: Grafik 16 Çoklu Uyum Analizi Özeti	191

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1: Lewis (1977:46).....	51
Şekil 2: Beğeni Kùltürlerinin Kùme Görünümü	201

GRAFİK LİSTESİ

Grafik 1: Film Beğenisi ve İnanç Beğenisi Uyum Analizi	175
Grafik 3: Edebi Eser Beğenisi ve İnanç Düzeyi Uyum Analizi.....	176
Grafik 4: İnanç Düzeyi ve Spor Kategorileri Uyum Analizi	177
Grafik 5: Dizi Beğenisi ve Eğitim Düzeyi Arasındaki Uyum Analizi.....	178
Grafik 6: İnanç düzeyi ve müzik türleri uyum analizi	179
Grafik 7: Eğitim dağılımı ve müzik türleri uyum analizi.....	180
Grafik 8: Eğitim Dağılımı, İnanç Düzeyi, Müzik Türü ve Dizi Beğenisi Çoklu Uyum Analizi.....	181
Grafik 9: Eğitim Dağılımı, İnanç Düzeyi, Edebi Eser ve Film Beğenisi Çoklu Uyum Analizi.....	182
Grafik 10: Eğitim Düzeyi, Cinsiyet, Film ve Müzik Türü Beğenisi Çoklu Uyum Analizi.....	184
Grafik 11: Eğitim Düzeyi, İnanç Düzeyi, Yaş Grubu ve Dizi Beğenisi Çoklu Uyum Analizi.....	185
Grafik 12: İnanç Düzeyi, Yaş Grubu, Spor ve Müzik Türü Çoklu Uyum Analizi	186
Grafik 13: Eğitim Düzeyi, Film Beğenisi ve İnanç Düzeyi Çoklu Uyum Analizi.....	188
Grafik 14: Eğitim Düzeyi, İnanç Düzeyi ve Edebi Eser Beğenisi Çoklu Uyum Analizi	189
Grafik 15: Eğitim Düzeyi, İnanç Düzeyi, Yaş Grubu, Film Beğenisi Çoklu Uyum Analizi.....	190
Grafik 16: Eğitim Düzeyi, İnanç Düzeyi, Yaş Grubu ve Yemek Beğenisi Çoklu Uyum Analizi.....	191
Grafik 17: Eğitim Düzeyi, İnanç Düzeyi, Yaş Grubu ve Dizi Beğenisi Çoklu Uyum Analizi.....	192

ÖZET

Başlık: Türkiye’de Beğeni Kültürleri: Kesişimler ve Farklılaşmalar

Yazar: Öznur YILMAZ ALTUN

Danışman: Prof. Dr. Mustafa Kemal ŞAN

Kabul Tarihi: 02/12/2022

Sayfa Sayısı: xii (ön kısım) + 215 (ana kısım) + 3 (ek)

Türkiye’de Beğeni Kültürleri: Kesişmeler ve Farklılaşmalar başlıklı tez çalışmasının temel amacı Türkiye’deki beğeni kültürlerinin sosyo-kültürel arka planını tespit etmektir. Bu amaç doğrultusunda beğeni sosyolojisindeki temel yaklaşımlar değerlendirilmiş ve beğeni kültürleri kavramsallaştırması derinlemesine incelenmiştir. Beğeni kültürleri ve beğeni kamularının tespit edilmesi için yapılan ampirik çalışma Türkiye evreninde gerçekleştirilmiştir. Beğeniler, film, dizi, edebiyat, müzik, spor, yiyecek-icecek, el sanatları gibi başlıklarda incelenmiştir. Bu beğeniler, katılımcıların eğitim, cinsiyet, yaş, en uzun süre yaşanan yer, gelir, meslek ve inanç düzeyi kategorileri ile tek tek değerlendirilmiştir. Saha çalışması, 1085 kişinin katılımı ile gerçekleştirilmiştir. Saha araştırma sonucunda üç beğeni kültürü tespit edilmiştir: Nezih, ortalama ve sıradan. Tespit edilen üç beğeni kültürünün birbiri ile kesişim ve farklılaşma yüzeyleri , beğenilerin değerlendirildiği kategoriler düzeyinde ele alınmıştır. Bu beğeni kamuları arasındaki salınımlar da yine bu kesişim yüzeyleri aracılığıyla görünür kılınmıştır. Beğeni, toplumsal ilişkiler ve etkileşimler aracılığıyla sembolik anlamlar taşırlar. Bu bağlamda beğeni sosyolojisi aracılığıyla toplumsal ilişkilere ışık tutulabilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Beğeni Sosyolojisi, Beğeni Kültürleri, Beğeni Kamuları

ABSTRACT

Title of Thesis: Taste Cultures in Turkey: Intersections and Differences

Author of Thesis: Öznur YILMAZ ALTUN

Supervisor: Prof. Dr. Mustafa Kemal ŞAN

Accepted Date: 02/12/2022

Number of Pages: xii (pre tex) + 215
(main body) + 3 (add)

The main purpose of the thesis work titled “Taste Cultures in Turkey: Intersections and Differences” is to determine the socio-cultural background of the taste cultures in Turkey. For this purpose, the basic approaches in the sociology of taste were evaluated and the conceptualization of taste cultures was examined in depth. The empirical study to determine the taste cultures and taste publics was carried out in the Turkey. The tastes were examined in titles such as movies, TV series, literature, music, sports, food-beverage, and handicrafts. These tastes were evaluated one by one by the categories of education, gender, age, longest lived place, income, occupation and belief level of the participants. The fieldwork was carried out with the participation of 1085 people. As a result of the field research, three taste cultures were identified: “Nezih, ortalama, sıradan”. The intersection and differentiation surfaces of the three identified taste cultures are discussed at the level of categories where tastes are evaluated. The oscillations between these publics of taste are also made visible through these intersection surfaces. They carry symbolic meanings through taste, social relations and interactions. In this context, social relations can be shed light on through the sociology of taste.

Keywords: Sociology of Taste, Taste Cultures, Taste Publics

GİRİŞ

Araştırmanın Konusu

Gerçeklik, tek tek bireylerin oluşturamayacağı ancak sosyal bir inşa sürecinin sonucunda oluşabilecek türden bir olgudur. Bu olgunun teşhiri sosyolojinin temel sorunlarından biridir. Klasik sosyoloji, yoğun olarak sosyal yapıyı konu edinir. Yapının neliği/niteliği, dönüşümü üzerine yoğunlaşmış tartışmalar, başta failin rolü olmak üzere, fail-yapı etkileşimini araçsallaştırmıştır. Ancak yine oldukça erken bir dönemde, sadece yapı üzerine çalışmalar yapılmayacağını, faili odağa koyan ve toplumsal olanın anlaşılmasında insan eyleminin merkezi rolü olduğunu düşünen yaklaşımlar görülür. Sosyoloji uzun zaman yapı-fail dikotomisi üzerinde yükselmiştir. Ancak sosyal gerçekliğe ulaşmanın bu ikiliğe sıkışmaktan başka da yolları vardır. Bun anlamda sosyoloji biliminin ilk ortaya çıkışıp kurumsallaştığı zamandan itibaren bütüncül veya bireyci bakış açısı ile örüldüğünü söylemek sosyolojiye eksik bir bakış olacaktır.

Yapıyı önceleyen bakış açısının analiz nesnesi, kurumlar ve sistemler gibi makro konularken, bireyden hareketle toplumu anlamaya çalışan yaklaşımların analiz nesnesi mikro konulardır. Bu açıdan makro-mikro, yapı-fail gibi dikotomilerinin hangi tarafının “kazanan” olduğunu tartışmak yerine, bunların birbiri ile bağını görmenin, toplumsal gerçekliği anlamada daha etkili olacağı açıktır. Sosyal teori düzeyinde bu ikiliklerin aşılma girişimleri son dönemde ilişkisel sosyoloji aracılığıyla gün yüzüne çıkmaktadır. Bu yaklaşımda yapı-fail meselesi bir paranın iki yüzü olarak görülmez: Yazı ya da turayı seçmek zorunluluğu ortadan kalkmıştır. Toplumsal gerçekliğin çeşitli görünümleri vardır; yapı ile fail, bu farklı görünümlerdir. Yapı ve failin birbiri ile ilişkisi ve etkileşimi olguyu anlamada önemli bir role sahiptir. Olgunun anlaşılmasında yapının önceliği ve/veya failin merkeziliği dışında, diyalektik bir ilişkinin imkânı vardır. Bu imkanı temel alan yaklaşımlar, yasa koyuculuğun kan kaybettiği süreçte, toplumu anlama çabasına alternatif bir alan sunmaktadır.

İlişkisel sosyolojide toplumsal olgular, etkileşimler aracılığıyla görünür hale gelen süreçler olarak değerlendirilirler. Etkileşim süreci içinde ve bu etkileşimler aracılığıyla toplumsal aktörler ortaya çıkarlar. Bu bağlamda toplumsal süreçleri, olayları, olguları

incelerken, merkezi rol “ilişkiler”in olacaktır. İlişkisel sosyoloji, bizatihi ilişkilere odaklanır; ne aktör ne de yapı, yaklaşımın dayandığı sabitler olarak değerlendirilemezler.

Araştırmanın Amacı

Pierre Bourdieu'nün Ayrım çalışması ilişkisel sosyolojinin temel metinlerinden biridir (Crossley, 2015: 209). Ayrım çalışmasında Bourdieu, beğenilerin toplumsal ilişkiler içinde anlamlandırılmasına odaklanır. Bourdieu'nün ilişkiselliğe bakışı, bir hareket noktası olmakla birlikte, ilişkisel sosyolojinin bütünü temsil etmez. Ancak beğeni ile ilişkisel sosyolojinin bağı kurmada kilit noktada durur. Beğeni, aktörlerin birbiriyle ilişkileri kurma eğilimlerinin somut bir aracı olarak görülebilir. Aktörler, toplumsal ilişkiler sürecinde var olurken aynı zamanda beğeniler aracılığıyla diğer aktörlerle ilişkilene eğiliminde olurlar. O halde beğeni, sadece bireyin bir tercihi olarak ele alınamaz:

“... beğeniler ilişkisel sosyoloji için önemlidir, çünkü hem beğeniler hem de hedefledikleri nesnel toplumsal ilişkilerdeki ortak referans noktalarıdır. İlişki ‘kurmak’ büyük ölçüde müzik, televizyon, spor vb hakkında konuşmayı içerir. Bu hem arkadaşımızın hoşlandıklarından hoşlanmaya teşebbüs etmemizin hem de bizimle benzer beğenileri olanları tercih etmemizin nedenlerinden biridir. Buna dayanarak, bazı beğenilerin genel ve yaygın olduklarını, aktörleri geniş bir yakın arkadaş yelpazesıyla ilişkilendirmeye yaradıklarını, diğerlerinin ise özgül olup görece küçük ve sınırlanmış grupların etrafında duvarlar örmeye yaradıkları da öne sürülebilir” (Crossley, 2015: 204).

Beğeni, toplumsal ilişkilerin aktörler arasındaki somut bağlara dönüşmesi noktasında bir kaynak olarak değerlendirildiğinde ortaya birkaç soru çıkar: Sosyal olarak inşa edilen beğeniler, aktörlerin kimliklerinin oluşmasında rol oynar mı? Beğeniler aracılığıyla bir bağ kuran aktörler, toplumsal bir grup oluşturur mu? İlişkisel sosyolojide birleştirici özelliği ile ele alınan beğenilerin farklılıkları öne çıkarmada payı var mıdır? Farklı sosyo-kültürel arka plana sahip aktörlerin ortak ve farklı beğenileri hangi kategorilerde ortaya çıkar? Bu sorulara aranan yanıtlar hem aktörlerin hem de toplumsal yapının bu etkileşim ve inşa sürecindeki rolünü ortaya koyarken beğenin sosyolojik bir olgu olarak değerlendirilmesinin kaynaklarını oluşturacaktır. Tüm bu yan soruların ışığında

çalışmanın temel sorunu olan “beğeniler, Türkiye’nin çeşitli sosyo-ekonomik ve kültürel çevrelerinde nasıl şekillenmiştir?” sorusuna yanıt aranacaktır.

Beğeni sosyolojisi, son yıllarda Türkiye’de yaygın olarak çalışılan alanlardan biri olmasa da literatürde karşılık bulmaya başlamış bir alandır. Bu çalışmanın birinci bölümünde beğeni, çeşitli yaklaşımlarla ele alınacaktır. Beğenin sosyolojik bir olgu olarak incelenmesinde öncü isim olan Bourdieu, bu çalışmada referans noktalarından biridir. Bourdieu’nün yaklaşımı Ayrım çalışması merkeze alınarak değerlendirilecektir. Beğenin aktörler arasında bağ kurucu özelliği ile düşünüldüğünde sosyal gruplar halini alması/almaması sorununa Herbert J. Gans’ın yaklaşımı aracılığıyla yanıt aranacaktır. Beğenilerin sınıflandırılması üzerine Bourdieu’den oldukça farklı bir yaklaşıma sahip olan Gans’ın beğeni kültürleri ve beğeni kamuları kavramları bu ilişkiyi anlamada başvurulacak kavramlardır. Beğeni kamusu (Gans, 2012), beğeni kültürlerini oluşturan sosyal grupları ifade etmek için kullanılmaktadır. Bu yaklaşımın en önemli özelliklerinden biri, beğeni kültürlerinin birbirinden daha fazla ya da az değerli olduğu temelinde kurulan beğeni hiyerarşisine itiraz ederek, her beğeni kültürünün meşru ve birbirine denk olduğu fikriyle hareket etmesidir. Beğeniye farklı bir yönüyle yaklaşan ve beğenin bir deneyim olarak değerlendirilmesindeki kaynak isim olan Antoine Hennion, beğeni sosyolojisinde farklı kapılar aralar. Bu çalışmada beğeni, farklı yönleriyle değerlendirilecektir.

Araştırmanın Yöntemi

Beğeni, sosyal bir olgu olarak geç sayılabilecek bir dönemde ilgi çekmiştir. Zevkler ve renklerin tartışılmaz olduğu ön kabulü, bu konunun bir sosyal olgu olarak ele alınmasının uzun zaman önüne geçmiştir. Beğeni kavramı üzerine oluşagelen birikimin Türkçe literatürde de oluştuğunu söylemek güçtür. Türkçe literatürdeki kısıtlı birikimde Bourdieu’nün yaklaşımı büyük bir etkiye sahiptir. Beğeni kavramının ele alınmasında elbette, Bourdieu çok önemli bir yer tutar. Ancak Bourdieu dışında beğeniye ele alan Herbert Gans, George H. Lewis, Paul DiMaggio, Antoine Hennion, Mike Featherstone gibi isimlerin bazılarında Türkçe literatürde kısıtlı bir erişim mümkünken bazılarının fikirlerinin yansımadağı görülür. Çalışmanın bu bölümünde, beğeniye yaklaşımlar ve bahsi geçen isimlerin yaklaşımları incelenecektir. Beğeni kültürleri ve beğeni kamuları kavramsallaştırmalarının kaynağı olan Herbert J. Gans’ın yaklaşımı, beğeniye çoğul

yaklaşımların en bilinenlerinden biridir. Tek boyutlu yaklaşımların açıklamalarda sınırlı bir gerçekliğe erişilebilecek olması nedeniyle, çoğul yaklaşımlar arasında da yalnızca Herbert Gans'ın yaklaşımı ele alınmayacak, Gans'ın yaklaşımının geliştirilmesi iddiasındaki Lewis'e de değinilecektir. Beğeniye bir pratik olarak ele alan Hennion, bireyselleşme tezi bağlamında beğeniye değerlendiren Mike Featherstone ve "sanatsal sınıflandırma sistemi"nin teorisyeni DiMaggio'nun beğeni yaklaşımına da yine bu bölümde yer verilecektir.

Çalışmanın ilk bölümünde, beğenin tanımlanması ve beğeniye yaklaşımlar incelenecek ve devamında beğeni sosyolojisindeki bir diğer önemli mesele olan beğeni hiyerarşileri kavramsal olarak ele alınacaktır. Beğeni hiyerarşileri, toplumsal sınıfların hiyerarşik olarak ele alındığı toplumsallıklarda görülmektedir. Çalışmanın bu bölümü, beğeni hiyerarşisine eleştirel bir yaklaşımla değinecektir. Çalışmanın ikinci bölümünde, Türkiye'de beğeni kültürlerinin ve beğenilerinin ortaklaşması dolayısıyla bir arada düşünülebilecek olan beğeni kamularının tespiti için yapılan ampirik çalışmanın metodolojisi ele alınacaktır. Çalışma nicel araştırma yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın varsayımları, hipotezleri ile çalışma evrenini ve örneklemini ikinci bölümde açıklanacaktır. Son bölümde ise beğenilerin ele alındığı ampirik çalışmanın verileri ve bulguları değerlendirilecektir. Eğitim, cinsiyet, yaş, mesleki itibar, gelir düzeyi, en uzun süre yaşanan yer ve inanç düzeyi ile film, dizi, edebiyat, müzik, spor, yiyecek ve içecek kategorileri arasındaki ilişkinin incelendiği bu bölümde, Türkiye evreninde yapılan saha çalışmasının verilerine uyum analizi ve çoklu uyum analizi uygulanacaktır.

Araştırmanın Önemi

Bu tez çalışmasının önemi beğenin sosyolojisini teorik olarak çok boyutlu tartışmasına ek olarak Türkiye düzeyinde yapılan nicel bir saha çalışmasıyla Türkiye'de beğenilerin çeşitli düzeylerde tespitini sağlayacak olmasıdır. Farklı sosyo-kültürel grupların farklı ya da ortak beğenilerinin ortaya konmasının sosyolojik bir bilgi üretimi olmasının yanı sıra toplumun çeşitli kesimlerinin ilişkilerini ve etkileşimlerini de beğeniler aracılığıyla açığa çıkaracaktır. Türkiye'de Beğeni Kültürleri: Kesişimler ve Farklılaşmalar tezi, kültür sosyolojisindeki bir boşluğu dolduracak nitelikte bir çalışmadır: Beğeni üzerine Türkçe literatürdeki sınırlılıklar bu çalışmanın teorik tartışmaları aracılığıyla aşılabilecektir.

Türkçe literatürdeki bir başka boşluk olan, toplumun analizinde ilişkileri odağa alan ve bu ilişkileri beğenilerin oluşturduğu yakınlıklar ya da uzaklıklar aracılığıyla ele alan bir çalışmanın olmamasıydı; bu tez çalışması ile bu boşluğun da doldurulacağı düşünülmektedir. Beğenilerin derinlemesine incelenmesi, toplumsal ilişki ve etkileşimleri anlamada önemi büyüktür.

BÖLÜM 1: BEĞENİNİN SOSYOLOJİSİ

“Günlük yaşam bizim sözde ortak hazlarımızı belirletip şekillendirdiğimiz varsayılan, bir beğeni demokrasisinin var edildiği bir yerdir” (Roberts, 2013: 9).

Beğeni üzerine yapılan tanımlar – Türkçe sözlükler düzeyinde- incelendiğinde Türkçe Sözlük ve Bilim ve Sanat Terimleri Sözlüğünde ortak olan bir tema ile karşılaşılmaktadır: Beğenin kişisel bir “yetenek” olduğu. Bu tanımlamaların kusurlu yanı beğeniye sübjektif bir özellik olarak tanımlamasının olmasının yanı sıra kavramı tüm toplumsal süreçlerden bağımsız bir “şey” olarak ele alması ve beğeni üzerine sorgulama yapmanın tüm imkanlarını ortadan kaldırmasıdır. O halde beğeni nedir? Bu soruya çok sayıda farklı yanıtlar ve yaklaşımlar vardır. En geniş şekilde beğeni, içinde yaşanan toplumsallıkla etkileşim halinde bir öğrenme sürecine işaret eder. Doğuştan gelmez. Hem beğeniler hem de beğenilen nesnelere düşünülürken, toplumsal ilişkileri açıklamanın önemli kaynaklarından biri olan beğeniler, toplumsal etkileşim içinde oluşur.

Stephen Mennell (2005), beğeni her ne kadar kişisel gibi görünse de bireylerin beğenilerini toplumun geniş bir kesimiyle paylaştığını belirtir. Mennell, yemek beğenisine odaklandığı çalışmada, beğenilerin değişiminde toplumsal sınıfların olduğu kadar tarihsel olayların da etkisi olduğunu öne sürer: Örneğin savaş veya kıtlık gibi durumlarda yiyeceklerin kullanımı, baharatlandırılması ve pişirilmesinde yaşanan değişimin beğeni üzerinde etkili olduğu ve verili tarihsel dönemlerde toplumsal sınıflar arasında karmaşık ilişkilerin beğeniye yansıdığını ifade eder.

Heinz-Dieter Meyer (2000), aristokratik dönemde beğeni üzerine yoğun tartışmaların olduğunu ifade eder. Nobert Elias’ın *Uygarlık Tarihi*’nde ele aldığı konular, Meyer’e göre beğeni konusuna erken dönemden bir kaynak olarak görülebilir: “... Elias için, beğeni standartlarımız, vücudun fiziksel işlevleri üzerindeki kısıtlamaların ve yasakların giderek çoğalmasını içeren, yüzyıllarca süren bir ‘uygarlaşma sürecinin’ tarihi ürünüdür” (Wacquant, 1992: 680). Aristokratik beğenin genel olarak “özerk, evrensel, çıkar gözetmeyen ve dışlayıcı bir yargının alanı” olduğunu ifade eden Meyer, o dönemlerde beğenin çoğunluğun algısı tarafından belirlendiğini, J. J. Rousseau’nun bu anlayışa meydan okumanın sözcüsü olduğunu öne sürer: “Biçim ve tavırcılık üzerindeki aristokratik vurguya karşı Rousseau, duygu ve duygunun öneminde ısrar eder” (Meyer, 2000: 41). Rousseau’nun beğeni hakkındaki fikirleri *Emile* isimli çalışmada

olgunlaşmıştır. Rousseau, beğeniye “çok sayıda insanı neyin memnun edip neyin etmediğini yargılama yetisi” olarak ele alır (akt. Meyer, 2000: 41). Rousseau’ya göre beğeni, çoğunluğu memnun etmekle ilişkiliyken aynı zamanda tek tek kişilerin de bu tercihlerin içinde bulunup bulunmama kararına sahiptir: Bunun sebebi beğenin çoğunluğun kararının dışında gelişmesi olabileceği gibi, kişilerin farklılık arayışları da olabilir. Meyer, Rousseau’nun beğeni yaklaşımına, beğeniye bulutlardan yere indiren bir rol biçer: “Rousseau beğeni üzerine toplumsal sözleşmeyi yeniden tanımlar ya da daha doğrusu böyle bir yeniden tanımlama için entelektüel mühimmatı sağlar. Özel ‘zevk adamı’nın hüküm sürdüğü yerde, sıradan insanı beğeni hakemi olarak görevlendirir. Rousseau’dan sonra beğeni artık seçkin bir azınlığın değil, tüm insanların tartışmasız alanıdır” (Meyer, 2000: 41).

Özgür Arun, beğeni üzerine yapılan çalışmaların en temelde üç temel hatta sınıflandırılabilirliğini belirtir: “Bunlardan ilki homoloji argümanıdır (Bourdieu, 1984; Gans, 1999), diğeri bireysellik argümanı (Featherstone, 1987 ve 1991; Bauman 1988; Lash, 1988) ve sonuncusu homoloji argümanı içinde yer alan ve güncel olarak da tartışılan hepçil-tekçil (omnivore-univore) tezidir (DiMaggio, 1987; Peterson, 1992; Peterson ve Simkus, 1992; Peterson ve Kern, 1996)” (2013: 53). Arun, homoloji yaklaşımının odağında “tabakalaşma ve kültürel tüketim pratiğinin örtüştüğü” argümanının olduğunu iddia eder. Homoloji yaklaşımının önemli isimlerinden biri olan Bourdieu, çalışmasında “çatışma” temelli bir açıklama yapar:

“Çatışma modelinde, kültür ya sembolik çatışmanın alanı olarak yahut aracılığıyla iktidarın pekiştirildiği, zorun uygulandığı bir medyum olarak değerlendirilir. ...estetik beğeni ve ona ilişkin yargı yetisi, toplumsal gruplar arasındaki çatışma, mücadele ya da onların bir diğeriyle rekabeti sırasında esastan rol oynar. Böylece kültür, farklı politik-ekonomik gruplar arasındaki mücadelenin bir aracı ve bir nesnesi olarak tarif edilebilir ” (Arun, 2013: 54).

Bourdieu’nün çatışma temelli yaklaşımı, kişilerin “giyinme, yeme, içme” gibi sıradan pratikleri üzerinden toplumsal tabakalaşmanın oluşumunu okumaya çalışır (Arun, 2013: 55). Arun’a göre homoloji yaklaşımının temel argümanı, sınıfların, diğerler sınıfların beğenisini reddetmesidir. Bu argümana yanıtın hepçillik tezi olduğunu ileri sürer. Bireysellik argümanı, “yaşam tarzları ve kültürel tüketim” arasındaki ilişkiye odaklanır. Bireysellik argümanının öne çıkan özelliklerinden biri postmodern toplum vurgusudur:

“... postmodern toplumlarda, ziyadesiyle ticarileşme ve tüketim toplumu önerisiyle kendi temsilini bulan modern bir nesnenin, gündelik yaşamın esaslı ve derin estetikleşmesinin yardımıyla bir kimlik inşası olarak kullanıldığı iddia edilir” (Arun, 2010: 16-17). Tüketim temelli bu toplum yapısında bireyler yaşam tarzlarını tüketime dayandırarak oluştururlar. Arun’un homoloji argümanına bir cevap olarak ele aldığı hepçillik tezinin temel argümanı; beğenideki kamplaşmanın sınıfları aşan bir yönü olduğudur. Hepçillik tezine göre beğenideki kamplaşmanın tarafları, “kültürel tercihleri itibariyle daha fazla tek bir damardan beslenenlerle, yani tekçil olanlarla, kültürel tercihlerinde daha fazla çeşitlenme olanlar, yani hepçiller”dir (Arun, 2013: 57). Hepçillik (omnivore) tezi ilk olarak Peterson tarafından 1992 yılında ortaya atılmıştır. Bu tezin temelinde kültürün yüksek kültür ve popüler kültür olarak ayrışmasına eleştiri vardır. Hepçillik tezine göre yüksek kültür kullanıcıları, popüler kültürü bir “canavar” olarak görmez. Bu bağlamda da sosyal olarak üst tabakalarda konumlananların hepçil olma ihtimalleri daha yüksektir. Peterson ve Simkus hepçilliği “klasik güzel sanatların takdiriyle birlikte tüm ayırt edici boş zaman etkinliklerinin ve yaratıcı biçimlerin takdiri olarak yeniden tanımlanan elit statüsünün estetik bir yönü” olarak ele almaktadır (1992: 252). Bu yaklaşım zamanda Peterson tarafından geliştirilip yeniden yorumlandı ve hepçillik baskın sınıfın bir özelliği olarak görülmeye başlandı.

Beğeni kavramının bu çok yönlü yaklaşımları arasında, beğenin toplumsal bir inşası olarak ele alındığı bakış açısına yoğunlaşılacaktır. Beğenin toplumsal sınıflandırmanın bir aracı olarak ele alındığı ortaya konulacak ve bu bağlamda sosyal hiyerarşiyle ilişkili olarak beğeni hiyerarşisi de incelenecektir.

1.1. Beğenin Tanımlanması ve Beğeniye Yaklaşımlar

Beğeni kavramına farklı yönlerden bakan yaklaşımlardan söz edilebilir. Sanat, felsefe ve benzeri disiplinler açısından başka katmanlarda değerlendirilebilecek beğeni kavramının toplumsal ilişkiler bağlamında ne anlama geldiğine dönük tanımlamalar çok boyutludur. Alan Warde beğeni teorisinin “beğenilerin dağılımını, insanların beğenilerine dayanarak yaptıkları yargıları ve beğenilerin gerekçelerini” içermesi gerektiğini ifade eder (2008: 332). Kavramın ve içerdiklerinin çok yönlülüğü/boyutluluğu beğenin anlamını da çoğullaştırır. Örneğin, Genevieve Teil ve Antoine Hennion, beğenin beş anlamı olduğunu ifade ederler: “biyolojik bir ihtiyaç olarak (tat), şeylere yönelik çekiciliğin

toplumsal farklılaşması olarak, bir özne tarafından bir ürünü algılama ilişkisi olarak, düşünürselliğin ortaya çıkışı olarak ve son olarak, algı pratiği olarak” (2004: 20). Bu çalışmada çoğunluklu olarak beğenin toplumsal farklılaşma ve toplumsal bütünleşme bağlamında bir kümelenme aracı olarak işlevi ele alınacaktır.

Ian Woodward ve Michael Emmison, beğenin “simgesel belirteç, statü ya da ayırım göstergesi” olarak değerlendirildiğine işaret eder (2001: 296). Woodward ve Emmison’a göre beğeni üzerine yaklaşımlar iki temel hatta ele alınabilir: Kantçı miras ile elit ve kolektif beğeni. Bu iki hattın başlıca gerilimi beğenin bireysel ya da kolektif oluşu üzerinedir. Kant’ın yaklaşımında bir şeyin beğenilmesi onun güzel oluşuna bağlıdır. Güzelin belirleyicisi olan estetik, bu yaklaşımdaki odakta meseledir: “(E)stetik yargılar hakkında neyin ayırt edici olduğunu belirtmek için Kant, üç haz biçimi arasında ayırım yapar: hoşya giden haz, iyiden haz ve güzelden haz” (2001: 297). Bourdieu’nün beğeni yaklaşımının sacayaklarından biri Kant’ın beğeni anlayışının eleştirisidir. Ona göre estetik, toplumsal sınıflarla birlikte okunabilecek bir mefhumdur. Woodward ve Emmison, Bourdieu’nün “egemen sınıfların -ekonomik ‘zorunluluktan uzaklığı’ onlara bu düşünceye dalmış estetik yansıma biçimlerinin lüksüne izin veren sınıfların malı” olarak değerlendirdiği Kant’ın beğeni anlayışına popüler olanın varlığı ile itiraz eder (2001: 297). Beğenin kolektif modeline gelindiğinde ise “Kant’ın beğeni yargılarının salt özel ya da bireysel olmadığı, toplumsal ya da kolektif standartlara yönelik bir yönelim ya da farkındalık gösterdiği yönündeki argümanı” ile karşılaşılır (2001: 298). Simmel ve Veblen’in oldukça erken bir dönemde farklı nitelikler içeren çalışmaları, bu tez ile değerlendirilebilir: “Hem Veblen hem de Simmel’in çalışmalarında, sınıf ayrımlarının sürdürülmesi, seçkin tabakaların bariz tüketimini ve onların diğer sınıflardan farklılaşmanın gözle görülür işaretleri konusundaki kaygılarını yönlendiren birincil mekânizma olarak görülüyordu” (Woodward ve Emmison, 2001: 298).

Beğenin “tartışılmaz” olduğu iddiasının Kant’tan beri geçersiz olduğu bilinmektedir. Kant’ın ortaya koyduğu ortak estetik duygusu kavramsallaştırmasıyla beğeni üzerine tartışmaların ilk ateşi yakılmış olur. Ortak estetik duygusu (*sensus communis aestheticus*); Kant’ın beğenin duyguyu yoluyla bilinebileceği kabulüne dayanır. Kant’a göre güzel olan üzerinde bir ortaklık sağlanmalıdır, bunun imkânı da ortak duygudur. Tunalı (1983: 101), Kant’a göre beğenin “ideal bir norm, bir kural olarak bütün insanlarda ortak olarak” var olduğunu ifade eder. Beğenin “fert-üstü” olması ilkesi

temel dayanak noktasıdır. Bu yüzden Kant'ta beğeni, “genel geçer”, “a priori”dir. Gronow, Kant'ın beğeniye yaklaşımında öznel duyguların belirleyici olduğunu vurgular. Kant'ın bu anlayışı sadece kendinin beğenisiyle sınırlı değildir. Kant, kendisinin dışındaki herkesin de öznel bir şekilde belirlediği “güzel” ve “beğenilecek olanı” kabul edeceğini düşünür. Gronow, eğer başkalarının da aynı şeyi beğeneceği düşünülmezse, beğenin evrensellik iddiası olamayacağını altını çizer (2010:1). Gronow, Kant'ın beğeni yaklaşımının sosyolojiye bir miras bıraktığını ileri sürer. Kant'ın mirası iki koldan devam eder: “İlk olarak, insanların zevklerinin aslında birbirinden oldukça farklı olduğu açık olduğundan, ortak ya da iyi bir beğeni sorunu ampirik bir soru haline geldi: beğeni ya belirli bir insan grubunun, “yüksek sosyete”nin temsilcileri – ya da daha demokratik bir yorumla insanların büyük çoğunluğunun beğenisi” (2010: 2). Gronow bu yaklaşımın ampirik olduğunu ve David Hume'a kadar uzandığını ifade eder. Gronow'a göre ikinci kol, Simmel tarafından temsil edilir. Bu yaklaşımda, “...beğeni, bir birey ile onun sosyal varlığı arasındaki ilişkiyi neyin oluşturduğuna dair sosyolojik teorilerde ve herhangi bir sosyal topluluğun üyelerini neyin birleştirdiği sorusunu yanıtlarken önemli bir kavramdır” (Gronow, 2010: 2). Gronow'a göre bu yaklaşımda beğenin, toplumun içindeki çeşitli grupları birbiriyle yakınlaştıran bir mefhum olarak görülür: “Paylaşılan zevk veya tarz yoluyla, insanlar ortak bir sosyal gruba bağlılıklarını gösterecek ve aynı zamanda bireyselliklerini koruyacaklardır. Sanatta olduğu gibi sosyal hayatta da bir üslubu paylaşmak, kendi bireyselliğini ve kişiliğini korumak, kendi zevkini yaşayarak mümkün olmuştur” (2010: 2). Simmel'in modaya yaklaşımının iki zıt ucu bir araya getirmek olduğunu ortaya koyan Gronow, Simmel'in yaklaşımında modanın estetik bir zevk ve bir sosyalleşme aracı olduğunu ifade eder. Simmel, modanın modern yaşamın anlaşılmasında rolü olduğunu ileri sürer. Simmel'in moda yaklaşımından hareketle Gronow, gündelik hayatta beğenin rolünün görünürlüğüne işaret eder: “Toplumsal hayatın bu ‘uçsuz bucaksız’ unsurları ve ‘geçici’ biçimleri, rasyonel bir ahlaka veya nesnel ekonomik çıkarlara ne indirgenebilir ne de teslim edilebilir. Ancak hiçbir toplumsal oluşum onlarsız yaşayamaz” (Gronow, 1997: 17).

Michele Ollivier ve Viviana Fridman, sosyal bilimlerde beğenin ilk analizinin Thorstein Veblen'in çalışmalarında görüldüğünü ileri sürer. Onlara göre Veblen'in tezinde “bireysel ayırım ve öykünme, sosyal etkileşimin itici güdüleridir” (2001: 15443). Veblen, tüketimin temelinde “gösterişçi boşa harcama” olduğunu belirtir. Ona göre, “(g)österişçi

boşa harcama ilkesi, hayat ve metalar konusunda neyin dürüst ve itibarlı olduğuna dair düşünce alışkanlıklarının oluşmasına yön verir” (Veblen, 2015: 108). Veblen beğenin maddi temelini “görev algısını, güzellik algısını, fayda algısını, ayine veya ritüele uygunluk algısını ve hakikatin bilimsel algısını, fiilen veya dolaylı olarak” etkileyebilecek gücüne dikkat çeker (2015: 108). Veblen, gösterişçi boşa harcama ilkesinin, insanların güzellik algısını yönettiğini ifade eder:

“Herhangi bir değerli nesnenin, güzellik algımıza hitap etmesi için güzellik ve pahalılık koşullarına uyması gerekir. Ancak bu da yetmez. Bunun yanı sıra, bu pahalılık kuralı beğenilerimizi öyle etkiler ki, pahalılık belirtileri ile nesnenin güzel özelliklerini harmanlar ve bir güzelliğe değer biçilmesi başlığı altında ortaya çıkan etkiyi de içerir. Pahalılık belirtileri, pahalı eşyaların güzellik özellikleri olarak kabul edilmeye başlar” (2015: 118-119).

Veblen beğenin toplumsal sınıflar arasında farklılık gösterdiğini ifade eder. Ona göre “mobilya ve ev” başta olmak üzere gündelik hayatta ilişki kurulan herhangi bir nesnenin beğenisinde bu farklılık gözlemlenebilir. “Günlük yaşam, hem kullanım eşyalarındaki maddi güzellik kuralının sınıftan sınıfa nasıl farklılaştığına dair hem de konvansiyonel güzellik algısına ait hükümlerin, maddi itibar koşullarıyla eğitilmemiş bir algıdan nasıl saptığına dair pek çok enteresan örnek sunar” (2015: 121).

Sosyal bilimlerde beğeni “sürekli değişen toplumsal koşullar tarafından nasıl şekillendiği” sorusuyla gündeme gelir (Ollivier ve Fridman, 2001: 15443). Sosyal bilimlerin beğeniye yaklaşımı Kant’ın beğeni anlayışı ve beğenin estetik anlamıyla taban tabana zıttır. Beğeni sosyal bilimciler için “çeşitli ve çoğu zaman ölçülemez” standartları kabul ederek, çoğul biçimleri anlama çabası olabilir. Ollivier ve Fridman, sosyal bilimcilerin beğenin ampirik olarak değerlendirmeye açılması konusundaki uzun yıllardır süregelen tartışmalarını anımsatır. Onlara göre bu tartışmalarda, son yıllarda, beğeni kültürleri arasındaki sınırların aşındığı konusunda bir mutabakattan söz edilebilir:

“Yüksek/düşük sınırların erozyonu, toplumsal ilişkilerin genişliğini ve anonimliğini artıran bir dizi toplumsal dönüşüme paraleldir: Ulaşım ve iletişimin yüksek düzeyde coğrafi hareketliliği; fiziksel yerin öneminin azalması ve yeni iletişim teknolojileriyle bağlantılı gevşek ağların eşzamanlı genişlemesi; teknolojik değişim ve ekonomik küreselleşmenin ortak etkisi altında yüksek düzeyde nesiller arası ve yatay mesleki hareketlilik; geleneksel seçkinlerin sınırlı çevrelerinin ötesinde

yükseköğretime daha fazla erişilebilirlik; basılı ve elektronik medyanın günlük yaşamda kendini sunma stratejilerinde kullanılan görüntülerle bizi bombardımana tutmasıyla dolaşımdaki bilgi miktarı ve çeşitliliğindeki olağanüstü artış” (2001: 15445).

Wayne D. Hoyer ve Nicola E. Stokburger-Sauer (2011), estetik ve beğeni kavramlarının eş anlamlı kullanımının, olguya olumlu bir hava kattığını belirtir. Onlara göre psikolojide beğeni ve estetik birbiriyle ilişkilidir. Estetik görü sahibi olmak onlara göre kişiyi daha sofistike tercihleri olan biri olarak gösterir. Hoyer ve Stokburger-Sauer’e göre bu durum, bir tüketicinin (üstün veya iyi) beğenisi, bir ürün veya hizmet için hedonik değer üretmeye yardımcı olur (Holbrook, 1983). Michele Ollivier ve Viviana Fridman (2001), beğenin estetik ve sanatta “ayırt edici yargılarda bulunma yeteneği” olduğunu ifade eder. Onlara göre beğeni, failerin sosyal konumlarından hareketle kişiyi yansıtır ve şekillendirir; beğeni, “... insanları, uygulamaları ve şeyleri eşit olmayan değer kategorileri halinde sınıflandırarak kendi sosyal dünyaları hakkında anlam inşa eden sembolik sınıflandırma sistemlerinin bir bileşenidir. Zenginlik veya bilgi topluluklarına ortak üyeliğe işaret eden konuşmalarda, alışkanlıklarda, görgülerde ve mal sahipliğinde sergilenir” (2001: 15442). Beğenin doğru ya da yanlış olarak tanımlanamayacağını ifade eden İsmail Tunalı’ya göre “her beğeni aynı derecede” geçerlidir (1983: 95). Ancak bu durumun beğeni konusunda bir “anarşizm” yaratacağını ifade eder. Ona göre bu bir “değer anarşisidir”:

“Çünkü, o, estetik değer ülkesinde herhangi bir kuralın, bir prensibin varlığını inkâr eder, tersine bir düzensizliğin varlığını kabul eder. Çünkü herkesin bir zevki, bir beğenisi vardır demek, her beğeni yargısının o kişi için bir geçerliği vardır demektir. Buradan şu zorunlu sonuç çıkar ki, insanlar kadar beğeniler, zevkler vardır ve beğeniler, zevkler arasında bir tutarlılık yoktur, böyle bir tutarlılık bazan görünse bile, bu bir tesadüften başka bir şey değildir” (1983: 95).

Tunalı, beğeni yargılarının çeşitliliği noktasında hem farklı kültürler hem de aynı kültür çevresinin çeşitliliği sağlaması sorununu dile getirir. Ona göre her kültürün ayrı bir değere sahip olması kültürler arası çeşitliliği açıklar; ancak aynı kültür çevresi içindeki beğeni çeşitliliği nasıl açıklanabilir sorusuna cevap olamaz. Bu durumda, beğenin belirlenmesindeki bir diğer önemli faktör olan eğitimden söz edilmelidir. Tunalı, sanatı anlamının ön koşulunun sanat tavrı temelinde var olan bir özel eğitim olduğunu ifade

eder. Ona göre “beğeni, donmuş, statik bir şey değil, tersine, gelişen, oluşan daha doğrusu eğitime muhtaç bir yetidir” (1983: 105).

Loic j. D. Wacquant, beğeniye, “... neyin güzel, mükemmel, iyi veya uygun olduğunu yargılama ve takdir etme yeteneği ve bu kapasitenin beğeni madalyonunun iki yüzünü oluşturan nesnelere üretme veya tüketme eğilimi” olarak tanımlar (1992; 680). Wacquant, beğeni üzerine felsefe ve estetik çalışmalarının yoğunluğunu belirtip sosyolojik bakışın bunu aşmasının oldukça geç bir dönemde gerçekleştiğini ortaya koyar. Beğenin sınıf eşitsizliği dinamikleriyle ilişkili olduğunu ifade eden Wacquant’a göre beğeniye toplumsal ilişkiler bağlamında bakmak, beğeniye tarihselleştirir. Wacquant’ın beğeni yaklaşımının kaynağı olan Pierre Bourdieu, beğenin en temelde “tiksinti” ile belirleneceğini ileri sürer. Buradan hareketle Bourdieu tarafından beğeni, beğenilmeyen üzerinden tanımlanır. Wacquant’ın tanımında karşılaşılan sınıf vurgusu da yine Bourdieu’nün beğeni yaklaşımında görülür. Onlara göre beğenin toplumsal sınıflarla ilişkisi, hangi sınıfın beğenisinin “meşru”, belirleyici olduğu açıklar. Bazı beğenilerin tekilliğini onları görmezden gelinebilir kılarken, bunların kümelenmesi bazı iktidar sahiplerini rahatsız eder; iktidar sahibi grup ya da sınıf, kendilerini meşru beğenin sahibi sanırlar. Arun, beğenin “insan etkileşimini tekelleştiren unsur”lardan biri olduğunu ve statü grupları arasında yaşanan çekişmenin de kaynağı olduğunu ileri sürer (2013: 52). Arun, sosyal konumu birbirinden farklı kişilerin, farklı beğenilere sahip olması aracılığıyla birbirlerinden farklılaştığını belirtir (2014: 169). Beğeniye, “sosyal olarak inşa edilmiş kültürel kıstaslar olarak” tanımlayan Arun, beğeni ve sosyal etkileşim arasındaki ilişkiyi de bu tanım üzerinden ortaya koyar: “Beğeniler, rafine ve eğitilmiş tercihler, kaçınılmaz ve çaresiz bir farklılığın pratik düzeyde tasdikidir. Şüphesiz ki onlar meşrulaştırılmak zorunda kalındığında, diğer beğenileri olumsuzlayarak kendini ortaya koyarlar” (Arun, 2013: 52).

Mark Fenster, beğeniye “bireysel, gruplar ve sosyal belirleyiciler” olarak üç düzeyde tanımlar. Ona göre beğeni, sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel koşullarda şekillenir. Fenster’in beğeni anlayışının temelinde “geleneksel gönderici-mesaj-alıcı modeli”ne itiraz vardır. Ona göre bileşenleri birbirinden ayırmak beğeniye uygulanan bir “şiddet”tir (1989: 24). Beğenin reklamcılık gibi araçlarla yönlendirildiğini iddia eden Alan Warde, beğenin kapitalist toplumlarda “mülkiyet ve gelir dağılımı”na ilişkin olduğunu ifade eder; ona göre beğeni bir tüketim meselesidir”:

“Tüketim, giderek artan bir şekilde, bireylerin ve grupların kimliklerini zevk ve yaşam tarzlarında sembolik temsil yoluyla ifade ettikleri, arzuları maddi ödülden ziyade sembolik odaklı olduğu bir araç olarak görülmeye başlandı. Ortaya çıkan kilit figür, faaliyetleri, sahip oldukları, anlamları ve yargıları, yaşam tarzı aracılığıyla kimliğin sembolik iletişimine yönelik olan ‘anlatımsal birey’ olarak adlandırılabilir” (Warde, 2014: 282).

Tüketime benzer bir önem atfeden Jukka Gronow, kişinin kendini sınıflandırmasının ve başkalarının da kişiyi sınıflandırmasının merkezinde beğeni olduğunu ileri sürer. Gronow’a göre neo-klasik ekonomide beğeni “dışsal bir faktör”dür. Bu bağlamda, beğeni, tüketim tercihleri ile değerlendirilir ve bireyin seçimleri arkasında da beğenin olduğu düşünülür (Gronow, 2010: 1). Gronow (1997) sınıflı toplumlarda benzer yaşam tarzları ve benzer sınıf beğenilerinin ortaya çıkabileceği yaklaşımına sahiptir. Sınıflı toplumlarda, sınıfların sosyo-ekonomik konum alışlarının hiyerarşik olarak dizildiği tezini hatırlatan Gronow’a göre, bu türden bir yaklaşımla toplum durağan hal alır.

Crane, beğenilerin yaşam tarzlarıyla doğrudan ilişkili olduğunu ifade eder: “Günümüzde belirli kültürel beğenilere sahip sosyal grupların konumlarının belirlenmesinde en yaygın olarak kullanılan yaklaşım, yaşam tarzlarının belirlenmesinden geçmektedir. ... Aynı sosyal sınıf içinde olduğu kadar sosyal sınıflar arasında da yaşam tarzları arasındaki farklılıklar öngörülmektedir” (Crane, 2008: 2). Beğeni, yaşam tarzları arasında bir ortaklık kurmada önemli rol oynar: “Bir yaşam biçimini, diğerinden ayıran şeyin ortak beğenilerle ilgili özel bir yakınlığı paylaşma duygusu olduğunu ve dolayısıyla duyarlıkların bütün yaşam biçimlerinde tekrar tekrar karşılaşılabilecek odak noktaları olduğu açıkça görülebilmektedir” (Chaney, 1999: 137)

Beğeniye yaşam tarzı ve tüketimle ilişkili olarak ele alan isimlerden bir başkası olan Buxton (2005: 371), beğeni ve tarzın içselleştirilmesine yoğunlaşır: Ona göre birey, karşısına çıkan birçok seçenek içinden bir seçim yapar. Bu seçim bireysel bir tarzın gelişimine yol açarken aynı zamanda tüketime ilişkin de bazı özellikleri içinde taşır. Tarz aynı zamanda “dışsallaştırma” da içerir: Kişinin kendi tarzına yönelik tüketimi, “sosyal reddetmenin temeli”dir.

Christopher Powell ve François Depeltau, aktörlerin birbiriyle somut ağlar kurmak ve bu ağlar üzerinden ortak beğeniler oluşturmak eğiliminde olduğunu ileri sürerler: “... tarihsel olarak akışkan toplumsal ağlar dinamik bir şekilde kendi toplumsal uzamlarını

üretirler. Ne ağlar ne de uzamlar önceliklidir; her biri bir diğerini diyakronik olarak meydana getirir ve koşullandırır” (2015, 27). Beğeni, bu ağların kurulmasında çimento görevi görür.

Beğenin inşasının kuralları her toplumsal durum için farklılaşır. Diane Seymour’a göre bu kurallar genel olarak “kültür düzeyi, bölge, din, sınıf, kast, cinsiyet, aile” gibi kategorilerle şekillenir (2004: 1). Seymour, beğenin inşasındaki kuralların aile gibi küçük bir grup içinde bile beğenin farklılaşmasını açıkladığını ifade eder. Ancak beğenideki bu farklılıklar toplumsal olarak görmezden gelinebilecek düzeydedir.

Beğenin “kolektif bir kültürel etkinlik” olduğunu ifade eden Meyer, bu yaklaşımını iki biçimde açıklar: İlki, “bir sembol veya eserin kolektif yorumu olarak beğeni oluşumu”; ikincisi “sosyal kurumların bağlamı ve kısıtlamaları içinde” beğeni oluşumdur. Ona göre her iki durumda da “...farklı kaynaklara ve farklı retorik eğilimlere sahip farklı aktörler, zevk alma sürecinin şekillendirilmesinde yer alır” (2000: 36). Meyer, çoğulcu toplumlarda beğenin nasıl bir mekanizmaya sahip olduğunu anlamaya çalışır. Beğeni konusunda Veblen, Simmel ve Bourdieu’nün çalışmalarının birbirini takip eden bir hat olduğunu ileri süren Meyer’e göre bu hattın ortaklığı, beğeniye sınıflar arası mücadelenin bir biçimi olarak değerlendirmeleridir. Ona göre bu koşullarda beğeni, “güçlüden zayıfa” yönelen bir “sembolik şiddet” yaratır; hangi sınıf olursa olsun beğeni, sınıfın çıkarlarını yansıtır. Alt sınıflar üsttekilere benzemek için onları taklit ederken, üst sınıflar da aradaki farkın kapanmasını engellemek için başka beğenilere doğru giderler. Meyer beğenin yukarıdan aşağı doğru oluştuğunu ileri sürer. Bunun istisnalarının olduğunu da reddetmez ama ona göre ana eğilim üst sınıfların beğenisinin aşağı yönlü hareketidir. Bourdieu beğenilerin farklı pratikler aracılığıyla “cisimleşmesi müşterek sınıf-eksenli kültürel kalıplar” yarattığını, bu kümelenmenin de “türdeş yaşam tarzları” oluşturduğunu belirtir (Göker ve Çeğin, 2015: 16). Beğeni, “eyleyicinin sosyal bağlantıları ve grup aidiyetleri üzerinden sahip olduğu sermaye” olarak beğeni, diğerleri üzerinde bir tahakküm aracına dönüşebilir (Göker, 2014: 279).

Sınıflar arası çatışmanın bir uzantısı olarak ele alındığında beğeni “...mahrum bırakmanın teşrii tasarrufudur. Bir grubun sahip olduğu kıymetli kaynaklara diğerinin erişmesini engelleme amelidir” (Arun, 2013: 52). Arun’a göre beğeniler, sınıflar arasındaki farklılaşmanın pratik yansımasıdır. Beğeni toplumsal uzamda ortaya konmak

istendiğinde, diğeri üzerinden görünür hale gelir: “Sosyal sınıfları ve sınıfların içindeki statüleri birbirinden ayıran pratikler olarak beğenileri tartışmak, televizyon alanında gerçekleşen kültürel tüketim pratiğini, beğeni (*taste*) ve haz (*enjoyment*) arasındaki sembolik çatışmayı, yani kültürlü olanla sıradanın karşıtlığını anlama imkânı sunabilecektir” (Arun, 2013: 51). Bourdieu’ye göre sanat da bir mücadele alanıdır:

“Sanata dair bütün mücadeleler, tüm diğeri yaşam biçimlerini olurlarına bırakarak, keyfi bir yaşama biçimini meşru bir var olma üslubuna dönüştürür. Sanatçının yaşam stili, her zaman, peşinde koştuğu prestij ve bunu takip eden güçlerin boşunallığının ve geçiciliğinin bir çeşit pratik sağlaması aracılığıyla gerçek dışılığını, hatta saçmalığını gösterdiği burjuva yaşam stiline karşı bir meydan okumadır” (Bourdieu, 2015: 92).

George H. Lewis, sosyal bilimcilerin önemli bir kesiminin kiteselleşmenin beğeni üzerinde olumsuz etkisi olduğunu iddia ettiğini hatırlatır. Bu yaklaşıma sahip sosyal bilimcilerin “kitle beğenisi” olarak gördüğü şeyin “siyasi özgürlük ve grup kimliği ve ifade için tehlikeli” bulunduğunu ifade eden Lewis, bunun kanıtlanamaz olduğunu ortaya koyar; ancak bunun aksinin de kanıtlanamayacağını kabul eder (1977: 226). Antoine Hennion sosyolojinin beğeniye yaklaşımının teknik olduğu eleştirisinde bulunur: “Sosyoloji, beğeni sorununu kişisel eğilimlere, normlara ve kolektif çerçevelere kaydırırken, tatmayı bariz, sıradan bir deneyim haline getirir. Bir durumdaki gerçek beğeni, toplumsal belirleyicilerden kaynaklanan eğilimlerin az çok mekân veya bilinçsiz bir uygulamasından başka bir şey değildir. Böyle bir görüşte, şeylerin düzeni tersine döner ve zevkleri terimin tüm anlamlarında iyi belirlenmiş bir özellik haline getirir” (2007: 101).

Beğeni kavramının sosyolojik bir olgu olarak ele alınmasının temeli, beğenin kişisel bir tercih olmadığı, sosyal olarak inşa edilen bir mefhum olduğu kabulüne dayanır. Beğeniye sosyal bir olgu olarak ele alan yaklaşımlar elbette yukarıda ele alınan yaklaşımlarla sınırlandırılmazlar, burada çalışmanın teorik kapsamı dolayısıyla ancak önemli başlıklar ve yaklaşımlar ifade edilmiştir. Beğeni üzerine yaklaşımlar genel olarak sınırlandırıldıktan sonra çalışmanın bu noktasından itibaren beğeni sosyolojisinin önemli isimlerinin yaklaşımları derinlemesine ele alınacaktır.

1.1.1. Pierre Bourdieu: Ayrım

Bourdieu'nün beğeni üzerine yaptığı çalışması ve özellikle *Ayrım: Beğeni Yargısının Toplumsal Eleştirisi* isimli eseri hem dünyada hem de Türkçe literatürde en çok ilgi çeken beğeni sosyolojisi çalışmasıdır. Bourdieu, beğenin toplumsal bir inşa olduğu yönündeki yaklaşımıyla beğenin sosyolojideki yerini belirlemede merkezi bir rol oynar. Wacquant beğenin, “kendiliğinden bireyselliğin nihai deposu olmaktan çok uzak, toplumsal kaderin, doğaya dönüşen, yani bir iktidar kodu olarak cisimleşmiş ve işlemeye yazgılı bir sınıf kültürünün mükemmel bir biçimi” olarak tanımlanabileceğini ifade eder ve Bourdieu'nün beğeni yaklaşımında beğenin sınıflar arasındaki mücadelede bir yaşam tarzı dayatması olarak ele alınabileceğini ekler (Wacquant, 1992: 681). Ona göre Bourdieu, beğeni çalışmalarıyla “*homo aestheticus*”u sosyal bilimlerin merkezine taşımıştır.

Bryan S. Turner ve June Edmunds (2002), Bourdieu'nün beğeni yaklaşımının Kantçı estetiğin beğeniye yaklaşımıyla bir hesaplaşma olduğunu ileri sürer. Bourdieu, Kant'ın beğeniye yaklaşımında “duygu, heyecan ve çekiciliğin” birbirine karıştığını ve “barbarca” bulduğu beğenin “popüler beğeni” olduğunu ileri sürer. Loic Wacquant Turner ve Edmunds'un da ifade ettiği gibi, Bourdieu'nün beğeni üzerine yazdıklarının Kant'ın beğeni yaklaşımına sosyolojik bir cevap olduğunu ifade eder (1992, 681).

Wacquant'a göre Bourdieu'nün analizi, beğeni üzerine bir “Kopernik Devrimi”dir. Wacquant üç maddede Bourdieu'nün anaakım yaklaşımı aşan yönlerini sıralar:

“İlk olarak, estetik tüketimi gündelik tüketimlere geri döndürerek meşru kültürü ayrı bir evren yapan kutsal sınırı ortadan kaldırır: müzik ve spor, resim ve saç stili, tiyatro ve yemek konularında kişinin seçimini aynı tercihler belirler. İkinci olarak, karizmatik ideolojiye karşı, Bourdieu, yalnızca kültürel ihtiyaçların ve kapasitelerin sınıf yetiştirme ve eğitiminin bir ürünü olduğunu değil, aynı zamanda mallar hiyerarşisi ile tüketiciler hiyerarşisi arasında, estetik tercihlerin kendi yaşamlarında sosyal alan yapısının organizasyonuna ayna tutacak şekilde bir homoloji olduğunu gözlemler. Sonuç olarak beğeni ancak yaşam tarzları ve sınıf yapısındaki karşılık gelen sosyal konumlar arasındaki karşıtlıklar ve tamamlayıcılıklar sistemi içinde ilişki olarak kavranabilir” (1992, 681).

Bourdieu, Ayrım çalışmasında, *taste* kelimesinin “beğeni” ve “tat” olarak iki anlamı olduğunu ama bunların birbirinden çok uzak anlamlar olmadığını ifade eder. Bourdieu’ye göre *taste* kelimesinin “estetik değerleri -ani ve sezgisel bir biçimde yargılama yetisi” anlamının, aslında yiyecekler için de kullanılması mümkündür; örneğin ani ve sezgisel yargılama sayesinde hangi yiyeceğin yenmemesi gerektiği anlaşılabilir (2015: 153-154). Bireyin yaşamındaki ilk beğeni “besinlere dair” ortaya çıkar: İçine doğulan dünya, beğeni oluşumundaki ilk role sahiptir: “İçine doğulan dünya, çocukluk evreni, her şeyden önce annesel dünyadır; haz vermenin, hazzın ve haz içinde edinilen hazzla dair seçicilik yatkınlığının ayrılmaz bir parçası olduğu, kültürel malların arketip ilişkisinden arketip biçimine kadar, bir birincil beğeniler ve ilksel besinler dünyasıdır” (2015: 125).

Bourdieu, beğenilerin bireyin “diğerleri” ile arasındaki farkı yücelten bir olgu olduğunu ve diğerlerine karşı “tiksinti, dehşete düşme, derinden gelen bir tahammülsüzlük” içerdiğini ifade eder. Ona göre zevkler ve renklerin tartışılmaz olarak görülmesinin önemli bir nedeni vardır: “Bu, tüm beğenilerin doğada bulunduğundan değil ama her beğenin doğal gibi duyumsanmasından kaynaklanır -neredeyse bir habitus gibi-, ki bu da ötekileri doğaya aykırılığın rezilliğine göndermek anlamına gelir” (Bourdieu, 2015: 90-91).

Simon Stewart’a göre Bourdieu, beğeniye ele alırken olabilecek en geniş anlamıyla değerlendirir. Bourdieu’nün yaklaşımının “sıradan beğeni” ile “estetik beğeni” arasındaki “büyülü engeli” ortadan kaldırdığını ifade eden Stewart, bunu her türde sosyal olguyu (edebiyat, müzik, yaşam tarzı seçimleri, yemek, dekorasyon, giyim vb) inceleyerek gerçekleştirdiğini belirtir (Stewart, 2013: 59). “Bourdieu gündelik yaşamı ‘makbul’ beğenin, ‘evrensel’ olma iddiası taşıyan beğenin ne olduğunu tayin etme sürecinde son sözü söylemek uğruna verilen sürekli bir mücadele olarak görür” (Rahkonen, 2019: 152). Örneğin Bourdieu, besin ve beğeni arasındaki ilişkinin sınıfsal olduğunu ortaya koyar. Ona göre halk sınıflarının “bedenin kuvveti”ni biçiminden daha çok önemsemesi, onları “hem ucuz hem besleyici” olan ürünlere yönlendirir; halk sınıflarına göre ekonomik sermayesi görece yüksek olanlarıysa bedenlerinin biçimine verdikleri önemle aynı doğrultuda “lezzetli, sağlıklı, hafif ve şişmanlatmayan” ürünlere yöneltir. O halde Bourdieu’nün beden ve beğeni arasında kurduğu ilişki, sınıf hiyerarşisi üzerinden değiştiği bir meseledir:

“...beden, sınıf beğenisinin farklı şekillerde dışa vurulan en reddedilmez nesneleşmesidir. Her şeyden önce, görünüşte en doğal olan yanıyla, yani içinde bedene dair bütün bir tutumun -yani habitusun en derin yatkınlıklarını ortaya çıkartan, bedene bakış, özen gösterme, onu doyurma ve onun bakımını sağlama biçimlerinin- bin bir biçimde ifade bulduğu görünür oluşumunun boyutlarıyla (hacim, boy, ağırlık vb.) ve biçimiyle (yuvarlak ya da küt, kazık gibi ya da esnek, düz ya da kavisli vb.) bunu yapar: Aslında bedensel iyeliklerin sınıflar arası dağılımı, gıda tüketimi konusunda (tıpkı başka konularda şive veya yürüyüş tarzının ifade ettiği gibi) kendi toplumsal üretim koşullarının ötesinde sürdürülebilir tercihler ve tabii ki çalışma ve bunun beraberinde getirdiği boş zaman içindeki beden kullanımları yoluyla belirlenir” (Bourdieu, 2015: 281).

Bourdieu'nün habitusu Stewart'a göre bir ilişki üzerinden anlaşılabilir; “sınıflanabilir pratikler, ürünler, işler üretme ve takdir etme” (2013: 62). Stewart'a göre habitusun bu ikili yapısı, yaşam tarzlarını çeşitlendiren özelliğidir ve yaşam tarzları arasındaki farklılaşmanın toplumsal koşulları yaratır. Bourdieu, beğeniye incelediği yaşam tarzları arasındaki bu karşıtlığı “lüksün beğenisi” ve “gerekliğin beğenisi” şeklinde kategorize eder. Stewart'a göre lüks beğeni, sermayenin büyüklüğüne bağlı olarak ortaya çıkan fırsat ve özgürlüklere dairdir. Zorunluluğun beğenisi ise, “... yaşam biçimlerini işlevsel ve ekonomik olana uygun olacak şekilde ayarlamaya alışmış maddi varoluş koşulları olan kişiler tarafından ifade edilir” (Stewart, 2013: 62). Bireyin tüketim tercihlerinin beğeni aracılığıyla belirlendiğini ileri süren Bourdieu'ye göre lüks ve zaruri beğeni birbirinin karşıtıdır. Lüks beğeni ile zaruri beğeni arasındaki temel farklılık “zorunluluk” ile kurduğu ilişkidir: “Lüks beğeni, zorunluluğa olan mesafe, özgürlükler veya bazen söylendiği gibi bir sermayeye sahip olmanın sağladığı kolaylıklar tarafından tanımlanan maddi varoluş koşullarının ürünü olan bireylere özgüdür; zaruri beğeni ise, tam da ifade ettiği gibi ürünü olduğu zorunlulukları işaret eder” (2015: 265). Lüks beğeni, özgür beğeni olarak da adlandırılabilir; ancak Bourdieu, zorunluluğa olan mesafenin vurgulanmasından dolayı, sınıfı öne çıkarmak için lüks beğeni demeyi uygun bulur. Zaruri beğeni ise (Kant'ın barbarca sıfatını uygun gördüğü), zorunlulukla kurduğu ilişki bağlamında bir “yoksun kalma ilişkisi” olarak görülebilir (2015: 266-267). Lüks beğeni ile zaruri beğeni arasındaki temel fark, işçi sınıfıyla mesafelenmenin tüm yollarının denenmesidir. Bourdieu bu mesafelenme yollarını üçe indirir; “beslenme, kültür ile kendini takdim, temsil için yapılan harcamalar (giyim, güzellik ve bakım ürünleri,

hizmetçi vs.)” (Bourdieu, 2015: 273-274). Popüler beğeni, işçi sınıfı ile özdeşleştirildiği için diğer tüm kesimler için olumsuz bir anlam içerir. Zaruri beğeni, zorunlu olana uyum sağlamanın beğenisidir. Bourdieu, zorunlu olana yönelik yatkınlığın “sınıf habitusu” ile ilişkisini ortaya koyar.

Diane Seymour, Bourdieu’nün beğeni anlayışının “şeyler ve pratikler” arasındaki farka dayandığını ifade eder; “beğeniler, şeyler ve pratikler arasında ayırım yapar ve onları benimseyenleri ayırt eder. Ayrıca, aslında toplumsal olarak inşa edilmiş olan beğeniler, görünüşte bireysel nitelikler aracılığıyla tanımlanır” (Seymour, 2004: 7). Seymour’a göre Bourdieu, işçi sınıfı habitusunun temel ögesinin öz, burjuva habitusunun ise biçim olduğunu ortaya koyar. Ona göre Bourdieu, “sınıfların ve sınıf fraksiyonlarının, toplumsal sınıf yapısının oldukça statik bir kavrayışını ima edebilecek şekilde, habitus'un telkin edilmesi yoluyla kendilerini yeniden ürettiklerini” tartışır (2004: 13).

Bourdieu, beğenilerin sınıflar arasındaki hareketini bir “Engel Yasası” olarak görür (Bourdieu, 2015: 364). Merdivenin üst basamağında duran bir ürün, alt basamaktaki için “lüks”tür. Eğer üst basamak, daha lüks bir ürüne doğru hareketlenirse, daha önce lüks olarak görülen ürün sıradan hale gelir. Dolayısıyla merdivenin alt basamaklarına doğru genişler. Bourdieu, geçmişte “rafine” kabul edilen bir ürünün bugün sıradan kabul edilebileceğini vurgular. Ona göre bu gelecekte yeniden rafine kabul edilmeyeceği anlamına gelmez; gerekli müdahaleler ile eskisinden daha yüksek beğeniye dahi seslenebilir. Buradan hareketle ortalama bir kültürün olamayacağı sonucuna varan Bourdieu, ortalama kültür olarak sözü edilen durumun küçük burjuva kültürü olduğunu ileri sürer (2015: 474).

Bourdieu’nün beğeni yaklaşımında bireyin konumu; “gelir, diploma, toplumsal köken, yaş” gibi değişkenler aracılığıyla belirlenir. Bu değişkene bağlı olarak Bourdieu, iki faktörün rolünün altını çizer: Bunların ilki bireyin kültürel ve ekonomik sermayesi, ikincisi de “bağıntılı edinme biçimi aracılığıyla mal varlığıyla olan ilişkisini yöneten toplumsal güzergâhı”dır. Bourdieu’nün varlık düzeyi ile toplumsal güzergâh arasında kurduğu ilişki, kültürel sermayenin ekonomik sermayeden farkını ortaya koyar niteliktedir: “Toplumsal bir güzergâhın ve kültürel sermaye edinme biçiminin bedene işlemiş izleri olarak, özellikle meşru kültürle olan ilişki içinde ve gündelik yaşamı yaşama sanatının nüansları içinde kendini ortaya koyan etik ve estetik yatkınlıklar, hemen hemen

aynı hacimdeki kültürel sermayeye sahip bireyleri birbirinden ayırır” (Bourdieu, 2015: 389). Toplumsal güzergâhın ayrımı temel ilkesi olduğunu ifade eden Bourdieu, bunun “baba mesleği, gelir, yaş, diploma” gibi edinilen/edinilemeyen özellikler aracılığıyla yansıtıldığını ortaya koyar.

Beğeni-sermaye arasındaki ilişkiyi Bourdieu’nün temellendirdiği şekliyle okuyan Arun’a göre beğenin ön koşulu bu sermayenin “türü ve hacmi”dir: “... beğeniler, sermayenin taşıyıcısıdır. Ancak belirli bir alanda paha ederler, o belirli alanda aktörlerin pozisyon almasını sağlarlar. Alan değiştiğinde, sermayenin türü ve hacmi ve onun taşıyıcısı beğenilerin yapısı da değişebilir. İşte bu nedenle beğeni ve sermaye alana özgüdür” (2014: 171). Gronow, Bourdieu’nün yaklaşımında ekonomik, kültürel ve sosyal sermayenin birbiriyle etkileşiminin beğeni eğilimini etkileyen sınıf temelli yaşam tarzı ve tüketici seçimlerinin açıklayıcı rolüne dikkat çeker (2010: 4). Bourdieu’nün beğeni ve kültürel sermaye arasındaki ilişkiyi ortaya koyması, bu ikili arasındaki ilişkinin sabit, durağan değil, etkileşimli olduğunu anlamaya yol açtığını ortaya koyar; kültürel sermaye, beğenide sınırları zorlamanın kapılarını açar, kültürel sermaye yoksunluğuyrsa halihazırda bulunana en çok sahip çıkanlar olacaktır (Chaney, 1999).

Eğitimin beğeni üzerindeki etkisinin önemine dikkat çeken Bourdieu, aynı zamanda beğeniyle eğitim arasındaki ilişkinin görüldüğü kadar apaçık olmadığını ifade eder. Ona göre eğitim sadece okulda verilmediği için okul dışındaki eğitimin yarattığı ilişki de incelenmelidir: “Meşru beğeni, eğitim düzeyiyle doğru orantılı olarak artar ve en üst noktasına, egemen sınıfın eğitim sermayesi açısından en zengin olan fraksiyonlarında ulaşır. ... Halk sınıflarına ve egemen sınıfın ‘entelektüel’ fraksiyonlarına oranla ‘ortalama’ beğeniye, orta sınıflarda daha fazla rastlanır” (Bourdieu, 2015: 32). Bourdieu, eğitimin beğeniyle ilişkisinin doğrusal olduğuna işaret eder; popüler beğeni Bourdieu’nün yaklaşımında eğitim ile ters orantılı olarak gelişme gösterir. Eğitimin düzeyi, türü ve kurumunun beğeni üzerindeki etkisinin yadsınamayacak büyüklüğü vurgulanır ve bunun da sınıfsal yönüne dikkat çekilir. Beğeni ve yaşam tarzı ilişkisi, yaşam tarzlarının “sınıflandırılabilir pratikler ve yapıtlar üretme kabiliyeti ile bu pratikler ve ürünleri ayırt edip değerlendirme kabiliyeti (beğeni)” arasında ortaya çıkar. Bourdieu’nün yaşam tarzlarını yarattığını belirttiği bu iki yetenek, aslında habitusu da oluşturan özelliklerin ikisidir:

“İktisadi ve toplumsal koşulların belirgin karakteristik özellikleri ... ile yaşam tarzları uzamı içinde bunlara karşılık gelen konuma bağlı ayırt edici özellikler arasında olgusal olarak kurulan ilişki, ancak habitusun, hem sınıflandırılabilir pratik ve ürünleri, hem de kendileri de sınıflandırılmış olup bu pratik ve yapıtlar ayırt edici işaretler sistemi olarak kuran beğeni yargılarını eş zamanlı olarak açıklamayı mümkün kılan bir üretici formül biçiminde inşa edilmesiyle gerçekten kavranabilir bir ilişki haline gelir” (Bourdieu, 2015: 254).

Yaşam tarzları arasındaki farklılıkların görünürlüğü gündelik yaşamda kullanılan metalar üzerinden okumanın yalnızca ekonomik sermaye ile açıklanmasının mümkün olmadığını ortaya koyan Bourdieu, aynı zamanda bu kullanımların, kullanıcının bilinç dışı ile ilişkisi olduğunu ileri sürer: “ Her iç mekân, kendi dilinde, miras alınmış zenginliğin gösterişsiz emniyetini, yeni zenginlerin gürültücü kibrini, yoksulların sessiz sefaletini ya da imkanlarının üstünde yaşadıklarını iddia eden ‘yoksul ebeveynlerin’ yaldızlı sefaletini dillendirerek, bu mekânda yaşayan kişilerin şimdiki durumunu ve hatta geçmişteki halini anlatır” (2015: 122-123). Yaşam tarzının belirleyeni burjuvazidir. Bu belirleme süreçlerine dahil olmak isteyen küçük burjuvazi, “başkalarının beğenisine ... kendi beğenisi kadar emin olduğu ölçütler getirerek sınıflandırmaya sebep olma duygusunun yarattığı sıkıntıyla kendini gösterir” ve bu ayrıştırma sürecine dahil olur (Bourdieu, 2015: 93). Halk ise bu iki grubun birbiri arasındaki kaçma-kovalama oyununda “olumsuz bir referans noktası” olmak dışında bir rol oynamaz (2015: 93). Burjuva beğenisinin verili durumda “iğrenç” kabul edilecek bir ögesi, üzerinden zaman geçtiğinde “eğlenceli” olarak adlandırılabilir hale gelir (2015: 99).

Bourdieu, sınıflar arasındaki ilişkiyi bir çatışma ilişkisi olarak görür. Sınıfların habitusları da aynı şekilde bir çatışma ilişkisi kurarlar; dolayısıyla aralarındaki ilişkinin somutlandığı biçim “tahakküm ilişkisi”dir. Bourdieu, hakim sınıf beğenilerinin bazı özelliklere sahip olması dolayısıyla “meşru” hale geldiğini ifade eder. Ona göre hakim sınıfa ait özelliklere sahip olmayan sınıfların beğenileri, hakim sınıfın beğenisine göre aşağıda pozisyonlanır. Bourdieu’nün işaret ettiği özelliklere sahip olmanın birincil aracı eğitimidir.

Sınıflar arası ilişkilerin küçük burjuvazinin kültürel seçimleri üzerinden de incelenebileceğini gören Bourdieu, küçük burjuvazinin kültürel seçimlerinin, sınıflarının özelliklerini yansıttığını ifade eder. Küçük burjuva içinde “yükselişte olanlar”, burjuva kültürüne öykünmeye devam ederken aynı zamanda “ortalama beğeni” ya da “popüler

beğeni” ürünlerine yönelirler. Ailesi üst sınıfta olup da kendisi bu sınıfın dışında olduğu durumları yaşayan kimselerin beğenileri, burjuva beğenisine daha yakındır (Bourdieu, 2015: 104). Sosyal hiyerarşinin en üstünde duran burjuvazi, kendi beğenisini meşru beğeni olarak toplumun tüm katmanlarına geçerli ölçüt olarak sunma imkânına sahiptir. Burjuvanın beğeni, toplumsal olarak edinmiş olmasına rağmen beğenin doğal bir biçimde sahip oldukları bir yetenek olduğunu düşünürler ve düşündürürler. Toplumsal hareketliliğin odağındaki küçük burjuvazi ise, “heterojen” bir beğeni yapısına sahiptir; yukarı ve aşağı doğru hareketler bu heterojenliğin sürdürücüsüdür. Halk sınıfları ise Bourdieu’nün bakışında, “en homojen sınıftır” (Jourdan ve Naulin, 2020: 90-91). Bourdieu’ye göre bu sınıfın beğeni olarak ele alınabilecek “olumlu” bir olgu yoktur; “egemen zevkin indirgenmiş halinden ibarettir” (Jourdan ve Naulin, 2020: 91).

Kültürün doğumdan itibaren ailede başlayan ve eğitim süreciyle devam eden “bütüncül öğrenme” ve etkisinin kalıcılığı önemsiz olmayan “geç, metodik ve hızlandırılmış öğrenme” olarak iki biçimde edinildiğini ifade eden Bourdieu, ikinci türden öğrenme yoluyla, miras olarak görülen kültürle kurulan ilişkinin çarpık olacağını vurgular (2015: 105). Bourdieu’ye göre beğenin doğuştan gelen bir yetenek olduğunu iddia eden kesimin, bu yeteneğe sahip olduklarını da iddia etmelerinin önünde hiçbir engel yoktur. Buradan hareketle Bourdieu doğal beğeni ideolojisinin iki şekilde ortaya çıktığını belirtir: “birincisi, gündelik sınıf mücadelesi içinde gelişen tüm ideolojik stratejiler gibi, kültürün edinilme biçimindeki farklılıkları doğa farklılıklarına dönüştürerek gerçek farklılıkları doğallaştırmasına; ikincisi, oluşumuna dair izlerini en az taşıyanı, hiçbir biçimde ‘öğrenilmiş’, ‘hazırlanmış’, ‘hedeflenmiş’, ‘çalışılmış’, ‘okula dair’ veya ‘kitabi’ olmayanı, kültürle (ya da dille) girilen ilişkinin tek meşru biçimi olarak kabul etmesine, ama öte yandan da kolaylıkla ve doğal bir biçimde hakiki kültürün doğa olduğunu ortaya koymasına borçludur” (Bourdieu, 2015: 8).

Bourdieu herhangi bir nesnenin, bu nesneyi üreten ve tüketenlerin beğenisinden azade olmadığını, dolayısıyla hiçbir nesnenin nesnel olamayacağını ileri sürer. Ona göre beğenilerin üretimiyle malların üretimi arasındaki ilişki toplumsal sınıflar üzerinden okunabilir. Tüketim ürünlerinin sisteminde yaşanan değişikliğin beğeniye değiştireceğini belirten Bourdieu, beğeniye yaratan toplumsal koşullarda yaşanan bir farklılaşma nedeniyle beğenide oluşan değişimin, pazarı dönüştürme gücüne dikkat çeker. Değişip dönüşen beğeni, uygun ürüne yönelecek ve bu ürünün pazardaki rolü hızla değişecektir:

“... bir üretim alanı tarafından arz edilen ürünler ile toplumsal olarak üretilmiş beğeniler alanı arasında her an kurulan neredeyse mucizevi mütakabiliyete akıl erdirmek için, üretimin gereksinimlerle uyumlulaştırılmasını zorunlu kılan hakim beğeni varsayımına veya bizatihi beğeniye üretimin bir ürün kılan karşıt varsayımına başvurma mecburiyeti yoktur” (Bourdieu, 2015: 340-341). Bourdieu, beğenilerin çoklu oluşunun nedenini ürünlerin üretildiği koşullar ile beğenilerin oluşturduğu alanların bir mücadele içinde olmasında arar¹. Bu mücadelenin barındırdığı rekabet arz ve talep arasında sürekliliği olan bir değişim hareketine neden olur ve böylece beğeniler çeşitlenir. Bu durumun yarattığı pazar, yaşam tarzı pazarı, “beğeninini kendini gerçekleştirmesini sağlar.” Bourdieu, zaman ve mekânda verili koşulların arz-talebi şekillendirici özelliğini atlamamak gerektiğini hatırlatır. Ona göre sınıfların “ayrım” sağlayan nitelikleri farklı biçimlerde karşımıza çıkabilir. Örneğin;

“kültürel malların üretimi söz konusu olduğunda arz ile talep arasındaki ilişki, arzın her zaman sembolik bir dayatma etkisine sahip olduğu, özel bir biçim alır: Avangart bir tablo, siyaset programı veya fikir gazetesi gibi kültürel bir ürün, oluşturulmuş bir beğenidir; yani mevcut durumda neredeyse her zaman profesyonellere düşen bir nesnelleştirme çalışmasıyla, yaşanmışlığın belli belirsiz yarı-varoluşundan yarı dile getirilmiş ya da dile getirilmemiş olana, örtük, hatta bilinçsiz bir arzudan tamamlanmış ürünün tastamam gerçekliğine geçirilerek damıtılmış bir beğenidir” (2015: 339).

Bourdieu'nün yaklaşımının merkezinde tüketim ve yaşam tarzı değişikliğine dayanan bir toplumsal ayrım vardır. Bu yaklaşımı Bourdieu'nün beğeniye sınıfsal bir karakterle ele aldığını ortaya koyar: “Beğeni, tüketim tercihleri ve yaşam tarzı uygulamaları ... sınıf fraksiyonları ile ilişkilidir, bu da tarihin belirli bir noktasında belirli bir toplum içinde işleyen yapılandırılmış karşıtlıkları ve ince dereceli ayrımları ile beğeni ve yaşam tarzları evreninin haritasını çıkarmayı mümkün kılar” (Featherstone, 2007: 18).

Tüketimin beğenideki rolüne dair Bourdieu'nün sanat yapıtı sahibi olma üzerinden yaptığı analiz incelenebilir. Ona göre bir sanat ürünü sahibi olmak, beğeni sahibi olduğunu kanıtlamanın yollarındandır. Eğer birey bir sanat ürününe sahip olacak

¹ “... birbirinin yerini tutabilen beğenilere sahip tüketiciler ve tek biçimde algılanan ve değerlendirilen niteliklere sahip ürünler arasındaki soyut ilişkinin yerine, ortaya çıkışlarının iktisadi ve toplumsal koşullarına göre zorunlu bir biçimde farklılaşan beğeniler ve bu beğenilerin farklı toplumsal kimliklere sağladığı ürünler arasındaki ilişkiyi kurmak gerekir” (Bourdieu, 2015: 156)

ekonomik, kültürel ve sembolik sermayeye sahip değilse, buna sahip olabilecek özelliklere sahip kişilerce dışarda bırakılır. Bourdieu, bu türden bir sahipliğin “sembolik sermayeyi oluşturma ve biriktirme” noktasındaki benzersizliğini vurgular. Ona göre bu “ayırt edici işaretlerin ve iktidar sembollerinin doğal ‘ayrışma’, kişisel ‘otorite’ ya da ‘kültür’ biçiminde bedene işlemedir” (Bourdieu, 2015: 413). Bourdieu, ekonomik sermayeye sahip olması dolayısıyla sembolik sermaye birikimini önemseyen sınıfın beğenide tekelleşme eğilimi yarattığını ifade eder: “Aynı şeyleri başka türlü sevmek, başka şeyleri aynı şekilde sevmek, hayran olması daha zor şeyleri sevmek, beğenilerin sürekli dönüşmesinin temelinde yer alan tekrar etme, aşma ve yer değiştirme- stratejileri, ekonomik olarak daha az zengin dolayısıyla sembolik temellüğe yönelmiş olan tabi fraksiyonlara her zaman tekelleşme imkanı verir” (2015: 413). Bir sanat ürünü sahibi olma, sahip olanın hem ekonomik sermayesini hem de beğenisinin yüksekliğini ortaya koyması nedeniyle bir “meşruiyet” zeminidir. Bourdieu’nün beğeni yaklaşımında birbiriyle ilişkili üç özellikten söz edilebilir; beğenilerin oluşumu, beğenin yargısı ve beğenin gerekçelendirilmesi:

“İlki beğenilerin oluşumuyla ilgilidir ve çağdaş farklılaşmış beğeni kalıplarıyla sonuçlanan kurum ve mekânizmaların aranmasını içerir. İkincisi, öncelikle, başkalarının zevklerine ilişkin yargıların, güce ve ayrıcalığa hizmet eden sosyal bölünmeleri nasıl yarattığına ilişkin, bu farklılıkların sosyal hiyerarşi üzerindeki sonuçlarını anlamaya adanmıştır. Bu açıdan, daha iyi analiz için Bourdieu'nün tözsel ve kavramsal argümanlarının ayrıntılı eleştirisi esastır. Daha az yayın yapan ve daha az odaklı bir şekilde yaklaşılacak üçüncü bir sorunsal, beğenin gerekçelendirilmesiyle ilgilidir. Bourdieu'nün fiilen alakasız olduğu gerekçesiyle göz ardı edilmesinin bir nedeni, kültürel biçimlerin değerinin esasen keyfi olduğu ve toplumsal ve kültürel eşitsizliğin ampirik kalıpları açıklanırken göz ardı edilebileceği görüşünün reddedilmesidir. Bu, pek çok kılığa bürünür, ancak kültürel biçimlerin değeri hakkındaki iç tartışmaları bağımsız bir dinamiğe sahip olarak görenleri ve aynı zamanda söylemlerin ve temsil biçimlerinin iktidarın mikro-politikasının kalbinde yer aldığını düşünenleri de içerir” (Warde, 2008: 327).

Bourdieu’nün yaklaşımında beğenin önemli bir rolü “bütünleştirici bir sınıflama ilkesi” olmasıdır: “Toplumsal gerçekliğin nesnel yapısıyla bireysel tecrübenin öznelliği arasındaki hayati köprüyü oluşturan habitus kuramının merkezî kavramlarından ‘beğeni’,

failler açısından anlamlı evrenleri tanımlayan üretken ilkelerin tezahürüdür” (Tatlıcan ve Çeğin, 2014: 324).

Mark Fenster (1989:1), beğeni üzerine yapılan çalışmaların, analizlerin ve beğeni teorilerinin “kültürel biçimlerin anlamlandırma süreçlerini”, “öznelin ve özne gruplarının kendilerini nasıl konumlandığını” ve beğeni süreçlerine “nasıl dahil edildiğini anlamaya” çalıştığını belirtir. Bourdieu’nün “beğeniye ya da belirli meta türlerini tüketmeyi sevme eğilimini hem yapılandırılmış hem de yapılandırıcı olarak” ele aldığını ifade eden Fenster de beğenin, ikili bir yapıya sahip olduğunu vurgular (1989: 3).

Bourdieu’nün beğenin tanımlanmasıyla ilgili görüşleri kadar beğenin analizinde kullandığı yöntem de önemlidir: Beğenin ölçülmesinde ve değerlendirilmesinde mütakabiliyet analizini kullanır. “Mütakabiliyet analizi, ayrı ve ayırt edici yakınlıklar sistemi içinde ilkesini bulan, kendi aralarında sürdürdükleri ilişkiyle olduğu kadar onları üretimlerinin toplumsal koşulları ile bağlayan ilişkiyle tanımlanan, farklı tutarlı tercih kümelerini, art arda gelen bölümler halinde yalıtıma olanak sağlar” (Bourdieu, 2015: 385). Bourdieu, mütakabiliyet analizini ilk olarak *Beğenin Anatomisi (Monique de Saint Martin ile, 1976)* eserinde kullanmıştır. Bu çalışmada hakim sınıflar ve orta sınıflar arasında bir karşılaştırma çalışması gerçekleştirmiştir. Ayrım’da kullandığı analiz, bu ilk çalışmasına göre daha karmaşıktır: “Hakim sınıfların fraksiyonları, elle çizilerek vurgulanan çeşitli ‘birey bulutları’ (serbest meslek sahipleri, işadamları, vs.) ile gösterildi. Haritanın koordinatları (‘boyutları’) sermaye türleri olarak tanımlandı ve ortaya sermaye hacmi, sermaye bileşimi ve sınıf rütbesi olarak belirlenmiş üç boyutlu bir ‘sosyal uzay’ çerçevesi çıktı” (Göker ve Çeğin 2015: 12).

Bourdieu’nün beğeni çalışmasını anketler üzerine inşa etmesi, onun hesaplanabilir sonuçlara ulaşmak istediği çıkarımını yapmaya izin verir. Ancak aynı zamanda anket çalışması sınırlılıkları nedeniyle beğenin bazı insani yönlerini, özellikle de toplumsal eylemin sınırında bulunan ve toplumsal kökene nedensel olarak bağlı olmayanları gözden geçirir (Stewart, 2013). Stewart, David Swartz’ın bu durum için habitusa odaklanmanın “uygulamayı yöneten diğer ilkeleri” kaçırmaya neden olduğu tespitini hatırlatır: Anlık durumların (duygusal dürtüler, empati, öfke vb.) beğeni yargısını etkileyebileceğini ve kişiyi “aşırı kutuplara doğru” tetikleyebileceğini iddia eder.

Stewart (2013: 89-100). Bourdieu'nün beğeni yaklaşımına dönük eleştirilen bazılarını ortaya koyar: Bu eleştirilerin ilki Bauman'ın *Akışkan Modernite* adlı eserinde Bourdieu'nün 1960'ların sonunda yaptığı çalışmanın anlık bir görüntü ortaya koyduğunu belirttiği eleştiridir. Bauman'a göre Bourdieu'nün ele aldığı verili dünyada;

“Her sanatsal sunum belirli bir sosyal sınıfla uyumluydu ve sınıflar arasında net sınır çizgileri sağlamaya hizmet eden beğeni kalıpları vardı. Sınıflar kendi zevklerini karıştırmazlardı ve ... Bourdieu'nün meşru beğeni tasvirinde gördüğümüz gibi, yüksek statülü gruplar güzeli ve iyiyi tanımlayabilecek bir konumdaydılar ve bu meşrulaştırma eylemini kendilerini sosyal hayatta kendilerinin altındakilerden ayırmak için kullandılar” (Bauman, 2013: 89).

Bourdieu sanat/kültür ürünlerinin bir sınıf için üretildiğini ve sınıfların arasındaki ayrımı görünür hale getirdiğini ifade eder. Bauman'a göre “Bourdieu'nün *Distinction*'ında kültür kendini bilinçli olarak sınıf farklılıklarını işaretlemeye ve korumaya yarayan faydalı bir araç, yani sınıf farklılıklarının ve sosyal hiyerarşilerin oluşturulması ve korunması için icat edilmiş bir teknoloji olarak ifade eder” (Bauman, 2015: 6). Bu sınıfların tükettikleri ürünler birbirinden biçim ve içerik açısından farklıdır ve birbiriyle karıştırılamazlar: “Seçkin zevkler, doğası gereği 'yüksek kültür', orta sınıfa özgü ortalama ya da düşük zevkler ve alt sınıflar tarafından el üstünde tutulan kaba zevkler vardı ve bunları birbirine karıştırmak ateşle suyu karıştırmak kadar zordu” (Bauman, 2015: 6). Bauman, kültürün 18. yüzyılda edindiği bilinç oluşturma, toplumsal düzeni koruma ve yeniden üretme rollerinin katı modern döneme ait olduğunu ve sıvı faza geçen modern dünyada bu rolden sıyrıldığını ifade eder. Bauman, bu rol değişiminin kültürel elitlerin de değişmesine yol açtığını belirtir. Artık kültürel elitler “tüketim toplumunda trendleri belirleme ve başkalarını onları benimsemeye ikna etme” rolüne sahip kişilerden oluşur (Stewart, 2013: 90). Bauman, Bourdieu'nün kültür kavramına yaklaşımın, Ayrım'a kadarki yaklaşımları temelden sarsan bir etkisi olduğunu vurgular (Bauman, 2015: 8). Bunun yaşanan toplumsal değişimlerle de ilişkisinin altını çizen Bauman, Bourdieu'nün tarihsel olarak kültür ve statüko ile arasında bir denge² kurulduğu süreçte (Bauman'ın modernliğin katı

² “... statükonun hizmetinde, hızla yaklaşan ve kaçınılmaz bir şekilde pozisyonunu kaybetmeden hemen önce, toplumu tekdüze bir şekilde yeniden üretirken ve sistemin dengesini korurken ki dengede” (2015: 13).

evresinden sıvı evresine geçiş olarak tanımladığı; bkz. Bauman, 2015: 13) kavramı çalışmaya başlamasının etkisini belirtir:

“Bourdieu'nun daha önce belirttiği gibi günümüzde kültür, ayartma ve baştan çıkarma yoluyla çekici ve cezbedici şeyler ortaya koymakla meşguldür; polis gücü yerine halkla ilişkiler (PR) kullanarak ve yeni görevler değil, yeni ihtiyaç ve istekler üretmek, tohumlarını atarak ve büyütürük. Eğer günümüzde kültürün dengeleyici rolü ile ilgili bir şey varsa, bu mevcut durumun korunması değil, sürekli değişim için karşı konulamaz bir taleptir (her ne kadar aydınlanma döneminden farklı olarak, yönü olmayan ya da önceden belirlenmemiş bir yönde olsa da)” (2015: 15).

Stewart'ın Bourdieu'nün yaklaşımına dair tespit ettiği eleştirilerden ikincisi omnivor (hepçil) tezidir. Peterson'un ortaya attığı hepçillik tezi, 1980'lerde sonra yaşanan toplumsal değişimlerin beğeni üzerinde yarattığı etkiye bir açıklama getirme girişimidir. Peterson, müzik üzerine yaptığı çalışmalarda, klasik müzik ve opera tercih eden kültürel elitlerin müzik beğenilerinin sınırlarının silikleştiğini tespit eder. Stewart, hepçilliğin beğeni hiyerarşisini tamamen ortadan kaldıracığı inancını taşımaz: “Yüksek statülü grupların yararlandığı kültürün kapsamı ve içeriği, kültürel hiyerarşilerin kalıcılık ve kaçınılmazlık duygularını yitirdiği bir tüketim toplumunun talepleri doğrultusunda değişmiş olsa da beğeni ifadeleri hala sosyal gruplaşmalar arasındaki farklılıkları doğrulamaktadır” (2013: 92). Stewart, yüksek konumdaki grupların sıradan olana yaklaşırken, konumunu sürdüren bir eğilim içinde olduklarını ve sembolik sınırları korumaya devam ettiklerini ifade eder.

Stewart'ın tespit ettiği üçüncü eleştiri Staphanie Lawler tarafından ortaya konan, beğeniyi orta sınıf kimliği üreticisi olarak değerlendirdiği başlıktır; “...kamu burjuvazisinin, büyük ölçüde ne olmadığıyla tanımlanan normatif, arzu edilir bir orta sınıf kimliği ürettiğini savunuyor. Bu kimliğin arzu edilirliliği, bu nedenle, orta sınıflarla ilişkili herhangi bir özel niteliğe atfedilmez. Bunun yerine, tiksindirici ve iğrenç olarak görülen işçi sınıfı kültürünün ötekiliği ile ilişkili olarak tanımlanır” (Lawler, 2005: 93). Lawler, orta sınıfın işçi sınıfına yaklaşımının olumsuz olmasının yeni olmadığını, ancak bu olumsuz yaklaşımın yerini iğrenmeye bıraktığını ifade eder; bu iğrenme ahlaki bir eleştiriye dönüşür ve bu durum beğenin eksik olduğu fikrini yaratır: “Orta sınıfın dokunmadığı şey, kültürel değeri olmadığı düşünülen, ancak beğenin sınır belirteci olarak hizmet eden 'kurucu sınır'dır” (Stewart, 2013: 94).

Bourdieu'ye dönük bir diğer eleştiri, Bourdieu'nün tezinin Fransa öznelliğine dayandığı yönündedir. Fransa'nın toplumsal yapısı nedeniyle özgül koşulları olduğunu ifade eden bu eleştirinin kaynağı isimler (örn. Bennett, 2009; Jenkins, 2002: 148; Lamont, 1992; Turner ve Edmunds, 2002), Bourdieu'nün çalışmasının başka yerde böyle bir sonuç oluşturmayacağını iddia ederler. Bu eleştiriye getirenler Fransa'nın içinde dahi aynı sonuca ulaşmanın olanaksızlığına işaret ederler; Paris odaklı yapılan bu çalışma, yalnızca Paris koşullarını ortaya koyar. Bourdieu'nün yaklaşımının başka bir yerde sınanması için tüm değişkenlerin yeniden ele alınması gerektiğini ifade ederler. Turner ve Edmunds (2002), Bourdieu'ye yönelik eleştirilerden bir diğeri olan "Ayrım'ın modası geçti" yönündeki ifadeleri ele alır. Jenkins, Ayrım'daki verilerin güncelliğini koruyamadığını düşünür. Bir başka eleştiri noktası da Bourdieu'nün verili koşullarda ele aldığı durumun, toplumsal değişimlerle dönüştüğünün görmezden gelinmesidir. Turner ve Edmunds, bu eleştiride Bourdieu'nün teorisini geliştirdiği dönemde geçerli olan bir anlayışın günümüz koşullarında geçersiz kaldığını ileri sürer.

Stewart, "Nicholas Garnham ve Raymond Williams" öncülüğünde Bourdieu'nün determinist olduğu yönündeki bir diğer eleştiri kanadını ortaya koyar. Bourdieu'nün habitus kavramının, kişilerin değiştiriciliğini baskılayan bir yapısı olduğunu ileri süren bu yaklaşımda "Bourdieu'nün modelinde, pratikleri nihai olarak egemen düzeni yeniden üretmeye hizmet eden sembolik bir güç mücadelesindeki stratejilerden başka bir şey değilse, failerin doxa'nın dışında düşünmeleri nasıl mümkün olabilir?" sorusu üzerinden değişimin olanaksız görüldüğü ortaya konulmaya çalışılır (Stewart, 2013: 97). Bourdieu'nün yaklaşımının determinist olduğu yönündeki eleştirilen üzerinde duran bir başka çalışma Turner ve Edmunds'un çalışmasıdır. Turner ve Edmunds (2002), Bourdieu'nün 1960'larda yaptığı kültür ve sınıf analizinin, dönemin Marksist havasının etkisinde kaldığını ve "bireysel yaşam kalıplarını oluşturma ve benimsemede bireysel seçim olasılığını" yok saydığının altını çizer. Bu eleştiri Lamont (1992) tarafından da "maddi olmayan sınırların ve ulusal faktörlerin" etkisini görmezden geldiği yönündeki eleştiriyle desteklenir.

Stewart'ın sıraladığı bu eleştirilere ek olarak birkaç başlıktan daha söz edilebilir. Örneğin Swartz, Bourdieu'nün beğeninini yarattığı ayrımı ortaya koyduğu tezini radikal bulur: "Sanatsal beğenilerden giyim tarzlarına, yeme-içme alışkanlıklarından dine, bilime, felsefeye, hatta bizatihi dile kadar bütün kültürel simgelerin ve pratiklerin, çıkarları

somutlaştırdığını ve toplumsal ayrımları pekiştirme işlevi gördüğünü söyler” (2011: 18). Gronow, Bourdieu’nün ortaya koyduğu beğeni yapısının her türden beğeniye açıklayamayacağını ifade eder. Örneğin moda, Bourdieu’nün yaklaşımı ile ele alınamayacak kadar yüksek bir değişim hızına sahiptir; moda değiştiğinde eskide kalan da aynı hızla unutulmaya mahkumdur (Gronow, 1997: 25).

Bourdieu’nün habitusu, Zeynep Arsel ve Jonathan Bean’e göre “katı sosyal sınıf hiyerarşisi” olarak değerlendirilmiştir. Bourdieu’ye göre beğeni sosyal olarak “yapılandırılırken” aynı zamanda kişinin sosyal hiyerarşideki konumunu da yansıtır. Arsel ve Bean’e göre bu hiyerarşinin kaynağında habitusun yapısı vardır: Habitus “uygulamaların 'doğruluğunu' ve zaman içinde sürekliliğini, tüm resmi kurallardan ve açık normlardan daha güvenilir bir şekilde garanti etme eğiliminde olan algı, düşünce ve eylem şemalarını’ kaydeder” (Arsel ve Bean, 2013: 900).

Bourdieu’nün beğeniye yaklaşımının dışındaki beğeni yaklaşımlarının bazıları, Seymour’a göre “kültürün eşitlenmesi ve rasyonelleşme, demokratikleşme ve sanayileşme süreçlerinin bir sonucu olarak” görülür ve ona göre bu durum beğeniye “standartlaştırır” (2004: 15). Beğenin standartlaştırıcı olduğu iddiası, Bourdieu’nün açıkladığı beğeniye oluşturan öğeleri ve değişkenleri yok sayar. Bir başka yaklaşım ise, “sosyal sınıflar, cinsiyet, ırk” gibi toplumsal süreçlerin, bireyin kimlik inşa sürecindeki etkisini kaybettiğini ileri sürer. Seymour, bu yaklaşımın postmodern olduğunu belirtir: “Bu düşünce akımının bazı versiyonlarında, bireyler tamamen atomize edilmiş ve köksüz olarak değil, değişen grup ve ittifakların üyeleri olarak (Maffesoli, 1988), bireyci bir toplumdaki ziyade bir tür kabile toplumu olarak düşünülür” (2004: 15).

Gökmen Özmenteş, Bourdieu’nün analizlerindeki hiyerarşinin “eğitim ve gelir düzeyi” temelinde gerçekleştiğini ve Gans’ın literatüründe de bu sınıflandırmanın beğeni kitlesi olarak adlandırıldığını ifade eder. Özmenteş’in beğeni kitlesi olarak tercüme ettiği, bu çalışmada beğeni kamusu olarak ifade edilen *taste public*, Özmenteş’e göre, “beğeni kültürünün failleri”dir. Bu yaklaşım, “toplumu beğenileri açısından sınıflamaya ve her bir sınıfı belirli özellikleri üzerinden isimlendirmeye” yönelir. Bu yaklaşıma “beğeni ve tercihleri kişilerin beyanına dayanarak aldığı için, evrenselleştirici tekelin ya da sosyal pozisyona uygunluğun zorlamasıyla olanı değil olması gerekeni beyan etmek gibi bir risk

faktörünü yüksek düzeyde içerip yine gerçek beğeni kitlelerine değil, kağıt üzerinde inşa edilmiş teorik beğeni kitlelerine işaret etmektedir” (2019: 152-153).

Beğeni çalışmalarının en önemli ismi olan Bourdieu'nün yaklaşımı birçok tartışmanın fitilini ateşlemiştir. Bu alanda yapılan en kapsamlı çalışma olmasıyla da başvuru kaynağı olarak itibarını korur. Bourdieu'nün yaklaşımı, sınıfı ve sınıf dinamiklerini merkeze almış ve beğeniye bu mücadele çerçevesinde değerlendirmiştir.

1.1.2. Herbert Gans: Beğeni Kültürleri ve Beğeni Kamuları

Herbert Gans, beğeni olgusunun çoğul olduğunu ifade eden yaklaşımlara sahip isimler arasında öne çıkar. Beğeniye, beğeni kültürleri ve beğeni kamularının birlikte ele alınmasıyla açıklayan Gans, toplumsal sınıflarla uyumlu bir beğeni hiyerarşisinin de üzerinde durur. Lewis, beğeni kültürlerini “benzer seçimler yapan benzer insanların kümeleri ve aynı kişiler tarafından seçilen benzer içerik kümeleri” olarak tanımlayan Gans'ın yaklaşımının, beğeni üzerine geliştirilen çoğul yaklaşımlar arasındaki en bilimsel yaklaşım olduğunu iddia eder (Lewis, 1977: 41). Gans'ın beğeniye ele alırken başvurduğu “etnik köken, din, bölge, yaş ve sosyal sınıf” gibi değişkenlere dikkat çeken Lewis, Gans'ın çalışmasının ortaya konduğu dönemde ABD'nin kentleşme ve sanayileşme süreci ile biçimlendirildiğini ifade eder (1977: 41). Gans, etnik köken, din, coğrafya, yaş ve sınıf gibi kültürü belirleyecek birçok faktörden bahseder, ancak ona göre bu faktörlerin yaş ve sınıf dışında kalanları hızla değişebileceği için en önemli belirleyiciler bu ikisidir (Denisoff ve Levine, 1972).

Gans, yüksek kültür ve kitle kültürü ya da diğer bir ifadeyle popüler kültür ayrışmasının geçersiz olduğunu, kültürü bu biçimde ikiye ayırarak değerlendirmenin mümkün olamayacağını iddia eder. Bu biçimde bir kategorizasyon toplumu iki temel gruba yarılmış şekilde ele alır ve ara katmanları da yakın olduğu grup ile sınıflama eğilimi gösterir. Gans'a göre toplum heterojen gruplar içerdiği için kültürünün bu biçimde ikiye yarılamayacağını beğenin de aynı şekilde dikotomik şekilde ele alınamayacağını vurgular. Gans'a göre yaygın şekilde kullanılan kitle kültürü kavramının basitleştirici bir yönü vardır, bu nedenle popüler kültür kavramını kullanır. Kitle kültürü kavramsallaştırmasının olumsuz çağırışını nedeniyle kullanmayan ve popüler kültür kavramını tercih eden Gans'a göre hem yüksek kültür hem de popüler kültür aslında birer beğeni kültürüdür. Popüler kültür “farklı eğitim ve zevklere sahip” kullanıcılara hitap

edecek içeriklere sahiptir. Gans'ın beğeni kültürleri kavramı kişilerin “eğitim düzeyleri ve sosyal geçmişlerine” uygun tüketime işaret eder. Crane'e göre, Gans'ın ortaya koyduğu tanımıyla “bir beğeni kültürü, kültür için değerler ve estetik standartlar, bu değerleri ifade eden kültürel formlar ve bunların ifade edildiği medyadan oluşur” (2008: 1).

Yüksek kültür-popüler kültür arasında yapılan ayırım aracılığıyla toplumsal sınıflar arasındaki hiyerarşi yeniden ve yeniden üretilmektedir. Gans bu ayırımın görelisi olarak geçerliliğini sürdürdüğünü ileri sürer. Bu yaklaşım Gans'ı yüksek-popüler kültür tartışmalarının bir tarafı haline getirmez. Gans, yüksek kültür-popüler kültür ayrışmasında popüler kültür tarafında saf tuttuğunu ifade eder.

Ollivier ve Fridman, Gans'ın popüler kültürün olumsuz anlamla kullanımını reddettiğini hatırlatır. Onlara göre Gans'ın kültürel çoğulculuk adı verdiği yaklaşımda, tüm kültürlerin eşit değere sahip olduğu vurgulanır. Gans'a göre popüler kültür pek çok insanın beğenilerini ifade eder. Gans herkesin kendi beğenisini yansıtmaya özgürlüğüne ek olarak kendi kültürlerini yaratma hakkının da altını çizer. Gans'a göre hem yüksek kültür hem de popüler kültür, beğeni kültürleridir. Her beğeni kültürü birbiri ile eş değere sahiptir ve her beğeni kültürü: “kendi kitlelerinin sınıflarını ve özellikle eğitim durumlarını yansıtmaktadır” (Gans, 2012: 14).

Gans, kültür ve sınıflar tartışmasına önem verir. Kültürün oluşumunda ya da kişilerin seçimlerindeki sınıf aidiyetlerinin merkezi bir rolü vardır. Toplumsal sınıflar arasındaki konumlanış katı sınırlarla çizili değildir; değişip dönüşen, geçişken bir yapısı vardır. Bu açıdan beğenide sınıfın rolünün önemini yadsımadan, beğenin oluşmasındaki tek kriterin sınıf olmadığı ortaya konulur. Gans'ın yaklaşımında sınıf merkezi bir konumdadır, ancak bu yaklaşımın sınıf kadar önemli bir başka ögesi de eğitimidir. Gans'a göre kişinin eğitim aldığı kurumun niteliği, başka birçok değişkenden çok daha belirleyicidir. Beğeni kültürlerinin değerlendirilmesinde en önemli ölçüt “eğitim süreci veya miktarı”dır:

“... toplumumuzda estetik ölçüler ve beğeni hem evde hem de okulda öğretilir. Yeni eğitimindeki edinimleri ve gittiği okulun türü bir insanın kültürel seçimini tahmin etmemiz açısından herhangi bir göstergeden herhalde çok daha değerlidir. Bunların ikisi de bireylerin (ve ailesinin) sosyoekonomik düzeyiyle yakından ilişkili olduğu

için, beğeni kültürlerinin ve kamularının aralığı, Amerikan toplumundaki sınıfların aşama aralığını izler” (Gans, 2012: 105).

Gans’a göre popüler kültürün heterojen bir toplama; yüksek kültür ise homojen gruplara hitap eder: “Popüler kültür izleyicisi daha geniş olduğu için aynı zamanda daha heterojendir de ve her ne kadar yüksek kültür kamusu kendi beğenilerinin kişiselliği ile övünüyor olsa da, aslında popüler kültür kamularından daha homojendir” (Gans, 2012: 45). Toplum sınıflar ve katmanlardan oluşan bir olgu olarak ele almak, popüler kültürü, tek bir olgu olarak değil, birden çok popüler kültür olarak ele alınmasına olanak sağlar. Popüler kültürler ve yüksek kültürün hepsine beğeni kültürleri ismini veren Gans’a göre “bunların her biri paylaşılan ya da ortak estetik değerler ve beğeni ölçütleri içerir” (2012: 22). Gans estetik değerlerin birbirinden farklı olmasının, yüksek kültür veya popüler kültürün birini, diğerlerinden daha kıymetli hale getirmediğini vurgular:

“Beğeni kültürleri, değerlerden ve bu değerleri yansıtan kültürel içerik seçimlerinden oluşur. Gans'a göre, beğeni kültürleri hem yaşamı eğlendirmek, bilgilendirmek ve güzelleştirmek hem de beğeni ve estetik değer ve standartlarını ifade etmek için işlev görür. Farklı, tanınabilir beğeni kültürleri oluşur, çünkü bir kültürden içerik seçimleri rastgele değil, kalıplıdır. Benzer değerlere ve estetik standartlara dayalı olarak, kültürel seçimler birbiriyle ilişkili olma ve sendromlar oluşturma eğilimindedir” (Fox ve Wince 1975: 199).

Gans, yekpare kültür bakışını reddeder; kültürel katmanları oluşturan seçimleri incelemeyi önerir. Bu seçimlerin kişinin hangi özellikleriyle ilgili olduğu da bu incelemenin bir başka yönüdür: “Bir kimsenin beğeni kültürleri arasında yaptığı seçim, hem genellikle sınıf, yaş, din, ırk, etnik birikim, bölgesel köken ve oturulan yer gibi pek çok etkene, hem de belli kültürel içeriklere ilgi gösterme biçiminde ortaya çıkan kişilik özelliklerine bağlıdır” (2012: 104). Gans’a göre beğeni kültürleri genel olarak, kendisinin çeşitli içeriklere sahip olduğunu düşünüp kendi dışındakilerinse tek örnek olduğunu ileri sürer. Yenilikçi eğilimlerden söz etmek mümkün olsa da eğer bu yenilik, katılımcılarda karşılık bulmazsa o zaman hem yenilik hem de yeniliği getiren reddedilir. Bennet Berger, Gans’ın yaklaşımının çoğulcu yaklaşımının altını çizer: “ahlaki ve estetik standartlar farklılaşmış sosyal grupların ifadeleridir ve elitlerin kendi standartlarını olumlamaları ve diğer standartları hor görmeleri bariz bir şekilde kendi kendine hizmet eder” (Berger, 1977: 662).

Gans'ın yaklaşımının temel amacı popüler kültürün zararlı olduğu kanısının geçersizliğini ortaya koymaktır. Gans hem yüksek kültüre hem de popüler kültüre eş değer vererek bu iki kültürün kitlelerinin birbirinden farkını göstermek ve popüler kültürün “zarar” yarattığı ileri sürülen özelliklerinin toplumsal karşılığını tespit etmektedir. Paul M. Hirsch'e (1976: 487) göre yüksek kültür, eğitilmiş bir elitin, sınıf temelli beğeni kültürüdür. Popüler olan beğeniler daha az eğitim gerektirir ve dolayısıyla daha geniş bir kitleye seslenir. Hirsch, popüler beğeni kitlesinin, yüksek kültürle ilişkilendirilmesini beklemenin gerçekçi olmadığını ifade eder. Ona göre yüksek eğitim ve yüksek gelir, insanları yüksek kültüre yakınlaştırabilir.

Gans'a göre izleyicilerin yalnızca kültürü ürünlerini tüketen kişiler olarak görülemeyeceğini belirtir ve onları “kullanıcı” olarak adlandırmayı tercih eder (Fenster, 1989: 5). Gans, yaratıcı ve kullanıcı arasında yaptığı ayrımın yüksek kültür ve popüler kültür için ayrı ayrı değerlendirilmesi gerektiğini söyler. Gans'a göre beğeni kavramsallaştırmasının temelinde kültür ve kültürlenmiş insan arasındaki fark vardır. Bu durumda beğeni bir “soyutlama” olacaktır: “Beğeni kültürü kavramı bir soyutlamadır; kültürü, onu ‘uygulayan’ insanlardan ayırır” (Gans, 2012: 23). Gans beğeni kültürünün “yaratıcıları, kullanıcıları” ayrımını yaparken, beğeni kültürü ürünlerini kullanıcıya ulaştıran “sağlayıcı”ları da atlamaz. Gans'a göre beğeni kamuları kavramı da aynı şekilde bir soyutlamadır. Benzer beğenilere sahip “kullanıcılar” örgütsüz, dağınık bir toplum olsa da bir kamuyu oluşturur. Gans beğeni kültürlerinin de arkasındaki beğeni kamularının da toplumsal sınıflara göre değişiklik gösterdiğini ifade eder. Sınıflar arasında beğenin farklılaşması, her sınıfın kendi beğenisini yansıtmıştır. Gans bu beğenilerin “yaş, cinsiyet ve ırk gibi etmenlerden” yoğun şekilde etkilendiğini belirtir. Gans' göre beğeni kamuları da beğeniler gibi “sınıftan sınıfa” değişir (2012: 23). Uğur Zeynep Güven (2016), beğeni kamusu yaklaşımıyla elitist yaklaşımlar arasındaki farkın bir konuyu inceledikleri bakış açısının farkı üzerinden açıklar: Bir kültürel ürünü beğeni kamusu bakışıyla okumak o ürünün kullanıcıyla arasındaki ilişkiye odaklanırken, diğeri kültürel ürünün güzel olma kriterleri üzerine yoğunlaşır.

Gans beğeni kamularını “Benzer nedenlerle benzer seçimler yapan ve bu nedenle aşağı yukarı aynı zevklere ve estetik standartlara sahip olan insanlar topluluğu” olarak tanımlar (1985: 17). Beğeni kamuları, “benzer yaşam biçimi işaretleyicilerini” kullanır. Müzik tercihleri bunlardan biridir: “Beğeni gruplarının oluşmasında ortak bir sembolik göstereni

müzik oluşturur. Müzik çevresinde oluşan beğeni gruplarında, ortaklığı sağlayıcı müzik türü tercihi, bu müzik türü çevresinde bir araya gelen bireylerin yaşam biçimlerine ilişkin de bir simge halini alır” (Çerezcioglu, 2013: 165). Beğeni kültürleri “farklı beğeni kitlelerine sunulan tüketim mallarının yanı sıra sanatlar dizisi, eğlence ve bilgi biçimleri”dir (Gans, 1985: 17-18). Beğeni kültürlerinin paylaşan insanlar bir grup oluşturmaz³. Beğeni kamusu olarak adlandırılan bu paydaşlar, benzer içeriklere yönelen benzer değerlere sahip kimselerdir. Güven’e göre “(ü)st-orta, orta-orta ve alt-orta tabakalara denk gelen beğeni kamuları, bu beğeni kamularının tiyatro, sinema, müzik, edebiyat gibi güzel sanatlarla ilişkin tercihlerinin analizi ile, popüler ürünlere (televizyon film ve dizileri, internet video ve kanalları, vb.) ilişkin yaklaşım ve tutumlarının değerlendirilmesi” birer “kültürel metin” olarak ele alınmalıdır (Güven, 2016: 75).

Richard D. Dixon (2008), Gans’ın beğeni kültürleri ve beğeni kamuları kavramlarının “kitleleştirme” anlayışına bir itiraz olduğunu dile getirir. Dixon, beğeni kamularından hareketle beğeni kültürlerini şöyle tanımlar: “benzer nedenlerle kültürel içeriğin alt kümelerine yönelik eğilimleri paylaşan bireylerin genel olarak örgütlenmemiş kümeleri” (2008: 2). Gans’ın beğeni kültürleri çalışmasındaki verilen kaynağı “nüfus sayımı, tüketici anketleri, yaşam öyküleri, derinlemesine görüşmeler, odak grup, etnografik araştırma kümeleri ve endeksleri belirlemek için gerekli nicel teknikler”dir (2008: 2).

Beğeni kültürü ve beğeni kamuları kavramsallaştırması birbirinden farklı meselelere odaklanmaz. Gans’a göre bu iki kavram “aynı bütünsel beğeni yapısının parçaları”dır (2012: 137). Beğeni kamularından azade bir beğeni kültürü eleştirisi Gans’a göre eksiktir. Beğeni yapısı toplumsal yapının içinde oluşur; “farklı kamular ve kültürler arasında” var olan ilişkileri ortaya koyar:

“Bütün beğeni kültürleri ve kamuları, beğeni yapısı diyebileceğimiz, kültürler ve kamular arasındaki ilişkileri kuran ve kolaylaştıran bir bağlamın içerisinde, hep beraber varlıklarını sürdürürler. ... bir beğeni kültürünün birden fazla kamuya hizmet etmek durumunda olabilmesidir. Ancak bir beğeni yapısının bulunmasının en önemli nedeni, içinde bulunduğu toplumun doğası, özellikle de aşamalı

³ “Her ne kadar bir beğeni kamusunu oluşturan insanlar zaman zaman bir grupmuş gibi davransalar da –örneğin sevilen bir televizyon programının yayından kaldırılmasını protesto etmek için-, bunlar kendilerini gerçek bir bütün olarak algılamazlar” (Gans, 2012: 104).

sosyoekonomik yapısıdır. Bütün beğeni kamuları ve kültürleri bu aşamalı yapıya katılır ve ondan etkilenir; beğeni yapısının kendisi de aşamalıdır” (2012: 142-143).

Gans, kültürün insanın isteği ve ihtiyacı olduğunu belirtir. Kişiler, sınıflarından hareketle, bu ihtiyaçlarını giderecek çeşitli yollara başvururlar: Gans’a göre, “insanların kurgu ve kurgusal olmayan kitaplar, filmler, müzik, dans ve sanatın yanı sıra televizyon programları, arabalar, spor, hobiler ve benzerlerindeki seçimlerinin hem seçimleri hem de kültürel özellikleri nedeniyle birbiriyle ilişkili olduğu” yaklaşımı güncelliğini korur. Gans, kültürel seçimlerin bireyin sınıfıyla ilişkisini ortaya koymaya çalışır, ancak bu çalışması, tüm kültürel seçimlerini açıklama iddiası taşımaz: “Sınıf, insanların tercih ettiği müzik türlerini etkilerken, müzikten hoşlanmak bir sınıf meselesi değildir. Ayrıca, sınıf tek başına insanların neden belirli müzik türlerini sevdiğini açıklayamaz” (1985: 20). Gans, beğenin oluşumunda eğitim ve sınıfın belirleyiciliğini vurgular; ona göre insanlar kendi eğitim düzeylerine ve sınıflarına “uygun” beğeniye sahiptir, ait olmadıkları eğitim ve sınıfın beğenisine sahip olamazlar. Ona göre herkes yüksek kültüre uygun şartlara sahip olduğunda, yüksek kültür standartları evrenselleşebilir. Ekonomik ve eğitimden kaynaklanan bu farklar giderildiğinde o zaman yüksek kültür standartları geçerli olabilir. O halde bu farklılıklar sürdüğü müddetçe, herkes iyi olduğunu düşündüğü şeyi seçebilir. Bu durumda her beğeni kültürü eşit derecede kabul edilmelidir.

Gans, gençlerin kültür için harcayabilecekleri para ve zamanlarının oluşu, onları kullanıcı olarak önemli bir yerde konumlandırır. Gençlerin bu özelliği, farklılığa yönelik bir arayışın da kapısını aralar:

“Gençler yeniliklerin ana taşıyıcılarıdır – en azından değişen toplumlarda ve kendileri yeni kültürel buluşlar yapmasalar bile yeniliklere hemen üşüşürler. Bunu biraz kendilerini öteki yaş gruplarından ayırdıklarını, birbirlerine bağlı bir yaş grubu olduklarını göstermek için yaparlar, ama biraz da özellikle Batı toplumunda ve özellikle varlıklıysalar, bir eğlence sınıfı oldukları, yeniliğe gereksinim duydukları için; belki de ancak o kadar kültür yükü kaldırabildiklerindedir. Bütün bunlara karşın, çeşitli beğeni kültürleriyle kamularının arasındaki farkın ana kaynağının sosyoekonomik düzey ya da *sınıf* olduğunu görüyoruz. Sınıf konumunu tanımlamak üzere toplumbilimcilerin en sık kullandığı üç kıstas arasında- gelir, meslek ve eğitim- eğitim en önemli etkendir” (Gans, 2012: 104).

Stuart Hall ve Paddy Whannel, kültürel beğenileri için para harcama özgürlüğüne sahip bireylerin, ekonomik temelde yükselen bir devinim yarattığını ifade eder. Onlara göre bu küme “evli olmayan gençler”den oluşur. Bu kümenin beğenisi “sosyal yaşamı, grup ya da çetenin ya da kligin girişkenliğini, boş zaman ve eğlenceyi ve sağlanan genç kültürünün tüketimini yansıtan tüm mal ve hizmetlerde yoğunlaşmıştır” (2005: 24)

Gans’a göre toplumun beğenisi verili koşullarda şekillenir: “... bir toplumun estetik ölçüleri, o toplumun öteki özellikleriyle ilgilidir; yani bir avcı kabilesinin güzellik, sanat ve serbest zaman anlayışının, bugünün fabrika işçilerinininkinden ya da aydınlarınkinden değişik olması beklenir. Homojen toplumlar pek az kültürel çeşitlilik sunar; çoğunlukla bir tek güzellik kavramı, bir tek sanat biçimi (sıklıkla dinsel), bir tek ev döşeme yöntemi geliştirirler” (Gans, 2012: 101). Homojen topluluklarda çeşitlilikten söz etmek mümkün değildir.

Beğeni kültürleri ve beğeni kamularının içinde geliştiği toplumun aşamalı yapısına paralel olarak, aşamalı bir beğeni yapısı olduğunu belirten Gans, insanların beğenilerini bu aşamalardan kendine komşu olanlar ile ilişkilendiğini ileri sürer; buna “kültürel uzanım” adını verir. Uzanımlar, aşamalar arasında aşağı ya da yukarı doğru olabilir:

“Yukarı uzanım, insanlar ‘statü arayışı’ içinde ya da çocuklarının kültürel hareketliliğini desteklemek amacıyla ‘daha yüksek’ bir kültürden seçim yaptıklarında olduğu gibi, kimi zaman açıkça statü değiştirme dürtüsünü içerir. Aşağı uzanım ise çoğu zaman kültürel alışkanlıklardan uzaklaşma isteği ya da boşalma gereksinimi ile açıklanmış, haklı kılınmıştır. Bununla birlikte, aşağı uzanım, en azından yüksek kültür kamuları arasında, öteki kültürlerin alçak konumuyla sınırlıdır- kendiliğinden öyle bir düzenleme getirilir ki yalnızca çok az sayıda aşağı kültür ürünü yüksek kültürlerin uzanımına elverişli olarak tanımlanır” (Gans, 2012: 143).

Gans, beğeni kültürünün kabaca üçe ayrılabileceğini (“asil, orta/sıradan ve kültürsüz”) ancak kendi yaklaşımının yüksek kültür, üst-orta, alt-orta ve iki ayrı aşağı kültür olarak beşli kategoriye sahip olduğunu belirtir (2012: 22). Gans beğeni kültürleriyle/kamularıyla diğerleri arasındaki farkın temelinde “sosyoekonomik düzey ya da sınıf” olduğunu belirtir (2012: 104). Beğeni kültürleri ve kamularının birbiri ile ayrıldığı ve benzeştiği noktalar Gans tarafından ayrıntılı biçimde ele alınmıştır. İlk olarak yüksek kültür kamusunu ele alır: Bu kamunun ayırıcı özelliği olarak gördüğü “yaratıcı ve eleştirmenler”ce

yönetilmesidir. Kullanıcıyı eleştirilenlerin ölçüleri düzenler: "... belli bir kültür ögesinin yüksek kültür kabul edilmeyi hak edip etmediğini onlar belirliyor... Estetik konulardaki tartışmaları onlar yönlendiriyor; aralarındaki fikir ayrılıkları çoğu zaman ileride ortaya çıkacak yapıtları etkiliyor" (Gans, 2012: 112). Gans yüksek kültür kamusunun iki farklı eğilimini tespit eder: "(1) kendileri yaratıcı olmadığı halde kültüre yaratıcı bakış açısından bakan yaratıcı eğilimli kullanıcılar ve (2) yüksek kültüre katılan ama tıpkı öteki kültürlerin kullanıcıları gibi, yaratıcının yöntemleri ya da yaratıcı olmanın getirdiği sorunlardan çok yaratıcının ürünleriyle ilgilenen kullanıcı-eğilimli olanlar" (2012: 110). Yüksek kültürün özle ilişkili değişiklik hızı düşüktür; biçim özün önüne geçer. Eserlerin yaratıcısı büyük önem taşır; icracılar, yaratıcıların eserlerini görünür hale getiren araçlar olarak görülür. Yüksek kültür yaratıcıyı odağa alması nedeniyle ve soyutluğunun vurgusu şu nedenle önemlidir; "yüksek kültür, ekmek parası kazanmak gibi 'dünyevi' konularla ilgilenmez; çünkü böyle konular kamusu tarafından sorun olarak görülmez" (Gans, 2012: 112-113). Yüksek kültür kamusu Gans tarafından "yaratıcıya yönelik" ve "kullanıcıya yönelik" olarak ikiye ayrılır. Kullanıcıya dönük kamu yaratıcıya dönük olandan farklı olarak hoşuna gidene seçmesidir. Kullanıcıya dönük kamu, ürünün üretilme/yaratılma süreciyle ilgilenmez. Hem kullanıcıya hem de yaratıcıya yönelik kamunun tüm kültürü yüksek kültürden oluşmaz: bazı aşağı uzanımlar görülebilir.

Üst-orta kültür, "... 'daha iyi' yüksek okul ve üniversitelerde okumuş yüksek meslek sahiplerinin, yöneticilerin, uzmanların ve karlılarının beğeni kültürüdür" (Gans, 2012: 115). Üst orta kültür, yüksek kültüre göre edebiyat ve sanatta "daha az soyut"tur. Örneğin romanlarda kahramanlar önem kazanmaya başlar, ancak yüksek kültürde olduğu gibi kahramanlardan daha çok konu önemlidir. Romanlarda öne çıkan tema, sosyo-ekonomik konum ve bu konum içindeki çeşitli rollerdir. Kullanıcıya yönelik kamu için yaratılan ürünler, bu kamu için eskince üst-orta kültür kamusunun kullanımına açılır: Üst-orta kültürün öğeleri/ürünlerinin kullanıcıya yönelik kamu için üretilen ürünler olma olasılığı çok yüksektir. Üst-orta kültür kamusu, yüksek kültür kamusu ile arasındaki mesafeyi kısalttıkça yüksek kültür kamusu başka seçenekler yaratarak, uzaklaşmaya çalışır. Bu kovalamaca, tüm sınıflar arasında benzer şekilde gerçekleşir. Üniversite eğitimi üst-orta kültüre mensup nüfusun sayısını ve parasal gücünü gittikçe artırdığı için, bu bugün belki tüm beğeni kültürleri arasında en hızlı büyüyenidir" (Gans, 2012: 118). Eleştirilenler, yüksek kültürde olduğu gibi, üst-orta beğenide de önemli rol oynar. Eleştirilenler sadece

yüksek kültür öğelerinin netliğine değil, aynı zamanda bunları üst-orta kültürden ayıran özelliklere de karar verir. Aynı şekilde üst-orta ile alt-orta arasındaki farkı da yine eleştirmenlerin kriterleri belirler.

Alt-orta beğeni kültürü, yüksek kültür ve üst orta kültürden açıkça farklıdır. Bu beğeni kültüründe eserler sıradan insanı konu edinir. Diğerlerinin aksine yaratıcıdan ziyade, icracı önem kazanır. Aynı şekilde eleştirmenlerin belirleyiciliği de bu kamu için geçerli değildir. Alt orta beğeni kamusu, Gans'a göre kitle iletişimin esas alıcısıdır. Yukarı uzanım bazı durumlarda mümkün görünür. Gans, alt-orta kamunun "sadık" birer Amerikan sineması izleyicisi olduğunu vurgular. Alt-orta kültür kamusu toplumun sorunlarının soyut karşıtılarıyla ilgilenmez. Gans bu kamunun ortak yargısının genel ahlak üzerine yoğunlaştığını ifade eder. Ürünlerin içeriği "can sıkıcı" konulardan seçilmez: "Alt-orta sanat, sert doğalcılığa ve soyutlamaya pek iyi gözle bakmaz; esas olarak romantik ve temsili olma geleneğini sürdürür" (Gans, 2012: 121). Gans alt-orta kültür kamusunun çok parçalı olduğunu ve gün geçtikçe daha da parçalı hale geldiğini belirtir.

Gans'ın ele aldığı bir diğer beğeni kültürü, aşağı kültürdür. Gans bu beğeni kamusunun daralmakta olduğunu ileri sürer. Beğenin birikimi hususunda en önemli göstergelerden biri olan eğitimin, toplumun geniş kesimlerince ulaşılabilir olması bu kamuyu daraltan en önemli sebeptir. Gans'a göre bu kamunun daralmasındaki bir başka nedeni, toplumsal etkileşimin artması yoluyla alt ve üst orta kamu ürünlerinin tanınır/bilinir hale gelmesidir. Alt kültür kamusu için kültür olumsuz bir çağrışım yapar; onlara göre kültür "sadece sıkıcı değil aynı zamanda kadınsı, ahlaksız ve dinsiz"dir de. Aşağı kültür, yüksek kültür ve üst-orta kültüre karşı kayıtsızdır. Aşağı kültür biçimden ziyade "öz" üzerinde durur; biçimin yalnızca işlevsel bir değeri vardır. Toplumsal meseleler ya da başka herhangi bir soyut fikir bu kamuda önemsizdir. İcraacı, ürünün en önemli ögesidir: İcraacıya ulaşmak aşağı kültür kamusu gençlerinin hayallerindedir. Bu kamu için icracı eğer bir oyuncuysa bir daha kendisi olamayacak ve oynadığı karakteriyle yaşayacaktır. Eserin, ürünün yaratıcısının kim olduğu bilinmez ya da önemsenmez. Bu kamuda öne çıkan özelliklerden biri de cinsiyetçiliğin bu değer olarak kabulüdür: Kadının ve erkeğin toplumsal rolleri kesin şekilde birbirinden ayrılmıştır. Aynı şekilde seçecekleri kültürel ürünler de belirlenmiştir. Gans aşağı kültür kamusunun eğitiminin yetersiz olduğunu belirtir. Alt kültür kamusunun okuma alışkanlığı magazin takip etmek düzeyindedir. Gans beğeni

kültürlerini ve beğeni kamularını görünürlüklerine göre değerlendirdiğinde en az görünür olanın aşağı kültür olduğunu belirtir. Bu kesimin kültür ürünlerine ayıracak parası ve zamanı olmadığı için kültür üreticileri tarafından bir pazar olarak görülmez. ABD’de bu beğeni kamusunu oluşturanlar genellikle Afro-Amerikalılar, Latinler ve göçmenlerdir (Gans, 2012: 159). Göçmenlerin ilk nesilleri kendi kültürlerini de yanlarında getirmiştir. Zamanla biriken göçmen sayısı bazı kültürel ürün yaratımını da başlatır hale gelir.

Gans’ın ele aldığı beşinci beğeni kültürü ve beğeni kamusu sözde aşağı halk kültürüdür. Gans bu kesime çalışmada kapsamlı ve ayrıntılı bir yer ayırmaz. Ona göre bu kesim toplumun en kalabalık kısmını oluşturmakla beraber, kültürel herhangi bir şeye para/zaman ayıramayacak durumdadırlar. Bu nedenle de beğeni kültürleri hakkında fazla bilgiye erişilememektedir. Gans, tercihlerinden yola çıkarak bu kamunun aşağı kültürün “sade” bir biçimi olabileceğini tahmin eder: “Bu kamunun okuma malzemesini bulvar gazeteleriyle çizgi romanlar, filmlerini de artık yoksul kenar mahallelerin sinemalarında gösterilen eski Westernlerle macera hikâyeleri, anadili İspanyolca olan izleyiciler için ise Meksika’da yapılmış pembe dizilerle basit macera filmleri oluşturur” (2012: 127). Yok sayılması bu kültürün diğerleriyle etkileşime girmemesine yol açar; bu etkileşime girmeme hali kültürü korunaklı bir hale getirir.

Gans, *Popüler Kültür ve Yüksek Kültür* eserini yayınladıktan sonraki değişimleri *American Popular Culture And High Culture in A Changing Class Structure (1985)* isimli çalışmasında ele alır. Vurguladığı ilk değişim, eserinde beş beğeni kültürü ve beş beğeni kamusu olarak ayırdığı katmanların kendi içlerinde parçalandığıdır. Gans, her beğeni kamusunun kendi içinde “yaş gruplarına”, “avangard, konvensiyonel ve geleneksel” gruplara ayrıldığını ifade eder (1985: 25). İkinci Dünya Savaşı sonrasında Amerikan toplumunda soğuk savaş süreci boyunca değişim ve dönüşüm çok hızlı olmuştur. Gans kültür alanında yaşanan önemli değişimler olduğunu kabul eder, bu değişimlerden bazıları şunlardır:

“Biri, orijinal karşı kültürün geleneksel kültür haline geldiği dönüşümdür. 1980’lerde uzun saç artık bir cimrilğin, sol siyasetin veya Bohem yaşam tarzının bir işareti değil. İkincisi, alt-orta ve düşük kültürlü beğeni kitlelerine hizmet eden ticari kültürdeki yaygın değişimdir. ... Kelimeler, fikirler ve olay örgüleri daha karmaşıktır; kara şapkalı kötü adamlarıyla basit Batılı suç melodramları ve popüler eğlenceyi kısıtlayan bir zamanların yenilmez dini ve cinsel tabularının birçoğu

neredeyse yok oldu. ... Üçüncü değişiklik, bazı yönlerden üst ve alt-orta kültürü kesip harmanlıyor gibi görünen ve daha iyi bir terim bulamadığım için ‘orta kültür’ (middle culture) olarak adlandıracağım yeni bir beğeni kültürünün görünürde ortaya çıkmasıdır. Yeni kültürle ilişkili kamu, esas olarak, son birkaç on yılda Amerikan ekonomisinde yaratılan yeni profesyonel, teknik ve beyaz yakalı hizmet işlerini üstlenen genç üniversite mezunlarından oluşur; 1984’te ‘yuppies’ olarak da bilinen insanlar” (Gans, 1985: 25-26).

Gans, yüksek kültürün diğer kültürlerle kaynaşmasının bazı “yeni kültür”ler yaratma ihtimaline değinir. Ancak genel olarak yeni kültürler “rock ve folk müziği, sinema ve gazeteler, psychedelic sanatlar, multimedya sanatları, batik yöntemiyle yapılmış unisex giyimi içeren yeni modalar ve uyuşturucu kültürüne özel eşyalarla posterler” içerir. Yeni kültürler Gans’a göre beğeni kültürlerinin kapsamında da dönüşüm yaratır. Ona göre yeni kültürler iki çeşittir: topyekûn kültürler ve kısmi kültürler. Topyekûn kültürler, topluma mesafelidir, nihai olarak onu dönüştürmeyi hedefler; kısmi kültürlerse, eski toplumsal alışkanlıklarını sürdürmeye devam edenlerin kültürüdür. Gans, topyekûn kültürlerin de beş tanesini ortaya koyar: Birincisi “özgün, hippie kültürüdür”. Bu kültürün “kullanıcıları”nın hayat tarzlarının odağında “uyuşturucu ve acid rock” olduğunu ileri sürer. İkincisi komünal kültürdür. Komünal kültür için Gans, “yeni aile ilişkileri, toplu yaşama biçimleri ve ekonomik seçenekler icat eden” bir kültür değerlendirmesi yapar. Bu kültürün adından da anlaşılacağı üzere komün yaşama özlem söz konusudur. Üçüncüsü siyasal kültür olarak adlandırılabilen olan, tek parça halinde olmayan, ancak genel çerçevesi ortak olan, bir sosyalizm/anarşizm kültürüdür. Buraya kadar işaret ettiği üç topyekûn kültürle ilgili Gans şu yorumda bulunur:

“Bu kültürlerin birbirini dışlaması gerekmez; kimi insanlar, her biri ayrı bir ana tema üzerinde duran bu kültürlerin ikisine, hatta üçüne birden katılabilir. Ancak uyuşturucu kültüründeki kimseler diğerlerinden daha hazcı (hedonist) ve gizemci (mistik); komün al kültür dekiler toplumsal yeniliklerle daha ilgili; siyasal kültüre katılanlarsa kendilerini daha bir devrime adanmış, karşı-devrimci oldukları gerekçesiyle uyuşturucu kullanımına, gizemciliğe ve cinsel yeniliklere karşı çıkıyor gibi görünüyor” (2012: 129-130).

Dördüncü topyekûn kültür, “*Yippie*” olarak bilinen neo-dadacı kültürdür. Gans’a göre bu kültür yukarıda tarif ettiği üç topyekûn kültürün karışımıdır, ancak farklı olarak siyasal hedefler temel amacı değildir. Son topyekûn kültür ise Gans’ın “İsa sapkınları” olarak

adlandırdığını ifade ettiği, yukarıda bahsi geçen dört kültürün tam tersi bir konumlanışa sahip dinci/dinsel kültürdür. Bu kültür “teokratik bir cemaatin kayıtsız şartsız ahlak kurallarına uymayı, çoğunlukla cinselliksiz, siyasetsiz ve uyuşturucusuz bir yaşama biçimini” telkin eder (Gans, 2012: 130). Gans, topyekûn kültürlerden türeyen “kısmi kültürler”, topyekûn kültürleri destekler ancak “var olan toplum düzeni içinde ekonomik ve toplumsal konumlarını koruyan, bu kültürlerle ancak akşamları ve hafta sonlarında katılan insanlar” tarafından oluşturulur (2012: 130). Bu kısmi kültürlerle örnek olarak zenci kültürünü verir: “Göçle yerleşenler, kendileriyle birlikte kültürlerini de getirirler. Dil özelliği sayesinde korunan bu kültür, ikinci kuşakla birlikte dönüşmeye ve yerini hâkim kültüre bırakmaktadır” (Gans, 2012: 135-136). Zenci kültürü, eğitilmiş orta sınıf zencilerin görünürlüğünün artmasıyla ilgilidir. Gans’a göre zencilerin insan hakları mücadelesinde elde ettiği kazanımlar sayesinde toplumdaki pozisyonlarında değişimler yaşanmış, bu nedenle de “yeni kültür” haline gelmiştir. Beyazların sosyal alandaki hâkimiyeti kültürün yaratımında da onlara ayrıcalık sağlamıştır. Ölçütlerin belirlenmesinde de beyazların beğenisi söz sahibidir. Gans’a göre “aynı sosyoekonomik düzeyde” ve “aynı yaş grubunda” zencilerle beyazların beğenileri çok az farklıdır. Gans, yapılan araştırmaların beyazlar ve zencilerin aynı medya araçlarını kullandığını ortaya koyduğunu paylaşır. Bir başka çalışmada ise şöyle bir veri göze çarpar: “...kendilerinden salt-zenci ve salt-beyaz olduğu söylenen eğlenceler arasından bir seçim yapmaları istendiğinde, zencilerin büyük çoğunluğu salt-zenci denilen eğlenceleri seçiyor, ancak karışık eğlenceleri de seçebilecekleri durumlarda, hemen hepsi tümüyle zenci ya da tümüyle beyaz programlardan karmalı programları yeğliyor” (Gans, 2012: 135).

Topyekûn kültürler ve kısmi kültürler arasındaki bazı ortaklıkları ve farklılıkları ortaya koyan Gans, bu değer farklılıklarının nedeninin sınıfsal olduğunu belirtir. Topyekûn kültürler genellikle temel sorumluluk ilişkilerinin olmadığı genç bir toplama seslenirler. Gans bu gençlerin kendi sorumluluk alanları oluştuğunda topyekûn kültürün dışında kalacak ya da kısmi kültürlerle kayacaktır öngörüsünü ortaya koyar. Gans’a göre topyekûn kültürler ve kısmi kültürler arasındaki farklardan bir başkası, topyekûn kültürün “yaratıcı” yönelimliken, kısmi kültürün “katılımcı” yönelimli olmasıdır. Topyekûn kültürler ve kısmi kültürler arasındaki benzerlikleri ise şöyle açıklar:

“Hepsi de var olan toplumun çeşitli yanlarına, özellikle savaş eğilimine, toplumun içişlerindeki iktisadi eşitsizliğe, nesiller arasındaki büyük ayrıma ve sık sık olduğu

duyurulan toplumsal değerlerle uygulanan siyasalar arasındaki gözle görünür uçurumun yarattığı ikiyüzlülüğe karşı çıkıyor. Bütün bu kültürler aynı zamanda, alkolden çok uyuşturucuya dayanıyor; kimileri ‘kendi işine bak’ yaklaşımını vurgulasa da, bireysellikten çok toplumsal sorunlara eğiliyor; akıl ve mantıklı bir yol seçmektense duygularını ifade etmeye öncelik tanıyor; basım-yayın kültüründense sinema, müzik ve güzel sanatlara önem veriyor; toplumun içinde kalan gençler içinde artık önemini iyiden iyiye kaybetmiş olan yerleşik toplumun cinsel normlarını ciddiye almıyor. Son olarak, bu kültürlerin hepsi, toplumda hâlâ çocuk muamelesi gören ergenlik çağındaki gençlerin ve genç yetişkinlerin içinde buldukları iki-arada-bir-derede kalmış, ne idüğü belirsiz konuma eğiliyor, tepki gösteriyor - özellikle bu gençler orta yolda kabul gören işgücünün bir parçası değilse” (2012: 132).

Gans, beğeni kültürü kavramının toplumla kurduğu siyasal ilişkinin önemini vurgular. Ona göre beğeni kültürleri siyasal kimliklere sahip değildir, ancak barındırdığı öğeler siyasal değerler olabilir. Gans, “yeni kültürler”in siyasal bir mesaj içerdiğini belirtir. Beğeni kültürlerinin siyasal karakterini kabaca haritalandırır. Ona göre yüksek kültür, sınıfsal pozisyonu da göz önünde bulundurulduğunda liberal bir eğilim gösterecektir. Gans bu kültürün sağ kanadının klasikler olarak adlandırılabilceğini, yani “itibardan düştüğünü” ileri sürer: “Üst-orta kültür ürünleri liberal, tutucu ya da merkezci, geriye kalan beğeni kültürlerinin ürünleri ise çoğunlukla merkezci ya da tutucudur.” (2012: 139) Gans çoğunlukla bu tutuculuğun kültürel olduğunu da ekler. Gans bazı yaklaşımların (örneğin Marcuse’nin kültür anlayışı) beğeni kültürlerinin hepsinin siyasal olduğu ön kabulüne yaslandığını ifade eder. Beğeni kültürlerinin, kendi içeriği dışında kalana kayıtsızlığının bu siyasallaşmanın bir görüntüsü olduğunu ileri sürenlere Gans, kişilerin bir beğeni kamusuna dahil olmasının siyaseten onlarla ortaklaşma yaratmadığı cevabını verir. Beğeni kültürlerinin siyasal karakterini reddetmeyen Gans, bu karakteri yalnızca siyasetin bir karşılığı olan kişiler için anlamlı olduğunu ifade eder. Gans bu nedenle beğeni kültürlerinin siyasal karakterinin ancak toplumsal karşılığı olduğu durumlarda önemli hale gelebileceğini vurgular.

Gans beğeni kamularını çıkar grupları olarak görmeyi mümkün olduğunu öne sürer. Beğeni kamuları da çıkar grupları gibi “...kendi istediği içeriğin yaratılmasını garantilemek için ötekilerle yarış halindedir” (2012: 146). Gans hem çıkar gruplarının hem de beğeni kamularının çelişkiler içerdiğini belirtir. Ona göre beğeni kamularındaki

çelişki bazı noktalarda sınıf ve statü çelişkisine benzese de temelde üç noktada ondan farklılaşır: “Birincisi, siyasal olarak etkin çıkar gruplarının çıkarlar dolayısıyla örgütlenmesi, sınıfsal çıkarlar dolayısıyla örgütlenmeden bile çok daha seyrek görülür. İkincisi, kültürel konular insanlara sınıfsal konular kadar önemli gelmez. Üçüncüsü de izleyiciler kültürel konularda siyasal baskı uygulamaya alışkın değildir” (2012: 148).

Her beğeni kültürü kendi ölçütlerinin gerçek beğeni ölçütü olduğunu iddia eder, ancak yüksek kültürün ölçütleri genel-geçer ölçütler olarak kabul görür. Gans yüksek kültür kamusunun niceliğine rağmen bu kadar belirleyici olmasına dikkat çeker. Yüksek kültür kamusunun üye profilinin belirsizliğini de ortaya koyan Gans, eğitim düzeyinin yüksekliğinin kişiyi yüksek kültür kamusuna dahil etmeyeceğini ekler. Buna ek olarak her beğeni kamusunda ortak görülebilecek bir başka öge, kamunun kadınlarının, beğenilerini yaşadığı yere yansıtma çabasıdır:

“Yüksek kültür ev kadınları okulda iç mimari eğitimi görmüş olabilir ya da profesyonel dekoratörler tutabilir, ama mobilya almaya mali gücü yetiyorsa, her beğeni kültüründeki her ev kadını, odalarını döşerken estetik ölçülerini gösteren güzel bir yapıt ortaya çıkartmanın yollarını arar. ... İki ev kadını, ölçüleri konusunda aldıkları eğitimin miktarında, ölçülerini hayata geçirmek için ellerinde bulunan beceri ve kaynaklarda, seçimlerini dile dönebilecekleri sözel akıcılıkta ve kuşkusuz, ölçülerinin içeriğinde, yani neye güzel dedikleri konusunda farklılaşsa da, her ikisi de güzele erişmek için çaba harcadıkları için benzer durumdadırlar” (2012: 152).

Gans “toplumsal olarak istenebilecek beğeni kültürü”nün ne olduğu sorusuna yanıt aramaya girişir. Ona göre “toplumsal olarak istenebilecek beğeni kültürü”nün bazı kriterleri sağlaması gerekir: “Birincisi, kullanıcılarının istediği ve uygun bulduğu estetik doyumunu, bilgilenmeyi, eğlenceyi, vb. sağlayan kültürel içeriği sunarak, onların taleplerini hem karşılamak hem de ifade etmelidir. İkincisi, istenilebilecek bir beğeni kültürü, yaratıcılarını maddi ve manevi olarak ödüllendirmeli, kültüre katkıda bulunmaları için onları desteklemeli, onlara katkılarının yaratıcılar olarak kendi gereksinimlerini karşıladığı duygusunu ve kullanıcıların da, yarattıkları yapıtları isteyeceği, en azından kabul edeceği inancını vermelidir. İdeal olarak istenilebilecek bir beğeni kültürü hem kullanıcılarının hem de yaratıcılarının taleplerini birleştirecek, aralarında bir bağımlılık ilişkisi kuracak, üstelik birbirlerine egemen olmamaları için bunları olabildiğince eşitlikçi bir biçimde yapacaktır. Üçüncüsü, iyi bir beğeni kültürü toplumsal ve ruhsal açılarından

zararlı olmamalı, kullanıcılarını, yaratıcılarını ya da toplumun geri kalanını incitmemelidir”(2012: 170). Gans kültür eleştirmenlerinin beğenideki geçerli kriterleri yüksek kültürün özelliklerine göre oluşturduğunu belirtir ve bunu reddeder; her beğeni kültürü kendi koşullarında değerlendirilmelidir. Gans istenebilecek beğeni kültürüne bir ek olarak kültürel canlılığı öne çıkarır. Kültürel canlılık kavramının ise her kullanımda yeniden tanımlanması gerektiğini ifade eder: canlılık kültürlerle olduğu kadar kimin baktığına göre de değişir. Aynı biçimde, kimileri de istenebilir bir beğeni kültürünün kullanıcılarını hem bireyler hem grup üyeleri olarak geliştirebilmesini talep edebilir” (2012: 171). Gans, beğeni kültürlerinin istenebilirlikleriyle ilgili ölçüt geliştirmeye mesafelidir. Ona göre tek önemli ölçüt, “toplumun bir bölümünün kazancı için bir başka bölümünü sömürmeden bütün üyelerine ne derece saygın bir yaşama standardı sağladığı”dır (2012: 172).

Beğeni kültürünün içeriği beğeni kamusunun değer yargılarına uygun düşer. Gans her beğeni kültürünün aynı değerde olduğunu söylerken bu noktada bir şerh düşer: “tüm beğeni kültürlerinin değer bakımından eşit olduğuna inanmıyorum ama kamularıyla birlikte ele alındıkları zaman aynı değerde olabileceklerine inanıyorum” (2012: 175). Bu şerhin, cümlenin kendisiyle çelişik görüldüğünün farkında olduğunu da belirten Gans, bu çelişkinin beğeni kamuları arasındaki farkların kabulü ile geçersizleşeceğini ileri sürer. Her beğeni kamusu farklı değerlere sahiptir ve kültürleri de bu değerler içinde değişip dönüşür, dolayısıyla kamular arasındaki ayrılık bu noktada başlar.

Amerika'nın en önemli toplumsal olgularından biri olan göçmenlerle ilgili de beğeni kamusunu düşünür. Eğer göçmenler bir etnik kültür oluşturuyorsa bu durumda (genellikle sözde halk aşağı kültür içinde kümelenen) bir beğeni kültürü haline gelir. Göçmenler, sözde halk aşağı kültürünün dışına çıkmak istediklerinde kendi etnik kültürlerinin “yüksek” olanlarından yeni ülkelere taşımaktansa, var olan kültürlere uyum sağladıkları görülür. Gans'a göre etnik grupların üçüncü ve dördüncü kuşağında “etnik-kültürel bir direniş”ten söz edilebilir. Bu kuşakların kendi etnik aidiyetleri üzerinde bir farkındalıkları olduğunu belirten Gans, bu kuşakların kendi kategorilerindeki yerlilerle benzer tüketimi sergilerken aynı zamanda ailesinin etnik özelliklerini de korur.

Gans, beğeni kültür ve kamularının ekonomik dönüşümlerle çeşitleneceğini ileri sürer. Ona göre ekonomik değişimlerin yarattığı sosyokültürel dönüşümler, ilk olarak “kültür

sağlayıcıları ve yaratıcıları” etkiler (2012: 165). Gans özel ve kamusal değerlendirme arasındaki farkı ortaya koyar. Bunun nedeni kitle kültürünü eleştirilenlerinin öznel değerlendirmelerini kamusal değerlendirme gibi sunmalarını ortaya koymak ve kendi rızaları dışında kalan değerlendirmeleri ortadan kaldırmak istemelerini ifşa etmektir. Gans öznel ve kamusal değerlendirmeyi tanımlar: “Özel olanı, bir bireyin kendi yaşamı için kişisel seçimidir; kamusal olanı ise toplumun refahı ile ilgilidir ve eninde sonunda kamu politikaları belirlenmesini amaçlar- yani, bu iki tür değerlendirme eşdeğerli değildir” (2012: 169).

Beğeni kültürleri arasındaki farklılaşmayı yok sayan hepçilliğin⁴ artmakta olan bir eğilim olduğunu ifade eden Gans’a göre bu eğilimin artmasının arkasında insanların farklı sınıfların beğenilerini deneyimleyecek eğitim, para ve zamana sahip olması yatar. Gans gençlerin kültüre ayıracak parasının ve zamanın oluşunun kültürel ürünlerin yaratım sürecini etkilediğini ileri sürer. “... gençler hala çeşitli beğenileri araştırarak kendi beğenilerini tanımlama dönemindedir; ‘kültürel kimlik’ oluşturmak bir hepçillik dönemi ile başlayabilir” (2012: 28). Ona göre yaratıcılar alıcıların taleplerine uygun ürünler yaratır; bu durumda gençlerin orta kültüre eğilimleri o katmanı genişletir. Değişimin bir başka nedeni olarak kültürün artık bir statü aracı olarak kabul görmediği düşüncesidir. Bourdieu’nün kültürel sermaye kavramının karşılığının daraldığını da ileri süren Gans, bu durumun tamamen ortadan kalkacağını öngöremediğini de ekler. Beğeni kültürleri arasındaki görünmez sınırların, toplumun yapısındaki değişmelerle birlikte (eğitim seviyesindeki artış, orta sınıfın genişlemesi ve genişlemeye devam etme potansiyeli) gündün güne daha aşılabilir bir hal aldığını ifade eder. Bu sınırların geçişkenliğinin artışı

⁴ Bkz Richard A. Peterson ve Roger M. Kern, (1996) “Changing Highbrow Taste: From Snob to Omnivore,” *American Sociological Review*. Warde vd. omnivorluğun hacim açısından “nüfusun tanımlanabilir bir kesimi olan bazı insanların diğerlerinden daha fazla etkinlik ve şey yaptığını ve bundan hoşlandığını” ifade eden bir tanıma sahip olduğunu ifade eder. Bu tanım hepçilliği tek başına tanımlamaya yetmez. Hepçillik tezinin literatürde iki yaygın kullanımı olduğu görülmektedir: güçlü ve zayıf omnivorluk. Aralarındaki ayırım “kültürel omnivorların elit olmayan kültürel formlarla ilişkili olduğu varsayımına dayanır” (Vries ve Reeves, 2021: 294). Jennifer Smith Maguire (2015), kültürel omnivorların tüketim zevklerinin hem yüksek hem de popüler kültür arasında durduğuna işaret eder. Ona göre sınırlandırılmış tekil beğenilerin aşağı sınıflarda, hepçil beğenilerin yüksek sınıflarda görülme ihtimali daha yüksektir. Emmison, hepçillerin özgürce seçim yapabildiklerini ve bunun da kültürel hareketlilik yaklaşımıyla ortaya koyulabileceğini ifade eder: “Kültürel olarak hareketli olanların, kültürel olarak yerleşik olanlardan daha çeşitli kültürel biçimlerle ilişki kurma olasılığı daha yüksektir, ancak seçimlerinde dikkate alınması gereken önemli nokta, bunların bağlama özgü olmasıdır” (Emmison, 2003: 213) Karademir Hazır (2021), hepçillik tezinin “kültürel dışlayıcılıktan hoşgörüye doğru bir kayma” olarak görülebileceği için Bourdieu’nün Ayırım tezine bir eleştiri olarak görülebileceğini ifade eder.

da hepçilliği gündeme getirir. Hepçillik diyalektik bir biçimde en çok da yüksek kültürün sınırlarının aşılmasına sebep olur. Gans, beğeni kültürleri arasındaki sınırların belirsizleşmesinin hepçilliği yarattığını öngörür. Hepçilliğin bu hızlı varoluşunun beğeni hiyerarşisinin henüz sonunu getirmediğini ifade eden Gans, özellikle yüksek kültürel sermaye oluşturucu ayrıksılığın azalması, kültürel sermayeden kaynaklı gücü de azaltacaktır.

Gans, (2012: 175-176), beğeni kültürlerine ve beğeni kamularına ilişkin birer “değer yargısı” olduğunu belirtir. Birincisi beğeni kültürlerinin, kamular dışarıda tutularak karşılaştırıldığı durumlarda yukarıdan aşağı doğru bir bilgilendiricilik içerdiğidir. İkincisi, beğeni kamuları hesaba katılmaksızın beğeni kültürlerinin değerlendirilemeyeceğidir. Her beğeni kültürü, kamusunun niteliği ile ilişkilidir. Gans’ın beğeni politikası bu iki değer yargısının harmanlanmasından oluşur. Ona göre toplumun eğitim seviyesi, herkesin istediği beğeni kültürünü seçebileceği seviyeye getirilmelidir. Altkültürel programlama adımı verdiği bu politika, en temelde “bütün beğeni kamularının kendilerine özgü ölçülerini yansıtacak ve doyuracak kültürel içerik sağlamak” işlevini yerine getirmek için ortaya atılmıştır. Gans tüm beğeni kültürlerinin birer altkültür olduğunu ifade eder. Bu politikayı, var olan durumun bazı beğeni kültürlerini görmezden geldiği için, her beğeni kamusunun eşit görünürlüğe sahip olmasını sağlamak için ortaya atar. Aynı zamanda Gans, her beğeni kamusunun kendisi için “özgül beğeni kültürü” yaratmasının da bu yolla mümkün olacağını altını çizer (2012: 181). Altkültürel programlamanın beğeni kamularının olduğu kadar yaratıcıların da faydasına olacağını iddia eder. Yaratıcılar bugünkü haliyle birden fazla beğeni kültürü için içerik oluşturmak durumundayken, altkültürel programlama aracılığıyla tercih ettikleri kültür için üretim yapabileceklerdir. Bu yaratıcının ürünüyle kurduğu ilişkiyi de düzenler. “Altkültürel programlamanın uygulanması, kuramsal olarak üç basamak gerektirir: (1) bütün ilişkili beğeni kültürleri ile kamularını ve bunların estetik ölçülerini tanımlamak; (2) şu anda var olan kültürel içerikle yeterince hizmet almayan, ölçüleri yeterince karşılanmayan kamuları belirlemek; ve (3) gereksinim duyulan kültürü yaratmak” (Gans, 2012: 195).

Beğeni kültürleri ve beğeni kamularının tamamının tespiti olanaksızdır. Bunun birden çok nedeni vardır, ancak en önemlisi bu kamuların örgütlü gruplar olmadığı için kimliklenmemiş olmalarıdır. Gans bu konuda yapılacak çalışmalar için üç öneride

bulunur: 1) “kültürel ürünlerin ayrıntılı içerik çözümlemesi⁵”, 2) “hangi insanların hangi seçimler yaptığının tespiti⁶”, 3) “kültürler arasındaki kümelerle seçimler ve standartlar arasındaki kümeleri birbiriyle ilişkilendirmek⁷” için bir araya getirmek. Bu bir çalışmanın üç basamağı olarak ele alınabilir, ancak Gans bunun için araştırmanın çok uzun soluklu ve çok büyük bütçeli olması dolayısıyla gerçekleşmesinin güç olduğunu da ekler.

William S. Fox ve Micheal H. Wince (1975), Gans’ın beğeni kültürleri ve beğeni kamuları kavramlarının sosyo-ekonomik tabakayı sınırlandırdığını öne sürerler. Onlara göre Gans, eğitimi bu bağlamda önemli bir yere pozisyonlandırır; eğitim hem evde hem de okulda edinilen bir süreç olmasının dışında çeşitli kültürlerin doğasında olması nedeniyle bu yaklaşımın önemli bir tuğlasıdır. Gans’ın yaklaşımından hareketle “farklı sosyoekonomik düzeylerle ilişkili büyük beğeni kitlelerinin kendileri etnik, dini, bölgesel ve özellikle Amerikalılar arasındaki yaşlı farklılıklarına dayanan daha küçük, hatta daha homojen beğeni kitlelerine ayrılabilir” (1975: 200). Fox ve Wince, Gans’ın beğeni kültürü kavramının kültürün tüm yönlerini kapsayamayacağı, bu tezin “yalnızca insanların nispeten özgür bir seçim yapabileceği kültürün bu yönleri için geçerli olduğunu vurgular” (1975: 202). Fox ve Wince, Gans’ın yaklaşımında kültürel seçimlerin nedenlerinin bu sınıflandırmada dışarda bırakılmasını eleştirir. Gans’ın bu durum için çözümünün “kendisini benzer kültürel seçimlerin benzer nedenlerle motive edildiğini varsaymak” olduğunu ileri sürerler (1975: 203).

Ollivier ve Fridman’ın Gans’a dönük eleştirisi, Gans’ın beğeni kamuları arasındaki mücadeleyi incelemeyi eksik bırakmasıdır: “Gans, farklı beğeni kültürleriyle ilişkili sanat eserlerini takdir etme koşullarının beğeni kamuları arasında eşit olmayan bir şekilde dağıldığını kabul ediyor, ancak bu eşitsizliklerin toplumsal tahakküm ve dışlama süreçlerini nasıl hem yansıttığını hem de güçlendirdiğini incelemiyor” (2001: 15445). Gans, beğeni kültürlerinin beğenin yapısını ortaya koyarken beğeni kamularıyla birlikte

⁵“İçerik çözümlemesi yalnızca içeriklerin konuları arasındaki benzerliklere bakmayacak, aynı zamanda yapılarını, sözel ve görsel karmaşıklıklarını, ürünlerin arkasındaki dünya görüşlerini niteleyen değer ve varsayımları, ayrıca ürünlerin işaret ettiği estetik ölçüleri de karşılaştıracaktır” (Gans, 2012: 195).

⁶“... şu anda var olan kültürel ürünlerden hangilerini -ve bu ürünlerin hangi parçalarını- iyi ya da kötü bulduklarını ve bu değerlendirmelerinin nedenlerini öğrenmek; insanların gerçekten de iyi olduğunu düşündükleri programları seçip seçmediklerini, eğer seçiyorlarsa ne zaman bunları seçtiklerini bulmak için yoğun görüşmeler yapmak gerekir” (Gans, 2012: 195).

⁷“bu kümelerden hangilerinin daha sık kullanıldığını, insanlar için daha önemli olduğunu ve öteki kümelerden yeterince ayırt edilebildiğini belirleyerek, beğeni kamu ve kültürlerini tanımlamak olacaktır” (Gans, 2012: 196).

düşünülmesi gerektiğini belirtir. Beğeni kamuları, sosyal yapıdaki iktidar ilişkisine uygun olarak sınıflanır. Bu kamuların birer sosyolojik grup olarak ele alınamayacağı, bazı ortak değerler etrafında bir araya gelmiş yığınlar olduğu ifade edilebilir. Gans'ın verili bir zamanda ve verili bir coğrafyada yaptığı bu incelemenin evrenselleştirilebilir ve evrenselleştirilemez yönleri olduğu vurgulanır.

1.1.3. George H. Lewis: Kültür Sınıfları

George H. Lewis'in kültür sınıfları yaklaşımı Gans'ın beğeni kültürleri kavramının üzerine kurulur. Lewis (1978b: 18) beğeni kültürlerinin “insanların büyük bir kısmı beğeni kültürünün eserlerini tüketmeyi seçtiği ölçüde bir popüler kültür” olduğunu ifade eder. Bu kavramsallaştırmanın, popüler kültür literatüründeki çeşitli kavramları birbiri ile ilişkilendirmede verimli olduğunu belirtir. Peterson ve DiMaggio, beğeni kültürü gibi oluşum göstermeyen ancak benzer tüketim davranışları olan bazı sosyal grupların varlığına işaret ederler. Onlara göre bunlar kültür sınıfları olarak adlandırılabilirler; bunlar “benzer tüketim kalıplarına” sahip ama beğeni kültürünün göstergelerine uygun düşmeyen gruplardır. Peterson ve DiMaggio'nun kültür sınıfları yaklaşımında bireylerin sosyalleşme süreçlerinin önemine vurgu yapılır. Lewis kültür sınıfları ve beğeni kültürlerini kapsamları bağlamında karşılaştırır: “Bir beğeni kültürü, demografik ve yapısal parametreleriyle tanımlanır ve bu parametreler içinde ortak tüketim kalıplarını varsayar; oysa bir kültür sınıfı, ortak tüketim kalıplarıyla tanımlanır ve ortak demografik ve yapısal parametreleri üstlenmez” (Lewis, 1975: 229).

Empirik realistler arasında yaptığı sınıflandırmada beğeni kamuları yaklaşımının liberal konumda pozisyon aldığını ifade eder Lewis'e göre; “(l)iberal konum, bir toplumu, her biri farklı estetik standartları yansıtmaları bakımından farklılık gösteren, her biri kendi kültürüne sahip birkaç ‘beğeni’ kamusundan oluşan bir topluluk olarak görmeyi içerir” (1978b: 11). Bu beğeni kamularının popüler kültürü kabul etmeyip kendi kültürel ürünlerini yaratmasını da radikal konum olarak pozisyonlandırır. Beğeni kültürü ve kültür sınıfları arasındaki farkın ideolojik olduğunu ifade eder. Lewis'e göre bu iki kavramın arasında bir geçişten söz edilebilir. Beğeni kültürü, gelişmekte olan bir toplumun göstergesi olduğunu ileri süren Lewis, bunun Amerikan popüler müziği incelenmesiyle ortaya çıkacağını ifade eder: “Beğeni kültüründen kültür sınıfına doğru algılanan

kaymaların ulusun sosyal yapısında da modernleşmeye paralel kaymalara işaret etmesi nedeniyle uluslararası önem kazanabilir” (1977: 47).

Lewis (1975), kültürel sosyalleşmenin beğeni konusundaki öneminin altını çizer. Kişinin kültürel sosyalleşmesinde çocukluk deneyimlerinin rolünü soruşturur. Eğer bu deneyimler kişinin kültürel konumunda etkiliyse beğeni kültürü kavramı, açıklama için yeterli olacaktır. Kişilerin benzer yapıya sahip bir sosyalleşme süreci beğeni üzerinde etkisini gösterecektir. Ancak eğer bu soruşturmada, durumun aksi düşünülecekse yani eğer kültürel konumun oluşmasında her türden deneyim etkili görülüyorsa, o halde kültür sınıfları kavramsallaştırması gerekli hale gelir. Başka türden deneyimler ve sosyalleşme süreçleri, kişilerin beğenisinin ortaklaşmasına engel olamadığı ölçüde kültür sınıfları kavramıyla olgu açıklanmaya girişilebilir.

Lewis (1977: 39-48), 1930 ve takip eden yıllarda kitle kültürünün yaygınlaşmasının beğeni seviyesini aşağı çekeceği iddiasının çok güçlü şekilde seslendirildiğini belirtir. Wilensky⁸ (1964) tarafından yapılan çalışmayla bu noktadaki önemli kırılma olan beğenin çoğulluğu tartışması başlamış olur. Ona göre beğeni kültürlerinin her birinin üyeleri kendilerine uygun kültürel malzemelerden bir odak yaratmıştır. 1965 yılında Tom Wolf’un çalışmasında ise beğeni kültürünün, kişilerin kendilerine sunulanlar arasından uygun olanı seçmeleriyle oluşması özelliğinin geçerli olmadığını ifade edilir. Ona göre beğeni kültürleri, 2. Dünya Savaşı sonrasında kendi kültürel ürünlerini yaratmaktadır.

Lewis, beğenin çoğulluğu tezinde öne çıkan isimlerden birinin Gans olduğunu ifade eder. Gans’ın yaklaşımında benzer insanlar benzer seçimler yaparken, tek tek insanların da seçimleri benzer içeriklerden oluşmaktadır. “Beğeni kamuları beğeni kültürleri geliştirir. Bu halkların ve kültürlerin sahip olduğu biçim, kültürel tercihin en iyi tek tahmin edicisi olarak eğitim kazanımına sahip sosyal sınıf değişkenleri tarafından en iyi şekilde anlaşılabilir” (Lewis, 1977: 426). Lewis bu yaklaşımı Gans’a dayanarak açıklar:

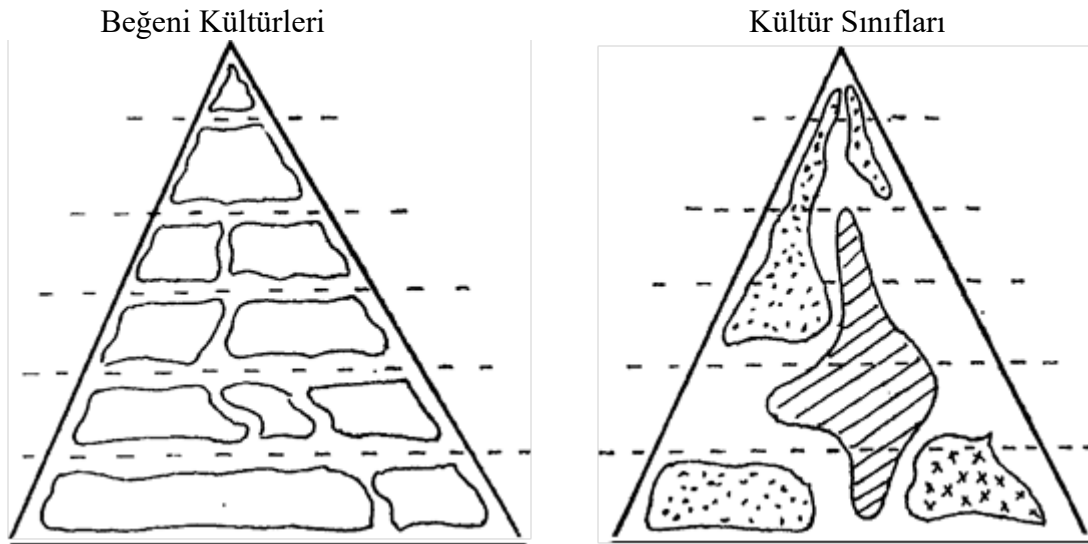
“İlk olarak, kültürel içeriğin her ögesi kendi içinde yerleşik bir eğitim gereksinimi taşır- çizgi roman için çok az, T.S. Eliot’ın şiiri için çok fazla. İkincisi, toplumumuzda estetik standartlar ve zevkler hem evde hem de okulda öğretilir. Bu nedenle, bir kişinin eğitim başarısı ve gittiği okul türü, muhtemelen o kişinin kültürel tercihlerini diğer tek bir endeksten daha iyi tahmin edecektir. Bunların her ikisi de

⁸ Bkz. Wilensky (1964) Mass Society and Mass Culture: Interdependence or Independence?

bireyin (ve ebeveynlerinin) sosyoekonomik düzeyiyle yakından ilişkili olduğundan, beğeni kültürleri ve halklar yelpazesi, Amerikan toplumundaki sınıfları yakından takip eder” (1975: 426-7).

Lewis, beğeni kültürleri yaklaşımının sınıfla ilişkisini onu diğer kavramlardan ayıran özelliklerden biri olarak görür: “Sosyal kategoriler perspektifini kullanan diğerleri, beğeni kültürlerini sınıf yapısıyla ilişkilendirmediler, ancak onları geleneksel demografik boyutların birçoğunu kesişen ve güçlü belirleyici değişkenler etrafında kümelenen olarak gördüler” (Lewis, 1978b: 48-49).

Gans’ın beğeni kültürleri ve Lewis’in kültür sınıfları, Lewis tarafından aşağıdaki gibi şekillendirilir:



Şekil 1: Beğeni Kültürleri ve Kültür Sınıfları

Kaynak: Lewis (1977:46)

Bu gösterimden beğeni kültürleri kavramının sınıflar içinde farklılaşmanın mümkün olduğu ancak sınıflar arasındaki sınırların net bir biçimde çizildiği, dolayısıyla beğenininde bu sınırları aşmadığı görülür. Kültür sınıflarındaysa, sosyo-ekonomik ayırımın beğenide sınırlar oluşturmamış olduğu görülür: Sınıflar arasında geçişken bir beğeni profilinden söz edilebilir. Bir toplumsal sınıfta çok farklı beğeni düzeyleri görülebilir.

“Gans, kendi beğeni kültürü kavramını, çeşitli arka plan özelliklerini paylaşan bir izleyici kesimi olarak tanımlar. Bu özellikler demografiktir ve sosyolog George Lewis'in de eklediği gibi, ortak bir kültürel ya da kitle iletişim aracı tüketim modeli varsayılır - nadiren gösterilse de. Buna karşılık, Lewis'in kültür sınıfı nosyonu ortak

bir tüketim modeliyle başlar ve hiçbir ortak demografik parametre varsaymaz. Lewis, kendi kavramsallaştırmasının kitle iletişim araçları için kitle izleyicilerini daha doğru bir şekilde tanımladığını ileri sürer” (Wolfe-Haefner 2008: 128).

Gans’ın beğeni kültürleri kavramını ele aldığını ve geliştirdiğini ifade eden Lewis, Gans ile aynı soruyu cevapsız bırakmıştır: Bir beğeni kamusuna/kültür sınıfına aidiyet, tüketim biçimine ne ölçüde yansımıştır? Bireyin beğeni kamusu ya da kültür sınıfına aidiyeti, katılımcının beğenisinin öncesi ve sonrası arasında ne türden bir benzerlik ve farklılaşma yaratır? Bu sorulara yanıt Gans ve Lewis’in yaklaşımında eksik kalan nokta olarak tespit edilmiştir.

1.1.4. Antoine Hennion: Bir Pratik Olarak Beğeni

“Beğenileriniz geçmişinizdir, tortulaşmış (ailesel, akademik, sosyal...), kimliğinizi oluştururlar”
(Hennion, 2007: 102).

Antoine Hennion, kültür sosyolojisinin araştırma alanlarından birinin bireylerin beğeni ve tercihlerinin eleştirisi olduğunu ifade eder. Ona göre bireyin beğenisi sosyal olarak inşa edilmiştir: “İnsanlar aktif ve üretkendir; nesnelere ve işleri, performansları ve beğenileri sürekli dönüştürürler” (Hennion, 2004: 1). Hennion, beğenin bir nitelik değil faaliyet olduğunu ileri sürer. Ona göre beğeni verili değildir; “tekrarlanan deneyler yoluyla, aşamalı olarak ayarlanarak, bunların bir arada görünmesini sağlamak gerekir” (2007: 101). Beğeni Hennion’a göre “bir performanstır; etki eder, harekete geçer, dönüştürür ve hissedilir” (2004: 3). Hennion, beğeniye edilgen konumlandırıran yaklaşımların aksine, beğenin aktif bir faaliyet olduğunu ileri sürer. Beğenin performatif ve deneyimsel yönünün altını çizen Hennion’a göre, ifade edilen beğeniler “işaretlere dönüşür” (2007: 98).

Hennion’a göre beğenide “düalist karşıtlıklar” öne çıkar: “nesnelere fiziksel özellikleri versus tercihlerin sosyal inşası, sanat eserlerinin ve kültürel ürünlerin analizine odaklanmaya karşı beğenilerin sosyal olarak belirlenmesine odaklanma” (2020: 2). Ona göre bu karşıtlıklar paradoksalıdır. Çünkü beğeni, kavramsal olarak karşıtlıklar içermez. Hennion’ın yaklaşımı bu ikili okumalara bir eleştiridir. Aktör beğeniye yarattığı kadar beğeni tarafından da yaratılmaktadır. Beğeniye yaklaşımında sosyolojiye de eleştirisi olan

Hennion'a göre sosyoloji, beğeniye "kişisel eğilimler, normlar ve kolektif çevreler" ile açıklayarak beğeniye "açık ve sıradan bir deneyim" olarak görür. Ancak Hennion'un en önemli iddiası beğenin, belirlenmiş bir özellik olmadığı iddiasıdır. Beğeni, tekrarlanan deneyimlerle, aşamalı olarak ortaya çıkar. Bu sürecin aktörü olan amatörler tarafından ortaya konan ve etkileşimler aracılığıyla doğan bir olgudur. Hennion'un yaklaşımındaki etkileşim kavramına vurgu, beğenin "kendiliğinden orada" olmadığını, bu etkileşimler aracılığıyla üretildiğini vurgulaması bağlamında önemli bir vurgudur: "Konumlandırılmış bir etkinlik olarak beğeni, önceden belirlenmiş değildir: Temasa, 'iki- arasında' bir duruma, duyumun belirsiz yükselişinin yeri ve anına işaret eder" (2007: 101). Hennion'un pragmatik yaklaşımının temelinde ele alınan unsurun tüm süreçlerinin ciddiye alınması ve hesaba katılması söz konusudur. Ona göre pragmatik yaklaşımlar; "çeşitli hedefleri kapsamasına rağmen, uygulamaları, deneyimleri, aktörlerin becerilerini ve her şeyin açıklığını vurgular" (2020: 2). Hennion'un bu yaklaşımının en önemli parçası "şeylerin açıklığı"dır. Bu yaklaşımda "şey"ler aktörün beğenilerini yansıttığı araçlar olmaktan daha fazlasıdır.

Hennion'un yaklaşımında beğeni bir faaliyet olarak değerlendirilir, ancak bu faaliyet dairesel olarak hareket ettiğinde anlam kazanır: Yani beğeni, kendi sonuçları üzerine düşündüğü, değerlendirdiği, tartıştığı ve adlandırıldığında anlamlı hale gelir (Hennion, 2004). Beğeniye çok faktörlü bir ilişki olarak değerlendiren Teil ve Hennion, temelde üç ilişki tanımlamışlardır ve tüm bu ilişkiler, kolektif olarak belirlenen "ürünün" algısının tercümesidir:

"Birincisi, algı iki belirlemenin yan yana gelmesi olarak düşünülebilir: toplumsal ve maddi. İkincisi, beğeni bir üründen gelen bir uyarının duygusal algısı veya yorumlanması üzerinde etkili olan dış faktörlerin etkisinin bir sonucu olarak analiz edilebilir. Son olarak beğeni, alışkanlıklar, deneyimler, sosyal ve kültürel olarak kısıtlanmış veya inşa edilmiş öğrenme tarafından şekillendirilen, yönlendirilmiş bir zamansal sürecin sonucu olarak incelenebilir" (2004: 22).

Amatör, Hennion'un yaklaşımının en önemli üç kavramından biridir. Kelimenin kullanımında İngilizce ve Fransızca'da karşılığının farklılığından kaynaklanan bir nüansa

işaret eden⁹ Hennion amatör kavramının kullanımına dair en iyi örneğin spor üzerinden verileceğini ifade eder:

“Spor, sanat eserleri gibi soylu (dolayısıyla yüksek ölçüde toplumsallaşmamış) herhangi bir üründen ya da yemek gibi bedensel (dolayısıyla yüksek ölçüde doğallaştırılmış) ürünlerden daha kesindir ... Belirsiz sonuçlara rağmen, uygulama, taktikler, vücut eğitimi hala gereklidir. Bunun da ötesinde kurallar, kongreler, stadyumlar, antrenman merkezleri, çekişmeler, tarzlar, aşırılıklar ve pazarlamacılar dahil olmak üzere bütün bu kurumlar futbolun içindedir. Bedenler, kolektifler, aygıtlar ve kurumlar ile toplumsal inançlar arasında neyin önemli oluşmadığına karar verme meselesi değildir. Daha çok, bu durumda futbol olan ortak bir varlığın ilgili farklı yönlerini kavramak için şeylerin kendilerini nasıl bir arada tuttıklarını takip etme meselesidir. ... Spor felsefeyi umursamıyor gibi görünse de bize ontoloji konusunda harika bir ders veriyor. Belirli bir dünya, her türlü nesne, araç ve uygulamadan oluşan kendi heterojen biçimlerini ne kadar çok geliştirirse, bu dünya o kadar az kesindir. Tam olarak bu yüzden amatörlere hitap ediyor!” (Hennion, 2020: 2)

Hennion’un amatörleri sosyal olarak belirlenmişliği inkar etmezler, kendi beğenilerini bu belirlenmişliklere dayanarak ifade ederler. Hennion’un ikinci önemli kavramı *bağlanma* (attachment); amatör kavramıyla ilişkili olarak ele alınabilir: “Amatör kelimesi, bir nesneye kolektif olarak yerleşik ilgiyi varsayar. Aksine bağlanma mefhumu, bizi birbirimize bağlarken bizi tutan her şeyin kapsamını genişletir” (2020: 3). Hennion, bu kavramla ikiliği aşma iddiası taşır. Ona göre bağlanma ve beğeni kavramlarının ortak noktaları vardır: “Onları kontrol edemiyoruz ve bağlılığın ya da zevkin getirebileceği sürprizleri kontrol edemiyoruz” (2020:3).

Düşünümsellik ise Hennion’un yaklaşımındaki son önemli kavramdır. Ona göre “düşünümsellik, analizin temel kavramıdır” (2007: 107). Düşünümsellik, hem amatörlerin kendi davranışlarının hem de sosyologların bu durumu incelemesinin merkezinde duran kavramdır.

⁹ “Fransızca ‘amatör’ kelimesini kullandık, çünkü ‘meraklı’ veya ‘hayran’ kelimesinden daha uygun ve geneldir... Burada ‘amatör’, ‘profesyonel olmayan’ anlamına gelen olumsuz İngilizce anlamından daha geniş bir anlamda kullanılmaktadır ve çeşitli derecelerde duyarlılıklarını veya yeteneklerini geliştirmelerini sağlayan sistematik bir faaliyetle uğraşan herhangi bir meslekten olmayan kişiyi belirtmektedir” (Hennion, 2007: 112).

“Beğeni, zevk ve etki, nesnelere dışsal değişkenleri veya otomatik nitelikleri değildir. Sürekli olarak revize edilen yöntemlerle düzenlenen fiziksel, kolektif ve donanımlı bir uygulamanın refleksif sonuçlarıdır. Bu yüzden, etiketlere daha az, bireylerin çerçevelenmiş etkinliklerine daha fazla vurgu yapan ve ortaya çıkan her şeyi hesaba katma olasılığını açık bırakan bağlılıklar ve uygulamalar hakkında konuşmayı tercih ediyorum” (Hennion, 2004: 4).

Beğeni, her şeye bağlıdır ancak “tekrardan, kısmi, boş, kendinden, başkalarından, şeylerden ve koşullardan başlayarak en kesin seçimler kısa sürede sorgulanır. Bu, göreceliliğe değil, yeni deneyimlere, amatörlerin kariyerlerine damgasını vuran tüm bu revizyonlara, dönüşümlere ve keşiflere yol açar” (Hennion, 2007: 111). Beğenin amatörlerin teması yoluyla ortaya çıkan ve “farklılıkların sonsuzca çoğaldığı” bir mekanizma olduğunu ifade eder. Hennion, tekrarın ve temasın altını çizer; hem tekrarın hem de karşılaşmaların dışardan hareketsiz görünen şeyleri “mevcut” hale getirdiğini belirtir. Hennion’a göre beğeni, kişinin kendi yaptığını hissetmesidir (2007: 101). Beğeni, beğenilen nesneye, ne yaptığının ve insanlara ne yaptırdığına bağlıdır: “Beğeniler, bir sonucu garantilemek için bir araya gelen bağımsız değişkenler değil; durumları ortaya çıkarmak, nesnelere tepkiler vermek, varlıkları dönüştürmek, önemli anları tutarlı kılmak için birbirini destekleyen belirsiz dolayımlardır” (Hennion, 2015: 166).

Beğenin nesnelere tarafından açığa çıkarılan ya da nesnelere yansıyan bir olgu olmadığını ifade eder. Hennion’a göre beğeni aktif bir süreçtir; “nesnelere olan bağlılığımızı ifade ettiğimiz bir dizi performans” olarak ele alınabilir. Hennion’un beğeni yaklaşımının odağında amatörlerin beğeni deneyimleri vardır. Bir performans olarak beğeni, sadece bir statü göstergesi olarak ele alınamaz. Hennion’a göre beğeni, özne ve nesne arasında ortak bir eylemdir; dolayısıyla etkileşime açıktır. “Bir etkinlik olarak beğeni, bir çerçeve sağlayan, çabanın uygunluğunu sağlayan ve sonuçları garanti eden, eşlik eden, yol gösteren, kelimelere döken bir kolektif aracılığıyla gerçekleştirilir” (Hennion, 2004: 5). Beğeni, Hennion’a göre bireyin benliğini sunma yöntemleriyle ilişkilidir: “... karşılaştırmalar, provalar, yorumlar ve tartışmalar, kendi tercihlerine yönelik testler ve denemeler, vb.” (2004: 6).

Hennion, beğeni kavramına “pratik” kavramını dahil etmiştir. Arsel ve Bean (2012) tarafından yapılan çalışmada beğeni Hennion’un ele aldığı biçimde yer bulur. Arsel ve Bean, pratik kavramını “onun nesnelere olan ilişkisini, anlamlarını ve bu anlamları

şekillendiren eylemleri yakalayacak şekilde” ele alır. Wright, Arsel ve Bean’in beğeni bir rejim olarak ele aldığını aktarır: “Onların bir beğeni rejimi -katılımcıların 'nesnelere, eylemle ve anlamlarla sürekli ve yansıtıcı etkileşim yoluyla pratik bilgiyi geliştirdikleri bir 'uygulama çerçevesi') kavramları, aynı zamanda, angajman oluşturmaya hizmet taahhüt eden bu türlerin oluşturduğu 'estetik düzen' sorunuyla önemli bir bağlantıyı sürdürür” (Wright, 2018: 6).

Arsel ve Bean, Hennion’un beğeni yaklaşımını odaklarına alırlar: “beğeni rolüne uzun süredir odaklanmanın, beğenin nasıl uygulandığının somutlaşmış ve deneyimsel yönlerine ilişkin teorilerin kıtlığına yol açtığını savunuyoruz” (2013: 899). Onlara göre beğeni “rutin, pratik ve alışılmış bir bilgi meselesi olarak tüketim üzerinde maddi etkilere sahiptir” (Arsel ve Bean, 2013: 899). Beğeni rejimi Arsel ve Bean’e göre “tüketim kültüründe pratiğin estetiğini düzenleyen, söylemsel olarak inşa edilmiş normatif bir sistem”dir (Arsel ve Bean, 2013: 900). Arsel ve Bean, beğenin bireylerin “tüketim nesnelere ve eylemlerini yargıladığı, sınıfladığı ve ilişkilendirdiği bir mekânizma” olarak görülebileceğini belirtir. Bu bağlamda, beğeni eğitim ve tevarüs yoluyla edinilmiş kültürel sermayeye dayanan tercihler olarak görülebilir. Ve yine buradan hareketle, “sembolik hiyerarşi”yi yeniden ürettiğini ve bu yönüyle sınıflandırma düzenine hizmet ettiğini söylemek mümkündür. Son olarak beğenin “insanlar ve nesnelere arasındaki ilişkiden ortaya çıkan bir dizi beceri” olarak tanımlandığı durumlar olduğu da yine Arsel ve Bean tarafından aktarılır (2013: 900).

Stewart, Hennion’un beğeni yaklaşımının Bourdieu’nün beğeni yaklaşımından oldukça farklı olduğunu, Hennion’un hiçbir çalışmada Bourdieu’yü hedef almasa da aslında yaklaşımını çürütme amacı olduğunu ifade eder. Hennion (2007), Bourdieu’nün beğeniye yaklaşımında, beğenin sembolik bir mücadele olduğunu belirtir. Hennion beğenin Bourdieu tarafından şöyle ele alındığını ifade eder; “gizli sosyal güçler tarafından yönlendirilen sınıf geçmişimizin belirteçleridir; seçimlerimiz mekâniktir, bilinçsizdir, sosyal belirleyicilerin ürünüdür. Buna ek olarak, kültürel nesnelere, prestij veya statü kazanmaya çalıştığımız sembolik bir oyunun sadece belirteçleridir” (Stewart, 2013: 98). Hennion, beğenin bir tiksinti olduğu fikrine karşı çıkmaz; ona göre bir şeyi sevmek için diğerlerini reddetmek zorunludur:

“Kişi tek başına, nesnelere yüz yüze olduğu süreçte beğeni yoktur; hiçbir amatör en başından iyi şeyleri nasıl takdir edeceğini ya da sadece neyi sevdiğini bilemez.

Beğeni, başkalarının zevkleriyle karşılaştırma ile başlar. Kolektif, beğenin gizli gerçeği değildir; zorunlu başlangıç noktasıdır. Bu diğer amatörlerden bazıları model olarak hizmet eder ve acemileri daha önce sevdiği şeyleri hor görmeye ve o zamana kadar küçümsediklerini sevmeye zorlar. Diğerleri, geçmiş zevklerin folyoları veya nostaljik görüntüleri olarak hizmet eder, böylece yanlış yerleştirilmiş ekleri atmaya yardımcı olur” (Hennion, 2004: 5).

Kültürel nesnenin beğeni sürecinde bir sembol olarak mı yoksa bir analiz olarak mı ele alınacağına tespit edilmesi önemli bir sorundur. Bu soruna yaklaşımın “neyin tüketildiğine olduğu kadar tüketilme biçimlerine de dikkat eden daha kapsamlı bir beğeni sosyolojisini” içerdiğini belirten Stewart, beğeni nesnesinin aktif bir öge olarak ele alındığı Hennion’un yaklaşımı gibi durumların beğenin mikro düzeyine işaret ettiğini ifade eder. Nesneyi makro düzeyde ele almak da beğeni hiyerarşisine odaklanmakla mümkündür.

1.1.5. Mike Featherstone: Bireyselleşmenin Beğeni

Mike Featherstone beğenide bireyselleşme tezinin temsilcisidir. Featherstone ve Scott Lash (1999), bireylerin kimliklerini sosyal normları kullanmadan inşa etmek zorunda oldukları post endüstriyel durumun toplumun sonunu getirmedeğini, beğeniler yoluyla “yeni topluluklar, gruplar ve bağlamlar”ın oluştuğunu vurgular. Featherstone’a göre (1995: 16) “kültürel ürünlerin ve beğenilerin sınıflandırılması (gündelik dayanıklı tüketim malları, yaşam tarzı uygulamaları veya yüksek kültürel arayışlar) aynı sosyal alan içinde ilişkisel olarak” ortaya çıkar.

Simmel’in modanın taklit ve farklılaşma eğilimlerini ortaya koyduğu yaklaşımında, modanın yarattığı etkinin kendini ortadan kaldıracağı öngörüsünü hatırlatan Featherstone’a göre, bazı toplumların statü sistemlerini korumak için “denklik ve mübadeleyi” kısıtladıklarını bunun moda da yansıdığını ifade eder: “Bir moda sistemine sahip diğer toplumlarda, sürekli değişen bir metalar evreninde beğeni kısıtlı ve kontrol edilir ve aynı zamanda bireysel seçim ve sınırsız erişim yanılması vardır” (1995: 22). Featherstone (2007: 85), buradan, “beğeni oluşturucu sosyal süreçleri daha yakından incelemek gerektiği” sonucuna varır. Meşru beğeni iddiasındaki toplumsal sınıfın eğiliminin beğeniye domine edip etmediğini sorgulamayı önerir. Yaşam tarzları ve tüketim ürünlerinde farklı sınıfların farklı beğenileri olduğu vurgusunu yaparken aynı

zamanda kapitalizmin belli bir tür yaşam tarzını dayatıp dayatmadığı sorusunu da atlamamak gerekir:

“Sürekli değişen bir meta akışına sahip çağdaş Batı toplumlarında, metaların taşıyıcısının statüsünü veya rütbesini okuma sorununu daha karmaşık hale getirir. Bu bağlamda, belirli insan gruplarının veya kategorilerinin yeni malları anlamasını ve uygun şekilde sınıflandırmasını ve bunların nasıl kullanılacağını sağlayan beğeni, ayrımcı yargı, bilgi veya kültür sermayesi önem kazanmaktadır. ... meşru beğeni, sınıflandırma, hiyerarşi ve uygunluk ilkeleri bilgisi sınırlıdır” (Featherstone, 2007: 17).

Beğenin yalnızca ekonomik sermaye üzerinden okunması Featherstone’a göre eksik bir okumadır. Featherstone da Bourdieu gibi kültürel sermayenin beğeni üzerinde belirleyici etkisini vurgular. Featherstone, bireyin başkalarına dair beğeni yargılarının temelinde tüketim ve hayat tarzı tercihleri olduğunu ifade eder:

“...bireyin tikel beğeni yargılarını tanımlar ve sınıflandırılabilir kılar. Tikel beğeni öbekleri, tüketim tercihleri ve hayat tarzları özgül meslek ve sınıf fraksiyonlarına eşlik eder ve böylece tarihteki tikel bir noktada yer alan, tikel bir toplum içerisinde işbaşında olan zevk ve hayat tarzları evreninin yapılanmış karşıtlıkları ve inceden inceye derecelendirilmiş ayrımlarıyla birlikte haritasını çizmemizi olanaklı kılar” (1996: 45).

Beğeni Featherstone’a göre hayat tarzı işaretleyicilerinden biridir: “Bir kimsenin bedeni, giysileri, konuşması, boş zamanı kullanımı, yiyecek ve içecek tercihleri, ev, otomobil, tatil seçimleri vb. mülk sahibi/tüketicinin beğeni ve üslup duygusunun bireyselliğinin işaretleri olarak görülür” (1996: 140). Birey, kapitalist koşullarda Featherstone’un deyimiyle tüketim kültürü içerisinde, bir beğeniye sahip olması ya da olmaması üzerinden de var olur: Beğeni, hayat tarzının görselleştirilmesi olarak görülür. Featherstone’a göre beğeniler, kapitalist toplumlarda birer “damga” görevi görürler; bunun nedeni ürünün tüketim sürecinde bir sembol olarak değerlendirilmesidir. Mallar/ürünler, toplumsal statüyü ele geçirme ya da sürdürme mücadelesinde birer araç olarak değerlendirilir ve bu bağlamda beğeni, toplumsal sınıflar arasındaki mesafeyi görünür kılar.

Featherstone (1990: 9-10), Douglas ve Isherwood’un sosyal ilişkilerin sınırlarının belirlenmesinde metanın kullanımını belirleyen olgu olarak ele almalarının çalışmalarını önemli bir noktaya getirdiğini belirtir. Bu çalışmada malların beğeniye yaratmadaki

etkisinin, “kısmen fiziksel kullanımla ilgili” olduğunu odağa alırlar. Douglas ve Isherwood tüketimi üç mal grubu şeklinde sınıflandırır: “birincil üretim sektörüne (örneğin gıda) karşılık gelen bir temel grup; ikincil üretim sektörüne karşılık gelen bir teknoloji seti (seyahat ve tüketici sermaye ekipmanı); ve üçüncül üretime karşılık gelen bir bilgi seti (bilgi malları, eğitim, sanat, kültür ve boş zaman uğraşları)” (1990: 10). Douglas ve Isherwood, sosyal olarak en altta pozisyonlanan yoksulların tüketiminin temel grupla sınırlı olduğunu ifade ederler; piramidin üst katmanları ile toplumsal katmanlar arasında dağılım doğru orantılı seyrederek.

Featherstone sınıflar arasında beğenin hareketliliğinin “beğeni enflasyonu” yarattığını ifade eder. Ona göre toplumsal sınıflar hiyerarşisinde aşağıda kalan sınıfların yukarıdaki sınıfların beğenilerini taklit etmesi veya benimsemesi, yukarıdakilerin toplumsal sınıflar arasındaki mesafeyi yeniden tesis etmek veya korumak için yeni beğeniler yaratması zorunluluğunu doğurur. Bu da beğeni enflasyonu yaratır.

1.1.6. Paul DiMaggio: Sanatın Sınıflandırılması

Paul DiMaggio, beğenin “...bir ritüel özdeşleşme biçimi ve toplumsal ilişkiler kurmanın (ve hangi ilişkilerin kurulması gerektiğini bilmenin) bir aracı” olduğunu ifade eder (1987: 443). Ona göre beğeni aynı zamanda güvene dayalı ilişkiler kurma yoludur. Ollivier ve Fridman, Bourdieu’nün beğenin sınıfla ilişkisini ortaya koyduğu tezini DiMaggio’nun geliştirdiğini ileri sürerler. Onlara göre DiMaggio’nun tezinde;

“(b)beğeniler, sembolik sınıflandırma sistemlerinin bir bileşenidir. Bu sistemler toplumların yapısal özellikleri tarafından şekillendirilir ancak dört farklı boyutta farklılık gösterirler: farklılaşma (beğenilerin birkaç veya birkaç beğeni kültürüne ayrılma derecesi); hiyerarşi (beğenilerin eşit değerde kabul edilmek yerine hiyerarşik olarak düzenlenme derecesi); evrensellik (belirli beğeni standartlarının evrensel olarak tanınma ve meşru olarak kabul edilme derecesi) ve sembolik güç (beğeniler arasındaki sınırların göreceli gücü ve geçirgenliği)” (Ollivier ve Fridman, 2001: 15444).

DiMaggio, “beğeniye etkileşimi kolaylaştıran bir kimlik belirteci” olarak görür. Buradan hareketle beğeni konusunda beş önerme ortaya koyar (1987: 443-445): 1) Yüksek kültür beğenisi ve kültürel sermayeye sahip olmak, statüsü yüksek kişilerle ilişki kurmayı sağlar. Bu dağın zayıf olması “bireysel hareketliliğe” yol açar. 2) Kültürel sermaye, statü sahibi

olma çabasının olumlu sonuçlarından. Yüksek kültür beğenisi ile akademik başarı arasındaki ilişkiyi ortaya koyan çalışmalar vardır. Yüksek kültür, bireysel hareketlilik yaratırken popüler kültür de “günlük sosyalliğin malzemesini sağlar”. Yapılan boş zaman çalışmalarında popüler kültür arkadaşlarla kurulan ilişkinin altını çizerken, yüksek kültür beğenisinin kişiler arası ilişkileri vurguladığı ortaya konulmuştur. Yüksek kültüre katılımın gelirle ilişkisi düşünüldüğü kadar belirleyici olmayabilir; eğitim ve mesleki prestij bu farkı aşılabilir kılar. Beğeni kalıtsa değildir; ırklar arası fark asgari düzeydedir. 3) “Geniş kapsamlı ağlara sahip kişiler, en geniş çeşitlilikteki kültürel formlar için ‘beğeniler’ geliştirirler. Sosyal ağlar üzerine yapılan araştırmalar, sosyoekonomik statünün boyutları, karmaşıklığı ve çeşitliliği ile pozitif, yoğunlukları ve ortalama bağ gücü ile negatif ilişkili olduğunu göstermiştir” (1987: 444). 4) Beğeniyle sosyal tabakalar arasındaki beğeni seçimi keskin değildir ve bu türlerin birbiriyle pozitif ilişkisine bağlıdır¹⁰. 5) Kişiler hayatlarındaki diğer her şey aynı kalmak koşuluyla, büyük bir değişiklik yaşadığında, bu değişikliği yaşamayanlara göre, kültürel katılımları artış gösterir. Eski ağların bozulması yeni ağlar oluşturmaya imkan sağlar.

DiMaggio’nun analizinde beğenin eşit değer görmediği, hiyerarşik olarak sıralandığı ifade edilir: Beğenin bu sınıflandırma biçimi sabit değildir, zaman ve yere göre değişim gösterir. “Beğeniler, sosyal yapının belirli özellikleri ile benzer ise, bunun nedeni, bir topluluktaki sosyal farklılaşma ve eşitsizliğin kapsamı da dahil olmak üzere, sosyal güçlerin karmaşık bir etkileşimi tarafından şekillendirilmeleridir” (Ollivier ve Fridman, 2001: 15444). DiMaggio, farklı toplumsal sınıflara dair kültürel ön kabullerin, bu sınıfların kültürel tüketimine dair yapılan çalışmalarda çizilen portreden “daha canlı” olduğunu iddia eder. Bu çelişkinin yapay olduğunu ileri süren DiMaggio, kültürel kullanıcıların kültürel formlara yaklaşımının, bilimsel çalışmalardakinden farklı olduğunu vurgular. Ona göre beğeni, gerçek hayatta, düşünüldüğünden çok daha az kümelenmiştir. DiMaggio, beğeniye anlamının yolunun “sosyal-yapısal değişim”leri anlamaktan geçtiğini belirtir: “... toplumsal aralığın genişlemesinin (iletişimdeki teknolojik gelişmeler, seçkinlerin ulusallaştırılması, artan fiziksel hareketlilik) statünün doğasını” değiştirir (1987, 445).

¹⁰ Bu önerme hem Gans’ın hem de Bourdieu’nün ortaya koydukları ile çelişir. DiMaggio, bu çelişkinin nedenini “geniş kapsamlı ağların geniş beğeni repertuarı” gerektirmesiyle açıklar.

DiMaggio, yüksek veya popüler kültürün kimliği tanımlayan birimler olduğunu vurgular. Yüksek kültürün sahip olduğu “yaş bölge, cinsiyet” gibi “engeller”, onu yüksek statü sağlayıcı haline getirir. DiMaggio (1987: 445), orta sınıfa dahil olmanın statü kültürüne hakimiyet gerektirdiğini ileri sürer; aynı zamanda “bölge ve etnisite” kültürlerine dair de bir aşinalık gerekir. DiMaggio, orta sınıfa dahil kişilerin beğenilerinin çeşitli olduğunu belirtir ve bunun “bulmacanın anahtarı” olduğunu ileri sürer. DiMaggio, bu durumda sosyal rollerin “statü kültürünün taşıyıcıları olarak kişilerin yerini aldığını” ortaya koyar. Bireylerin çeşitli rolleri ve katıldıkları çeşitli statü kültürlerinin varlığı, yüksek kültür beğenisi ve kişilerin katıldığı kültür türleri sayısı arasındaki ilişkileri görünür hale getirir. Bu durum, bazı beğeni kültürlerinin sınırlı rollerle tanımlandığı durumları yok saymaz. DiMaggio, (r)ol sistemlerinin oldukça karmaşık olduğu yerlerde, zevklerdeki çeşitlilik, farklı roller üstlendikleri için, kişiler arasında olduğundan daha fazla kişilerin içinde meydana gelebileceğini vurgular (1987, 445).

DiMaggio'nun sanatsal sınıflandırma sistemi “farklılaşma, hiyerarşi, evrensellik ve sınır gücü” üzerine kuruludur. DiMaggio bu önermelerin “sosyal yapının biçimsel yönleri” ve “eğitim sisteminin özellikleri” ile ilişkili olduğunu vurgular (1987: 446-449). Farklılaşma, DiMaggio'nun sisteminin bölündüğü türlerin sayısını ifade eder. “Ritüel olarak sınıflandırılmış türler”, sosyal seçmenlerle etkileşimde ortaya çıkar. DiMaggio'nun farklılaşmaya dair bazı önermeleri şöyle sıralanabilir (1987: 447): Birincisi sosyal yapıdaki heterojenlikle SSS¹¹'deki farklılaşma doğru orantılıdır. Beğeni, bir gruba ait olmanın sembolü olarak ele alındığında, sosyal temas gruba dahil olanlar ve olmayanlar arasında fark gösterir. İkincisi sosyal ağların kapsamı genişledikçe farklılaşma da yükselir. DiMaggio, beğenin roller ve kişiler ile tutarlı seyrettiğini ifade eder. Üçüncüsü, sosyal sistemin rol yapısı karmaşıklaştıkça SSS de farklılaşır. Kişilerin özellikleriyle sosyal ilişkiler uyumlu olduğunda, rol yapılarında karmaşıklık azalır. Dördüncü, SSSnin farklılaşmasının “yapısal konsolidasyon derecesi”nin yüksekliğiyle ilişkisidir. Beşincisi, eğitim seviyesinin yükselmesi, SSSye uyumu artırır.

DiMaggio'nun sistemindeki ikinci element hiyerarşidir. DiMaggio'ya göre ritüel sınıflama sistemlerinde türler, farklı ama eşit algılanmaz, aksine prestij temelinde hiyerarşik bir sıralamaya girerler. Bu dikey sıralamalar, yüksekte olanın itibarlı olduğu

¹¹ Sanatsal Sınıflandırma Sistemi.

sistemlerdir. Hiyerarşi bu durumda, kültürel sermayenin değerini belirleyecek ve bu sınırlamanın kültürel otorite ilişkisini¹² görünür kılacaktır. DiMaggio'nun hiyerarşiye dair önermeleri 7 tanedir; bunlardan ilki, kaynakların üreticiler ve dağıtımıcılar tarafından eşitsiz kontrol ettiği durumlarda SSSler hiyerarşik olur. İkincisi, sosyal eşitsizliğin derecesi yükseldikçe SSSler daha hiyerarşik hale gelir: “Etkileşim, farklı beğenilerin meşruluğunun karşılıklı olarak onaylanmasını gerektirdiği ölçüde, yüksek düzeyde gruplar arası sosyal etkileşim, türler arasındaki prestij farklılıklarını aşındırma eğilimindedir” (1987: 447). Üçüncüsü, gruplar arası sosyal etkileşimin yüksek olduğu durumda SSSler o derece az hiyerarşik yapılıdır. Dördüncüsü, eğitim sistemi teknik değilse SSSler hiyerarşıktır. Beşincisi, yüksek öğrenime erişim yüksekse, SSSler o kadar az hiyerarşıktır. Altıncısı, örgün eğitim katmanlar olarak sıralıysa SSS hiyerarşik yapılıdır. “Kültürel otorite, aralarında dağıldığı daha az sanatsal kategori olduğunda ve kaynaklar ve prestij için rekabet eden türler arasında daha az rekabet olduğunda daha fazla yoğunlaşır” (1987: 448). Sonuncusu SSS farklılaştıkça daha az hiyerarşik hale gelir.

Sanatsal sınıflandırma sisteminin üçüncü elementi evrenselliştir. DiMaggio, ABD'nin kültürel sınıflamasının evrensel olduğunu düşünür. DiMaggio, bazı çalışmalardan yola çıkarak demografik gruplanan örneklerde, “beğenilerin benzer faktör yapıları” olduğunu ileri sürer. DiMaggio'ya göre, bir sınıflandırma sisteminin evrensellik iddiası taşıması için gerçekten evrensel cevaplar araması gerekli değildir; genelleştirilebilir veriler yeterlidir. DiMaggio, kendi önerdiği sınıflama sisteminde, katmanların “basit ve geniş kapsamlı” olması için, sosyal grupların az sayıda olması gerektiğini ifade eder. Evrensellik konusundaki önermeleri de yedi tanedir. Birincisi, toplum heterojense, SSS evrensel denemez. Gruplar arasındaki etkileşim SSS evrensel hale gelebilir. İkincisi, statü sınıflandırması konsolide edildiğinden SSS evrenselliğinden bahsetmek mümkün olur. Üçüncüsü, sosyal eşitsizliğin azalması SSSyi evrensel hale getirir: “Bir tür sınıflandırma sisteminin yaygın olarak paylaşılma derecesi, beğenilerin kişiler yerine roller arasında ne ölçüde bölündüğü ile ilgilidir. Bireylerin farklı zevkleri çağrıştıran roller oynadığı yerlerde, kişilerin çok çeşitli türlere aşına olmaları daha olasıdır” (1987: 448). Dördüncüsü, toplumdaki rol yapısının karmaşıklığı SSSyi evrensel hale getirir. Beşincisi

¹² DiMaggio, kültürel otoriteyi ve otoritenin hiyerarşisini şöyle ele alır: “Kültürel otorite, farklı beğeniler sosyal rollerden ziyade gerçek kişilerle eşleştiğinde ve beğeni yapısı eşitsizlik yapısıyla eşbiçimli olduğunda daha fazla yoğunlaşır. Bu tür bir izomorfizmin, durum nitelikleri zayıf bir şekilde ilişkili olmaktan ziyade yüksek düzeyde ilişkili olduğunda var olma olasılığı daha yüksektir” (1987, 447).

örgün eğitim evrensel değerlerle örgütlenmişse ve sistemsel farklılaşma yoğunsa SSS evrensel olur: “Türlerin az ve sıkı bir şekilde sınırlandırıldığı yerlerde, sınıflandırma sistemi, türlerin daha çok sayıda ve zayıf sınırlı olduğu yerlere göre daha yaygın olarak paylaşılır” (1987: 448). Altıncısı, türlerin sınıflandırıldığı durumda evrensellik mümkün olmaz. Sonuncusu, “kültürel sınıflandırmaların ritüel gücü ne kadar büyükse, o kadar evrenseldir” (1987: 448).

DiMaggio'nun sistemindeki son elementte sınırların yapısal görevlerinin altı çizilir. DiMaggio'ya göre, eşit statü seviyesindeki kişilerin sınıflanması türlerin odağa alınmasına neden olur: “Tür sınıflandırmalarının sınır gücü, öncelikle yapısal konsolidasyonun bir işlevidir. Kişilerin statünün tüm boyutlarında benzer konumlarda bulunduğu durumlarda, türler güçlü bir şekilde sınıflandırılır. Böylece, şehirli seçkinler, aile konumu, zenginlik, mesleki başarı, eğitim düzeyi, etnik köken ve siyasi etkinin benzersiz bir şekilde uyumlu olduğu bir dönemde yüksek/popüler sınıflandırmasını kurumsallaştırdı” (1987, 449). Sınırların gücüyle ilgili önerilerini altı başlıkta sıralar. Bunların ilki, yapıdaki konsolidasyon büyükse ritüel sınıflandırmaları güçlüdür: “Eşitsizlik, kültürel sınıflandırmadaki hiyerarşi derecesi ile ilgili olsa da eşitsizlik başlı başına sınır gücü ile ilişkili değildir. Bunun yerine, sınır gücü ‘statü çeşitliliği’ ile ilişkilidir” (1987: 449). İkincisi, statünün çeşitli olduğu durumlarda sınırlar zayıftır. Türler arası sınırların kişiler arası sınırlar yerine geçtiği durumlarda güçlüdür. Üçüncüsü, rol yapısı karmaşıklaştıkça, sınırların gücü zayıflar. Dördüncüsü, tür sınıflandırmaları hiyerarşikse, sınır gücü yüksektir. Beşincisi, SSS evrenselken ritüel gücü büyüktür. Son olarak, SSS farklılaştıkça ritüel gücü zayıflar.

DiMaggio, sanatsal hiyerarşilerinin sosyal ve geleneksel arka planını yeniden çerçeveleme iddiasını taşır. Ona göre sanatın ideolojik bir kimliğinin olup olmadığı sorusu yerine, sanatın ideolojik değişimleri yansıtan bir şey olduğunu kabul edip, bunun “yapısal koşulları”nın ne olduğu araştırılmalıdır. Beğeniye gelince, DiMaggio, beğeniyle ilgili tartışmaların kültür sosyolojisiyle toplumun yapısını anlamak arasında bir konumda olduğunu ileri sürer. DiMaggio'ya göre, kültürel hiyerarşiler Batı dünyasında çözülmeye başlamıştır ve daha az evrenseldir. Ona göre beğeniye yukarıda ifade ettiği konuma taşıyan ilk isim Daniel Bell'dir (1987: 453). DiMaggio, son olarak sanatsal sınıflandırma sisteminin sosyolojinin sanatla ilgili bakışının merkezinde olması gerektiğini ifade eder; sanatsal sınıflandırma sistemlerinin “insanların sanatı kullandığı kullanımlara, sanatın

üretildiği organizasyonel sistemlere ve beğeni ile üretimin etkileşiminden” oluşması bu merkezi konumu gerektiren nedendir.

DiMaggio; sanatsal sınıflandırma sistemleri olarak adlandırdığı “yöntemin” iki süreci bir araya getirdiğini iddia eder: “sanatçıların yapıtlarının hem tüketicilerin kafasında ve alışkanlıklarında hem de ayrı türlerin üretimini ve dağıtımını sınırlayan kurumlar tarafından bölünme şekli” (1987: 441). Sanatsal sınıflandırma sistemi, bir toplulukta türler ve bu türlerin üreticileri arasındaki ilişkiyi içerir. Dolayısıyla hem bu grubun beğeni yapısını hem de kültürel ürünü oluşturan ve dolaşıma sokan mekanizmayı açıklayabilir. Sanatsal sınıflama sisteminin dört boyutu vardır: “Birincisi, toplumlar, sanatlarının kurumsal olarak sınırlandırılmış türlere ayrıldığı ölçüde farklılık gösterir. İkincisi, türlerin prestije göre hiyerarşik olarak sıralanma derecesine göre farklılık gösterirler. Üçüncüsü, sistemler, sınıflandırmaların evrensel olduğu veya üye alt grupları arasında farklılık gösterdiği ölçüde farklılık gösterir. Son olarak, SSS'ler, türler arasındaki sınırların ritüelleşme derecesine göre değişir” (1987: 441). DiMaggio’ya göre sanatsal sınıflandırmanın sanat dünyalarında “yasalaştırılma”sı onları kalıcı hale getirir. Sınıflandırmanın her katmanı “bilişsel ve örgütsel bir bileşen içerir” (1987). DiMaggio, farklılaşmış sanatsal sınıflandırmaların “tanımlanabilir tür ve ince parçalara ayrılmış sanat dünyaları¹³” olduğunu ifade eder. DiMaggio, sınıflandırmalarda türlerin eşit olmayan kaynakları olduğunu ifade eder. Evrensel sınıflandırmalarda toplumsal yapı bu sınıflandırmaları “karakterize eder”. Sınıflandırmalar, beğenileri kümeler ve hem sanatçıların hem de beğeni üzerinden ticaret yapanların davranışlarını sınırlar.

DiMaggio, sınıflar şeklinde örgütlenmeyen toplumlardaki kültürel sistemlerin güçlü ritüellere sahip ancak hiyerarşik olmayan yapısının, farklılaşmış ancak yerel olmasının altını çizer. Buna karşın sınıflı yapıya sahip toplumlarda farklılaşmış kültürel sistemlerin hiyerarşik, evrensel ve güçlü ritüellerden oluştuğunu vurgular. Kitle kültürlerinde farklılaşmanın zayıflığına ek olarak ritüeller de zayıftır ve hiyerarşik değildirler.

DiMaggio, sosyologların sanata dair incelemelerinin üretim ve tüketimi ayrı ayrı incelemek yerine SSSye odaklanmalarını önerir. Bunun dört nedeni vardır. İlk olarak tüketim kalıpları incelenerek, tüketicilerin neler arasında seçim yaptığı açıklanamaz. Beğeni dışsal olarak ele alınmamalıdır. İkincisi, üretime odaklanmak, sanat üretiminin

¹³Bkz. Sanat Dünyaları, Howard S. Becker. Ankara: Heretik.

dayatma olduğu sonucuna varma riskini taşır. Bu noktada talepler göz önünde bulundurulmalıdır. Üçüncüsü, sınıflandırmanın dinamiklerine odaklanmak, “sanatsal yeniliğin kaynakları ve sanatın kendi sosyal ortamını ‘yansıma’ derecesi” gibi sorular hakkında bilgi vericidir. Dördüncüsü, üretim-tüketim ilişkisine odaklanmak, bu süreçleri marjinalleştirir: “Bu yaklaşım, sanat eserlerinin üsluplarını veya içeriklerini dışlayarak üretim ve tüketimine odaklanan kültür sosyolojisindeki diğer birçok çalışmadan ayrılır” (1987: 442). Sanatsal sınıflandırma sisteminin sınırlılıkları olduğunu ve elbette her şeye cevap veremeyeceğinin farkında olan DiMaggio, “kültürel sistemlerin içeriğinden değil, yapısından başlamayı” önerir. İnsanların birbirleriyle bağlantı için kurdukları köprüleri inceler. Soyut sanat ürünlerinin kişiler arası etkileşim açısından önemli olduğunu belirtir. Sanatsal sınıflandırma sistemleri, öncelikle yapıyı ele alır; içerik yapıdan sonra gelir. Yapıdaki değişiklik yeni türlerin ortaya çıkmasını sağlayabilir. Üslup aynı türden eserler arasında içeriği değiştirebiliyorsa sanatsal sınıflandırma sistemi yapıdan bağımsız hale gelir. DiMaggio’ya göre bu durumda kültürel katılımın incelenerek beğenin sosyal yönü açıklanabilir ve bunun dışında, kullanımlar ile türler arasındaki ilişki ritüel sınıflandırma haline gelir.

1.2. Beğeni Hiyerarşisi

Kültür biçimleri, kültüre yönelik eğilimler ve tercihler, her ne kadar uluslar ile sınırlandırılmasalar da, tüm bu kültür biçimleri, eğilimleri tercihler vb. sosyo-kültürel koşullarda anlamlanır. Gans hiyerarşinin temelinde iktidar olduğunu vurgular; iktidar içeren her yapı hiyerarşiktir. Beğeni yapısının da aynı nedenle hiyerarşik olduğunu belirtir. Beğeni hiyerarşisiyle sınıf tabanlı hiyerarşinin aralarındaki farkı Gans, iki yapının da çelişki barındırması üzerine kurar:

“Birincisi, siyasal olarak etkin çıkar gruplarının çıkarlar dolayısıyla örgütlenmesi, sınıfsal çıkarlar dolayısıyla örgütlenmeden bile çok daha seyrek görülür. İkincisi, kültürel konular insanlara sınıfsal konular kadar önemli gelmez. Üçüncüsü de, izleyiciler kültürel konularda siyasal baskı uygulamaya alışkın değildir. Kimi izleyiciler, gözde televizyon programlarının kaldırılması tehdidi karşısında televizyon istasyonlarını arayarak duruma karşı çıkabilirler, ama çocuk programları dışında, günlük televizyon programında nelerin gösterildiği ile ilgilenenlerin sayısı pek fazla değildir. Daha önemlisi, kültürel eşitsizlik konusundaki içerleme ve karşı çıkmalar, nedense öteki eşitsizlikler konusunda olduğundan çok daha azdır. Yoksul

kimseler, yüksek gelir gruplarının ulaşabildiği para ve gücü istediği halde, aşağı beğeni kamuları, yüksek beğeni kültürlerine katılamadıkları için kendilerinde bir yoksunluk duyumsuyor gibi görünmemekte” (2012: 148).

Ayas’a göre beğeni hiyerarşileri, ortaya çıktığı tarihsel koşullarda belli toplumsal ilişkiler aracılığıyla inşa edilir, bu beğeni hiyerarşileri evrenseldir (2017: 140). Wright vd., kültürel malların sınıflandırılmasının kültür hiyerarşisini oluşturmada başrol oynadığını ifade ederler. Onlara göre Avrupa ile Amerika arasında bu bağlamda önemli bir fark vardır:

“... Avrupa’da, uluslar içindeki meşru kültür hiyerarşilerinin tanımlanmasında merkezi bir rol oynamıştır, kabaca ‘Avrupa’ ile, yüksek kültür ve kutsallığın kutsal biçimlerinin kısaltmasıdır. ‘Amerikan’, ticari ve dolayısıyla kitle kültürünün azalan biçimlerinin bir kısaltması olarak kalmaya devam ediyor- bu etiketlerin çağdaş bağlamda daha az katı olmasına rağmen.” (2013: 333).

Bauman (2015: 3), Goldthorpe’un başkanlığında yürütülen kapsamlı bir çalışmanın çıktılarında biri olan, kültürel hiyerarşinin en üst katmanı olan kültürel elitlerin, diğer katmanlardaki kişilerden kesin biçimde ayrıldığı sembollerin geçerliliğini kaybettiğinin tespitini ele alır. Bauman bu verinin, kültürel tabakalar arasındaki sembolik göstergelerin, sınırların tamamen ortadan kalktığı anlamına gelmesi olmadığını, bu sınırların daha önceki netliğinin söz konusu olmadığını ortaya koyduğunu belirtir. Sınırların belirsizleşmesi, insanların beğenileri arasındaki sınıflandırmanın da geçersiz hale gelmesine olanak yaratır. Bauman, bu geçişkenliği, omnivorluk/hepçillik tezinin açıklayabileceğini ortaya koyar. Kişiler artık tekçi bir eğilim göstermemekte, aksine kendilerini çoğulluğun kollarına bırakmaktadırlar. Bauman, kimliğin tanımlanması noktasında bir açıklama olduğunu ifade eder (2015: 4). Çoğulcu açıklamalar, kişilerin kendisini sınırları çizilmiş bir kimlikle açıklamaktan kaçındığını gösterir. Bu tekçi yönelimlerin karşısında Bauman, kültürel elitlerin durumundan yola çıkarak beğenin pozisyonunu şöyle açıklar:

“Neticede artık bir beğeniye (rafine) karşı öteki beğeni (süfli) yok. Tek tip beslenmeye karşı hepçillik, ketumluğa, her tür takdir, nefret ya da anlayışsızlık dolu apriori [önsel] seçkinciliğe karşı her şeyi tüketmeye ve her şeyden tat almaya hazır olmak var. Seçkinler her zamankinden daha canlı ve iyi, daha hareketli ve meşgulseler de kendilerini kültürel her etkinliğin peşinden koşup bunları tüketmeye

fazla kaptırdıklarından başkalarını kendi saflarına çekecek türden misyoner meşguliyetlere hiç zamanları yok artık” (Bauman, 2011: 78)

Bazı malların satın alınması bir statü göstergesiye, bu mallar statü sembolleri haline gelir. Erving Gronow bu statü sembollerini etkili kılan, semboller ve sahteleri arasındaki farkı oluşturan mekanizmadır. Goffman, statü sembolü durumundaki nesnelere sınırlayacak farklı mekanizmalardan söz eder: “Goffman'ın (1951) klasik tezine göre (tüketici araştırma literatüründe hala yaygın olarak atıfta bulunmaktadır) malların satın alınması belirli bir statü grubuna üyeliğin göstergesiye, malların statü sembollerinin özelliklerini aldığı söylenebilir. Bu statü sembolleri, yalnızca onların ‘sahte’ kullanımlarını sınırlayan kısıtlayıcı mekanizmalar olduğu sürece etkilidir (ayrıca bkz. Fisher 1986). Goffman, sahtekarlıkla, bir toplumun üyelerinin artık bu sembollerin sahipliğinin belirli bir statüyü hak ettiğinden emin olamayacaklarını kastetmişti. Goffman'ın statü simgeleri analizlerinde, bu tür nesnelere uygunsuz kullanımını sınırlayabilen farklı mekânizmalar vardır. En belirgin olanı para fiyatlarıdır, ancak zamandan, sosyal becerilerden ve yetenekten aile geçmişine kadar değişen birkaç tane daha vardır. Ticaret devletinin savurganlık yasaları bu tür kısıtlamaların bariz bir örneğiydi” (Gronow, 1997: 33). Gronow beğeni hiyerarşisinin ne yapısının ne de kriterlerinin, sosyal yapıdaki sınıfların (sosyal rakiplerin) hiçbiri tarafından eğitime zorlanmadığını dile getirir. Statik bir yaşam da var olan kültürel kodların dönüşmesini sağlayamayacağı gibi sorgulanmamasına neden olur.

Ayas, beğeni hiyerarşilerini oluşturan “estetik” kriterlerin sosyolojinin işi olmadığını hatırlatır. Ona göre sosyologların görevi beğeni hiyerarşisinin olduğu “tarihsel-toplumsal” koşulları incelemek ve bu hiyerarşinin “nasıl ifade edildiğini, hangi söylemlerle meşrulaştırıldığını, bu meşruluğun hangi kurumlarla pekiştirildiğini ve hangi sosyal çıkarlarla ilişkili olduğunu açığa çıkartmaktır” (Ayas, 2017: 140). Beğenin hiyerarşik bir anlam içermesi, onun nesnel estetik normlarla boyutlandırılmış bir evrensellikten de çıkarılmış olarak değerlendirilmesi anlamına gelir.

Ollivier ve Fridman, beğenin estetikten değil toplumsallıktan etkilenmesi sürecini “estetik teoride beğenin nesnel standartları arayışının terk edilmesi, amacı estetik deneyimin evrenselliğini anlamaktan çok, beğenilerin sürekli değişen toplumsal koşullar tarafından nasıl şekillendirildiğini analiz etmek olan sosyal bilimlerin yükselişle çağdaştır” şeklinde ifade eder (2001: 15443).

Tally Katz-Gerro ve Yossi Shavit (1998: 370), beğeni ile sembolik yeteneklerin toplumun sınıflı yapısını sürdürmeye yaradığını ileri sürerler. Onlara göre, beğeniler sosyal gruplar arasındaki farkları görünür kılar ve bu da sınıfın kendini yeniden üretmesi için gereken kültürel tercihleri belirleme imkânı sunar. Katz-Gerro ve Shavit, yama tarzının “tüketim kalıpları, boş zaman etkinlikleri ve kültürel beğeniler” aracılığıyla belirlendiğini belirtir.

Kyra Hunting ve Rebecca C. Hains, beğeni hiyerarşisi ile toplumsal cinsiyet hiyerarşisi arasında bir ilişki olduğunu belirtir: “Beğeni hiyerarşilerinin toplumsal cinsiyet hiyerarşileriyle bağlantısı da cinsiyet performansı ile ilişkili olarak düşünülebilir. Geleneksel beğeni normlarını uygulamak, ataerkil kalite ve değer kavramları beğeniye şekillendirdiği sürece cinsiyet normlarını güçlendirebilir” (Hunting ve Hains, 2018: 4).

Gans dikey toplumsal hareketliliğin olduğu durumlarda insanların yeni katmanına/sınıfına göre tüketim maddelerine sahip olabileceğini, ancak kültürel öğelere sahip olamayacağını belirtir. “Beğeni hiyerarşisi ise, bir yandan ülke nüfusunun eğitiminde, meslekler arasında ve başka alanlarda görülen eşitsizliklerden dolayı, bir yandan da yararlı bir sınıflandırma ve ayrımcılık aracı olarak kullanıldığı için, hâlâ varlığını korumaktadır” (Gans, 2012: 164). Beğeni hiyerarşisinin sınıf hiyerarşisinden farklı olduğunu ileri süren Gans, beğeni ve statü hiyerarşisi arasında benzerlik olduğunu ifade eder:

“Tıpkı toplumsal konum sıralamasında olduğu gibi, saygınlık bakımından yüksek kültür en yukarıda, alçak kültür de en aşağıdadır. Kültürel seçimler konusundaki kararlar çoğu zaman toplumsal konumla ilgili düşünceleri yansıtır; öyle ki, aşağı konumdaki bir kültür, kendinden daha yukarı konumdaki bir kültürden içerik alacak olursa, yüksek kamu, o içeriği hemen kültürel repertuarından çıkartır” (2012: 149).

Kuipers, televizyon programları üzerinden düşünüldüğünde, beğeni hiyerarşisinin oluşmasını “beklenmedik” bulur: Bunun birinci nedeni, televizyonun çok yaygın olmasıdır. İkinci nedenini televizyonun “çok parçalı bir ortam olması” olarak gösterir. Son olarak da televizyonun çok erişilebilir bir araç olmasıdır. Ancak beğeni hiyerarşilerinin var olduğunu ve bunun sürdürülmesinde etkili olanın yalnızca bilgi sermayesi olmadığını ifade eder: “... beğeni hiyerarşileri sadece insanların sahip olduğu bilgi miktarlarındaki farklılıklar tarafından değil, aynı zamanda bu bilginin doğasındaki farklılıklar tarafından da sürdürülür” (Kuipers, 2006: 373).

Arsel ve Bean'e göre beğeni rejimi tarafından şekillendirilen etkileşim, tüketimde üç pratik ile oluşur: "sorunsallaştırma, ritüelleştirme ve araçsallaştırma": "Bu dağılık ve soyut uygulamalar, belirli bir beğeni rejimi aracılığıyla özgüllük kazanır ve iç tüketim gibi karmaşık bütünleştirici uygulamalara dahil edilir. Buna göre, bir beğeni rejimi, insanların nesnelere kullanma biçimlerini şekillendiren ve malzemeyle ilişkili anlamları dağıtan ortak bir estetik düzen anlayışını yayar" (2013: 900). Arun beğeni teorisinin "nesnel ve öznel olan arasındaki ilişkiye diyalektik bir bakış açısı" sağladığını belirtir. Arun'a göre Bourdieu'nün beğenin temeline koyduğu kavramlardan biri olan kültürel sermaye sabit değildir:

"Diyalektik bakış açısı, her defasında ve bir kültürel tüketim pratiğinin cereyan ettiği her bir farklı alanda, sermayeyi ve beğeniye yeniden ele alıp değerlendirir. Beğeniler teorisi, diyalektik bakış açısıyla ve kavramsallaştırmasıyla, örneğin alan kavramını devreye sokmak suretiyle, nesnel ve öznel arasındaki çatallaşmaya, kültürü anlamak üzere organize edilen farklı öznelci ve nesnelci yaklaşımlara bir açılım getirmeye çalışır; ikisi arasındaki farkı billurlaştırır, iki yaklaşımı tamamlayıcı biçimde kullanmayı öngörür. Böylece kültürel tüketim pratiğini sistematik biçimde anlama imkanı için zengin mekânizmalar sunar" (Arun, 2013: 56).

Fenster, Gans'ın yaklaşımının beğenin çoğul ele alınması noktasındaki önemini vurgularken Lewis'in çalışmasının "daha fazla seçenek sunması"nın altını çizer. Fenster, Lewis'in yaklaşımının geniş bir seçenek sunarken, seçeneklerdeki çoğulluğu "kültürel yüksek hareketliliğin" yarattığı "kültürel ürünlerin yüksek yayılma hızı"na dayandırır. Bu yüksek hareket hızı, toplumun tüketim alışkanlığını karşılayacak derecededir. Fenster, "boş zaman koşulları"ndaki hızlı tüketimin "güçlü 'öznel beğeni belirtme'" yarattığını vurgular (1989: 9). Fenster (1989: 20-21), Gans ve Bourdieu'nün beğeniye yaklaşımını iki ekseninde açıklar:

"Birincisi, beğenin kökeni ve kültürel değerlerle kesişimi vardır - yani, analitik olarak birey tarafından, gruplar halinde, iç içe geçmiş olarak tanımlanabilen - insanların kültürel seçimlerini olasılıklar alanı içinde kavramsallaştırdıkları noktalar vardır. Genel olarak sosyal alan veya bunların bir kombinasyonu. Beğeni kültürü teorisyenlerine göre beğeni, bireyin istediğini "hemen hemen seçmesinden" ve aynı zamanda tat kültürü gruplarının görünüşte kolektif davranışından kaynaklanır. ... Öte yandan Bourdieu, beğenin toplumsal uzamda sınırlandırılmış bireysel seçim biçimlerinden kaynaklandığını varsayar. Beğeni kültürü teorisyenlerinin aksine,

soyut, teorik olarak tanımlanmış kültürel sınıflar dışında zevke dayalı kültürel grupları düşünmez. Bu ekseninde bu modellerin sağladığı olanaklar, o halde, bireysel ve grup beğenisinin bir bileşimi ile bireysel beğeni ve toplumsal değerlemenin bir bileşimidir. ... İkinci eksen, beğenin nesnelleştirilmesini, yani kültürel seçimlerin uygulanma biçimini ve sonuçlarını tanımlar. Gans ve diğerleri için beğeni, ekonomik tüketimle eşittir; pazar araştırmacıları gibi, çalışmaları satın alma noktasında durur. Bourdieu bunun ötesine geçer ve bunun yerine tüketim ve beğeniye uzamsal bir toplumsal konumun nesnelleştirilmesi, iletişimsel bir "ayırım" işareti olarak eşitler. Bu iki modelin sağladığı bu eksenindeki olanaklar, ekonomik tüketim ve iletişimsel veya kültürel tüketimdir”.

Uğur Zeynep Güven (2016), Bourdieu'nün ekonomik, sosyal ve kültürel sermaye kavramlarının “tercihlere göre oluşan beğeni kamularının (taste publics) en önemli öğelerinden” olduğunu belirtir (2016: 65). Bourdieu'nün beğeni yaklaşımında kültürel ve sosyal statünün belirleyici olduğunu ileri süren Hoyer ve Stokburger-Sauer, kültürel sermayenin tüketim nesnelinde somutlandığını ifade ederler. Bu nedenle beğeni, tüketici davranışını analiz etmede kilit rol oynar. Hoyer ve Stokburger-Sauer, DiMaggio'nun beğeniye “etkileşimleri kolaylaştıran bir kimlik belirteci” olarak tanımladığını aktarır. Onlara göre bu tanım, sosyal ilişkiler kurmaya yarar (2011: 168).

Bauman, tüketimciliğin sembolik bir rekabete dayalı olduğunu ifade eder. Veblen'in henüz tüketimciliğin bir olgu olarak ele alınmaya başlamasından önce bu konu üzerinde durduğunu ifade eden Bauman, Veblen'in tüketimin bu sembolik rekabetin doğurduğu mücadelenin kendi iç dinamiğine yaslanarak yeniden üretilebilirliğine vurgu yaptığını belirtir. Bauman bu “kendi kendini itme ve varlığını sürdürme mekânizması”nın Bourdieu'nün de ele aldığı konulardan biri olduğunu hatırlatır. Ona göre Bourdieu'nün yaklaşımında “rekabetin gerçek silahları”, toplumsal konumlanmadan doğan sınıflar değil, “bu pozisyonlar arasındaki farklardır” (Bauman, 2015: 81).

Beğeni hiyerarşisi, toplumsal sınıfların hiyerarşik yapısının kültürel akslarından biridir. Beğeni, toplumsal bir inşa olduğundan, durağan değişmez kesin sınırları olan bir tanımlaması yapılamayacak bir olgudur. Ancak bu değişkenliği onun toplumsal hiyerarşiyle uyumlu bir hareket alanı sağlama potansiyelini de barındırır. Toplumsal sınıfların kültürel unsurlar arasındaki tercihlerinde sınıflar arası bilinçli bir kaçma-kovalama ilişkisinden söz edilebilir. Bu ilişki, beğeni hiyerarşisini yeniden üreten

dinamiklerden biridir. Beğeni hiyerarşisi, inşa edildiği toplumsal yapının hiyerarşisini temsil eder.

Çalışmanın bu bölümünde beğenin, çeşitli bakış açılarınca tanımlarına yer verilmiştir. Beğeni sosyolojisinin oluşumunda öne çıkan isimler ve yaklaşımlar ayrıntılı biçimde ele alınmıştır. Beğeni üzerine birbirinden oldukça farklı yaklaşımlardan söz edilebileceği kadar, üzerine inşa etme şeklinde biriken ve gelişen hatlardan da söz etmek mümkündür. Farklı yaklaşımların da temelden uzlaştıkları nokta, beğenin toplumsal bir süreç olduğudur. Fenster, beğenin bireyin özgür seçimi olup olmadığı sorunu hakkında Bourdieu, Gans ve Lewis'in sosyal yapının derin incelemesi gerekliliği konusunda hemfikir olduğunu iddia eder. Bourdieu'yü diğerlerinden farklı kılan özelliği, "sevdiğimi şeyi neden sevdiğimiz"i düşündürmesidir. Stewart, Bourdieu'nün beğenin toplumsal dayanaklarını ortaya koyan yaklaşımıyla Hennion'un beğeniye bir performans olarak ele alan yaklaşımını birlikte düşünmeyi önerir. Wolfe ve Haefner, Gans'ın beğeni kültürü yaklaşımının demografik yönünün ağır bastığını ifade eder. Lewis, Gans'ın yaklaşımına tüketim modeli önererek bu yaklaşımı ele alır. Wolfe ve Haefner, Lewis'in yaklaşımında demografik özelliklerin mutlak olmadığını dile getirir. Lewis'in kültür sınıfları kavramının Gans'ın yaklaşımında eksik kaldığı üzere, "çapraz tüketimi" açıklayabileceğini ifade ederler (1996: 128).

Çalışmanın teorik arka planının tartışıldığı bu bölümde beğenilerin ele alındığı yaklaşımların her biri, birbiri ile arasındaki benzerlikleri ve farklılıkları açısından değerlendirilmiştir. Türkçe literatürde beğeni sosyolojisi bağlamında değinilmeyen Featherstone, Lewis, Hennion gibi isimlerin beğeni yaklaşımları temel hatlarıyla incelenmiştir. Türkçe literatürde başvuru kaynağı olan Bourdieu ve beğenide aktör temelli yaklaşımlarda karşılaşılan Gans'ın yaklaşımlarıysa ayrıntılı biçimde ele alınmıştır. Hem çalışmalarının kapsamı gereği hem de Türkiye'de beğeni çalışmalarında sıklıkla karşılaşılan Bourdieu gibi isimlerin yaklaşımlarının derinlemesine incelenmesi gerekliliği üzerine ayrıntılandırmaya lüzum görülmüştür.

BÖLÜM 2: ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

2.1. Araştırmanın Ana Problemi ve Soruları

Çalışmanın varsayımları:

Her araştırma kabuller üzerine kurulur. Bu kabuller üzerinde mutabakat sağlanmış doğrular yani varsayımlardır. Varsayımlar üzerinde mutabakat sağlanmış olması önemlidir, çünkü varsayımlar üzerine bir doğrulama çalışması yapılmaz. Bu çalışmanın varsayımları aşağıda sıralanmıştır:

- Beğeniler sosyal olarak inşa edilirler.
- Yeme, içme, müzik dinlemek gibi gündelik hayat pratikleri birer beğeni kategorisidir.
- Beğeniler sekülerleşmektedir.
- Beğeni kültürleri, farklı sosyo-kültürel düzeylerden kişilerin beğenilerini içerir.
- Sekülerleşme sürecinde toplumun tüm kesimlerinde beğenilerde kesişimler çoğalmıştır.

Çalışmanın temel sorunu:

Beğeni üzerine yapılan çalışmalarda çoğunlukla beğenin toplumsal sınıflara göre şekillendiği, toplumsal sınıfların beğeni üzerinde ayrıştırıcı bir etkisi olduğu yaklaşımı kabul görmüştür. Sosyal sınıflar ile beğeni arasında bir ilişki olduğu açıkça görülür ancak bu ilişki tek yönlü ve hiyerarşik bir ilişki değildir. İlişkinin biçimini ve yönünü anlamak için şu temel sorular sorulmuştur:

Beğeni, *sui generis* midir yoksa verili toplumsal koşullarda o ya da bu şekilde inşa edilmiş, koşulların değişimiyle değişip dönüşen bir olgu mudur? Sosyal gruplar, çeşitli kategorilerin beğenisinde ortaklaşabilir mi? Beğeniler farklı sosyo-ekonomik ve kültürel gruplara göre şekillenmekte midir? Farklı sosyal gruplara dayanan beğeni kültürleri hangi noktalarda kesişir? Hangi noktalarda farklılaşır?

Alt sorular:

- Farklı kimliklerin beğenileri ortaklaşır mı?
- Farklı eğitim düzeyindeki bireylerin beğenileri farklılaşır mı?
- Eğitim seviyesi yükseldikçe farklı grupların beğenileri benzerlik gösterir mi?
- Farklı dini inanç düzeyinden kişilerin beğenileri farklılaşır mı?

- En uzun süre yaşanan yerin beğenide belirleyici bir etkisi var mıdır?
- Cinsiyet, beğenide belirleyici bir faktör müdür?
- Genç, genç yetişkin, yetişkin ve yaşlı grupların beğenilerinde ortaklıktan söz edilebilir mi?
- Gelir ve meslek gruplarının beğeni ile ilişkisi nedir?

Hipotezler:

- Eğitim düzeyi yükseldikçe beğeni rafine hale gelir.
- Eğitim düzeyi düştükçe beğeni sıradanlaşır.
- Gençlerin beğenileri yetişkinlerin beğenilerinden farklılaşmıştır.
- Kişilerin en uzun süre yaşadıkları yer beğenilerini belirler.
- İnanç düzeyleri birbirine yakın olan kişilerin beğenileri ortaklaşır.
- Farklı sosyal grupların ortak beğenileri vardır.
- Farklı kimliklere sahip kişilerin ortak beğenileri vardır.
- Beğenilerin oluşumunda popüler kültürün etkisi vardır.
- Gençlerin beğenileri hepçildir.
- Eğitim seviyesi yükseldikçe yerel beğeni aşılır.
- Gelir düzeyi yükseldikçe beğenideki farklılaşma azalır.
- Beğeni, cinsiyetlere göre farklılaşır.
- Mesleki itibar puanı yükseldikçe beğeni farklılaşır.

2.2. Araştırmanın Yaklaşımı

Beğeni kültürlerinin çeşitli düzeylerde kesişim ve ayrışma yüzeylelerini inceleyen bu çalışma tarama nicel tarama deseni aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. “Tarama deseni, bir evren içinden seçilen bir örneklem üzerinde yapılan çalışmalar yoluyla evren genelindeki eğilim, tutum veya görüşlerin nicel veya numerik olarak betimlenmesini sağlar” (Creswell, 2013: 155). Bu çalışmada da örneklemden hareketle Türkiye genelinde beğeni kültürlerinin genel hatlarını, sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel gruplardaki beğeni eğilimlerini ortaya koyan betimleyici ve ilişkisel bir araştırmadır. Bu çalışmanın ilişkisel yaklaşımı, beğeni kültürlerinin birbiriyle etkileşim alanlarının incelenmesini odağa almasında görünür hale gelir: “.. Aktörler birbirleriyle somut ağlar oluşturmaya ve dolayısıyla ortak beğeniler geliştirmeye eğilimli olurlar” (Powell ve Depeltau, 2015, 27). Beğeniler aracılığıyla kurulan ilişki ve ağların tespiti çalışmada incelenecektir. Beğenilen

kültürel ürünler, birer analiz nesnesi olarak değerlendirilecektir. Bu analizin düzeyi, nesnenin özellikleri itibariyle olup bireyin bu nesneyi beğenmesinin nedenleri çalışmanın kapsamının dışında tutulacaktır.

2.3. Evren ve Örneklem

İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması (İBBS) ya da bir diğer ismiyle NUTS bölgeleri, Türkiye’de üç düzey olarak karar verilmiştir: İller Düzey 3, “komşu illerin gruplandırılması” şeklinde ifade edilen 26 ilden oluşan Düzey 2 ve 12 bölge olarak gruplandırılmış Düzey 1 (URL¹⁴). Bu çalışmada Düzey 2, yani birbirine komşu olan illerin gruplandırılması üzerinden bir ölçeklendirmeye gidilmiştir. Anket çalışmasının gerçekleştirildiği iller şunlardır: Adana, Ağrı, Ankara, Antalya, Aydın, Balıkesir, Bursa, Diyarbakır, Erzurum, Gaziantep, Hatay, İstanbul, İzmir, Kastamonu, Kayseri, Kocaeli, Konya, Malatya, Manisa, Mardin, Samsun, Tekirdağ, Trabzon ve Van.

Türkiye nüfusu 2021 yılında 84 milyon 680 bin 273 kişi¹⁵ olarak ilan edilmiştir. Türkiye evreninde bir çalışma yapmak için seçilen örneklem %95 güven düzeyinde ve +/- %3 hata payı ile minimum 1068 kişiyle oluşturulmalıdır. Bu araştırmanın anket çalışması 1400 kişi ile gerçekleştirilmiş, tutarsızlık gözlenen anketler dışarda bırakılmış ve veri seti 1085 kişinin katılımı ile oluşturulmuştur. Örneklem büyüklüğünün minimum sayıya yakın olmasını, çalışmanın sosyal bilimlerde yapılan bir doktora tezi kapsamında bütçe ve zaman gibi olgulara bağlı olması nedeniyledir. Örneklem rastlantısal olmayan örnekleme yöntemi kullanılarak oluşturulmuştur. Bu örnekleme bir kota ya da küme kullanılmamıştır. Katılımcıların örnekleme seçilme olasılıkları hesaplanabilir değildir.

2.4. Soru Formunun Tanıtımı ve Verilerin Analiz Yöntemi

Araştırmada, katılımcıların demografik, sosyo-ekonomik, sosyo-kültürel özelliklerini de içeren, katılımcıların seçili alanlarda beğenilerinin tespit edilmesine yönelik bir anket formu¹⁶ kullanılmıştır. Anket formu literatürde beğeni üzerine yapılmış ampirik çalışmaların ayrıntılı incelenmesinden hareketle, literatür taraması boyunca hazırlanan geniş bir soru havuzu içinden seçilen sorularla oluşturulmuştur. Nesnel ölçekler

¹⁴ <https://ka.gov.tr/sayfalar/kalkinma-planlamasinda-istatistiki-bolge-birimleri-siniflandirmasi--24> Erişim Tarihi: 14. 03. 2022

¹⁵ <https://www.tuik.gov.tr/> Erişim Tarihi: 01.05.2022

¹⁶ Bkz. Ekler.

kullanılmamış olup öznel ölçekler hazırlanmıştır. Anket formundaki sorular son haline gelmeden önce pilot çalışması yapılmıştır: Pilot çalışma post-pandemik koşullar nedeniyle 70 üniversite öğrencisi ile yapılmış ve anket formu, geri dönüşler ile yeniden düzenlenmiştir. 33 sorudan oluşan anket formu ile saha çalışması yapılmıştır. Örneklemeye ulaşım, anket formunun yüz yüze doldurulması yoluyla gerçekleştirilmiştir. Anket formunda çoktan seçmeli, açık uçlu sorular ile üç puanlık ve beş puanlık likert ölçekleri kullanılmıştır. Çalışmanın bağımsız değişkenleri; eğitim durumu, cinsiyet, yaş, gelir düzeyi, meslek, en uzun süre ikamet edilmiş yer ve dini inanç düzeyidir. Bağımlı değişkenlerse film beğenisi, dizi beğenisi, edebiyat eseri beğenisi, müzik türü beğenisi, spor beğenisi, yiyecek-içecek ve el sanatları beğenisi. Anket formunda 23 adet açık uçlu soru bulunmaktadır. Bu açık uçlu sorular aracılığıyla katılımcıların beğenilerini, herhangi bir yönlendirmeden uzak biçimde ifade etmesi amaçlanmıştır. Sorulara gelen yanıtların çeşitliliği kategorizasyonu zorunlu kılmıştır. Kategorizasyon iki aşamalı bir süreç ile tamamlanmıştır. Birincil aşamada gelen yanıtların tamamı frekansları alınarak yüksek sıklıktan başlayacak şekilde kodlanmıştır. Bu kodlamanın sonunda birbirine çeşitli bakımlardan benzeyen öğeler (film ve dizilerde temalar, edebiyat eserlerinde Türk-dünya eseri olması, yiyecek ve içecekte öne çıkan bileşen, spor ve müzikte türler gibi) aracılığıyla kategorik kodlamalar yapılmıştır. Toplanan nicel veriler IBM SPSS Statistics programı ile analiz edilmiştir. Verilerin analizinde bu iki aşamada elde edilen eğilimler ayrı ayrı değerlendirilmiştir. Verilerin analizinde betimleyici analiz, bağımlı ve bağımsız değişkenler arasında çapraz tablolar ve çoklu uyum analizi (multiple corresponded analysis – mca, mütakabiliyet analizi) kullanılmıştır.

Uyum Analizi ve Çoklu Uyum Analizi (Multiple Correspondence Analysis)

“Uyum analizinde sıklıkla iki kategorik değişkenin kategorileri arasındaki ilişkileri çözümlenmek için kullanılır” (Alpar: 2017: 347). Uyum analizinde iki kategorik değişken kullanılıyorsa basit uyum analizi, üç ve daha fazla değişken kullanılıyorsa “çoklu uyum analizi” (multiple correspondence analysis - mca) olarak ifade edilir. Uyum analizinde verilerin bağımlı ve bağımsız değişkenler aynı pencerede değerlendirilir; çok yüzeyli analizler tek bir tabloda noktalar şeklinde ifade edilir. Çoklu uyum analizinde veriler, şablonlara uygun şekilde modellenmez, veriler kendi ilişkileri üzerinden tümevarımsal bir çıkarım yapmaya uygun model ortaya koyulur (Greenacre, 2007). Çoklu uyum analizi, çok değişkenli istatistikî yöntemler içinde ilişkileri en açık şekilde ortaya koymaya

yarayan analiz biçimidir. Bourdieu'nün Ayrım çalışmasında da kullandığı ve Türkçe'de mütakabiliyet analizi olarak da bilinen bu yöntemin veriler arasındaki ilişkiyi eş-zamanlı ve çoklu düzeylerde incelemesi, beğenide ilişkileri tespit etmeye yönelik açıklık ve kolaylık sağlamıştır: “Mütakabiliyet analizi, ayrı ve ayırt edici yatkınlıklar sistemi içinde ilkesini bulan, kendi aralarında sürdürdükleri ilişkiyle olduğu kadar onları üretimlerinin toplumsal koşulları ile bağlayan ilişkiyle tanımlanan, farklı tutarlı tercih kümelerini, art arda gelen bölümler halinde yalıtıma olanak sağlar” (Bourdieu, 2015: 385).

2.5. Araştırmanın Olanakları ve Sınırlılıkları

Çalışmanın saha araştırması, anket çalışmasının uygulanması için hizmet alımı kapsamında, Sakarya Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi tarafından 2022-7-25-34 nolu proje ile desteklenmiştir. Çalışmanın soru formu, Sakarya Üniversitesi Etik Kurulu Başkanlığı tarafından, 02.02.2022 tarihli ve 42 sayılı toplantısında alınan "07" nolu karar ile uygunluğu onaylanmıştır.

Anket formunun sosyal tabakaların tamamına (alt gelir grubunun altı, alt gelir grubunun üstü, orta gelir grubunun altı, orta gelir grubunun üstü, üst gelir grubunun altı ve üst gelir grubunun üstü) ulaşması amaçlanmış olsa da bu çalışmada “üst gelir grubunun altı ve üst gelir grubunun üstü” olarak tanımlanan sosyal tabakalara erişim sağlanamamıştır. Bu grubun yaşadığı yüksek güvenlikli siteler ya da yüksek güvenlikli iş merkezleri katılımcıya ulaşmaya ve anket yapmaya uygun bir zeminin oluşmasını engellemiş ve dolayısıyla bu tabakalara erişilememiştir¹⁷. Bu anket çalışmasında gelir düzeyinin üst sınırı erişilebilen katılımcılar tarafından beyan edilmiş en yüksek miktar olan elli beş bin Türk lirası olmuştur. Literatür incelendiğinde, çeşitli ampirik çalışmalarda benzer sorunların yaşandığı görülmüştür. Çalışmanın beğeni kültürleri gibi geniş bir alanı kapsamaması nedeniyle bir sınırlama gerekliliği doğmuştur. Beğeniler, film, dizi, edebiyat, müzik, spor, yiyecek ve içecekler ile sınırlandırılmıştır.

¹⁷ Buna ek olarak kendisini üst gelir grubunun altı ve üst gelir grubunun üstü olarak tanımlayan katılımcılar olduğu görülmüş ancak bu gelir durumu sorusuyla birlikte düşünüldüğünde anlamlı bir veri olmadığı kanaatine varılmıştır. Gelir durumu sorusunun üst sınırını çizen katılımcının gelir düzeyi aylık elli beş bin Türk lirasıdır. Üst gelir grubu, günümüz koşullarında düşünüldüğünde aylık gelir düzeyi bahsi geçen üst sınırın oldukça üstünde bir miktardır.

BÖLÜM 3: BULGULAR

“Bir kimsenin beğeni kültürleri arasında yaptığı seçim, hem özellikle sınıf, yaş, din, ırk, etnik birikim, bölgesel köken ve oturulan yer gibi pek çok etkene, hem de belli kültürel içeriklere ilgi gösterme biçiminde ortaya çıkan kişilik özelliklerine bağlıdır” (Gans, 2012: 104).

Gans’ın beğeni kültürleri kavramından hareketle Türkiye’deki beğeni kültürlerini, bu beğeni kültürlerinin kesişim ve ayrışmalarını tespit etmek için bireyin film, dizi, müzik, edebiyat, spor, yiyecek, içecek ve el sanatları kategorilerindeki beğenilerini incelenmiştir. Eğitim düzeyi, yaş, toplumsal cinsiyet, en uzun süre yaşanan yer, gelir düzeyi, meslek ve inanç düzeyi gibi bağımsız değişkenler aracılığıyla beğeniler değerlendirilip bu değişkenlerin beğeni kültürlerinin oluşumundaki rolleri ortaya konulmuştur. Beğenin sosyal inşası üzerine biriken teorik tartışmalardan hareketle Türkiye’de beğenilerin hangi değişkenle ne kadar ilişkili biçimde inşa edildiği araştırılmıştır.

3.1. Beğeni Kategorileri

3.1.1. Film Beğenisi

Sinema, sosyal gerçeklikle ilişkisi bağlamıyla her zaman sosyoloji ile temas halinde olmuş bir sanat dalıdır. Toplumsal gerçekliğin ya da toplumsal yaşamın bir temsili olarak ele alındığında, önemli bir analiz aracı haline gelir. Gündelik hayatın failin kimlikleri arasında savrulması ve kimliklerine uygun rolleri gerçekleştirmesi, yeterince uzak bir mesafeden bakıldığında bir film sahnesini andırır. Çalışmada, sosyolojinin sinemayla olan bu ilişkisinin beğenilerdeki karşılığı değerlendirilecektir.

Anket formunda, katılımcılardan “beğendikleri bir filmi” belirtmeleri istenmiştir. Gelen yanıtlar arasında sinema filmleri, televizyon filmleri ya da platform (Netflix vb.) filmleri gibi farklı örnekler bulunmaktadır. Gelen bu çeşitli yanıtlar iki aşamada toplanmıştır: Birinci aşamada filmler, frekanslarına göre sıralanmış ve kodlanmıştır. İkinci aşamada ise filmlerin ortaklaştığı temalar üzerinden bir kodlama yapılmıştır. Film beğenisi analiz edilirken birinci aşamada tür/tema üzerinden yapılan kategoriler incelenecek, ikinci aşamada ise filmler içerisinden çalışmanın değişkenlerine göre yüksek oranlı beğeniye sahip filmler belirlenecektir.

Film beğenisi sorusuna gelen yanıtlar üzerinden belirlenen temalar ile kategoriler oluşturulmuştur. Bu kategoriler ve kategorilerin kapsadığı filmler şu şekildedir: *Aşk*

temalı filmler: Titanik, Selvi Boylum Al Yazmalım, Issız Adam, Aşk Tesadüfleri Sever, Delibal, Focus, 365 Gün. *Dram:* Piyanist, Babam ve Oğlum, Esaretin Bedeli, Yedinci Koğuştaki Mucize, Yeşil Yol, Bergen, Dangal, Müslüm. *Milli ve dini duyguları işleyen filmler:* Cep Herkülü: Naim Süleymanoğlu, Çağrı, Kurtlar Vadisi filmleri, Ayla, Kesişme: İyi ki Varsın Eren, Dağ, Börü. *Komedi filmleri:* Hababam Sınıfı serisi, Recep İvedik filmleri, Vizontele, Düğün Dernek, Bitirim İkili, Kemal Sunal filmleri (tüm filmleri için bir kod verilmiştir), Cem Yılmaz filmleri (tüm filmleri için bir kod verilmiştir), Aykut Enişte. *Fantastik filmler:* Süper kahraman filmleri (Marvel ve DC evrenlerine ait tüm filmler), Alacakaranlık serisi, Yüzüklerin Efendisi, Harry Potter, Karayip Korsanları, Avatar, Labirent. *Bilim-Kurgu filmleri:* Inception, Lucy, Matrix, Star Wars serisi, Interstellar, Im Legend. *Aksiyon:* The Godfather serisi, John Wick, Dövüş Kulübü, Hızlı ve Öfkeli, Joker, Eşkıya, Dayı, Kuzuların Sessizliği, Kaçış. Filmlerin bu kadar çeşitli ve sayıca fazla olması açık uçlu soruya verilen yanıtlar aracılığıyla katılımcılar tarafından belirlenmiş olmasından kaynaklanmaktadır. Filmler düzeyinde yapılan incelemelerde beğenilen filmlerin oranlarının düşük görünmesinin nedeni de bu çeşitliliğidir.

3.1.2. Dizi Beğenisi

Araştırmanın anket çalışmasında “beğenerek izlediğiniz bir diziyi yazınız” sorusu açık uçlu sorulmuştur. Yönlendirme yapmaktan kaçınmak için izlenen bu yol sonucunda, verilen cevapların birbirinden oldukça farklı dizileri içermekle beraber birbirine çeşitli yönleriyle benzeyen dizileri de içerdiği tespit edilmiştir. Tıpkı film analizinde yapıldığı gibi, dizilerde de iki aşamalı bir kodlama yapılmıştır. Birinci aşamada dizilerin frekansları alınmış ve kodlama yapılmıştır. İkinci aşamadaysa dizilerin birbirine benzerlikleri bakımından kategorize eden bir kodlamaya girişilmiştir. Bu benzerlikler tarihi bir kişi ya da dönemi konu alan diziler “tarihi konulu” olarak, aşk ilişkisinin öne çıktığı diziler “aşk temalı” olarak adlandırılmıştır; konularına göre diğer diziler de komedi dizileri, polisiye dizileri, aksiyon içerikli diziler olarak kategorize edilmiştir. Buna ek olarak film-dizi platformlarından izlenebilen diziler için iki ayrı kategori oluşturulmuştur. Bu diziler aksiyon-suç konulu ve fantastik olarak kategorize edilmiştir. Kategorizasyon sürecinde dikkat çeken özelliklerden biri bazı kategorilere uygun düşen yabancı dizilerin ya hiç olmadığı ya da tek bir dizinin dahil edilebildiğidir. Örneğin tarihi konulu dizilerin tamamı Türk dizilerinden oluşmaktadır. Aşk, komedi ve dram kategorilerinde özellikle bir ayrıma

gidilmemiş olmasına rağmen, kategoriye dahil olan yabancı diziler her kategori için 1 yabancı dizi ile sınırlı kalmıştır. Bu özellik değerlendirildiğinde, Türk izleyicisinin dizi beğenisinde hem duyguların öne çıktığı türleri hem de kültürel olarak yakınlık kurabildiği ürünleri seçtiği görülür. Osmanlı'nın çeşitli dönemlerini işleyen diziler gibi tarihi temalı dizilerin ve gündelik hayatta görülen, duyulan, aşına olunan konuları işleyen aşk-komedi-dram ağırlıklı dizilerin beğeniliyor olması bu açıklamaya örnek gösterilebilir. Bir istisna, polisiye kategorisindeki diziler gösterilebilir. Ancak Micheal Kuyucu'ya göre suç temalı dizilerin ya da polisiye türündeki dizilerin beğenisi de istisna değildir zira bu tür diziler, toplumdaki şiddet eğilimine sırtını yaslar.

Kategorilere dahil diziler şunlardır: Tarihi konulu; Uyanış: Büyük Selçuklu, Diriliş Ertuğrul, Muhteşem Yüzyıl ve Kuruluş: Osman. Aşk temalı; Aşk Memnu, Kiraz Mevsimi, Üç Kız Kardeş, Yasak Elma, Elite, Sadakatsiz, Kiralık Aşk. Komedi dizileri; Avrupa Yakası, Gizli Saklı, Güldür Güldür, Çok Güzel Hareketler Bunlar, How I Meet Your Mother, Leyla ile Mecnun, Senden Daha Güzel, Seversin, Çocuklar Duymasın. Polisiye; Çukur, Eşkuya Dünyaya Hükümdar Olmaz, Ezel, Kurtlar Vadisi, Kuş Uçuşu, Mahkum, Yargı. Dram; Camdaki Kız, Kaderimin Oyunu, Kardeşlerim, Masumlar Apartmanı, Sevmek Zamanı, Yaprak Dökümü, Öyle Bir Geçer Zamanki, Bir Zamanlar Çukurova, Gönül Dağı, Atiye ve Anne with an E. Aksiyon; Arka Sokaklar, Behzat Ç, Söz, Teşkilat. Yabancı aksiyon; Breaking Bad, La Casa De Papel, Peaky Blinders, Prison Break. Yabancı fantastik; Game of Thrones, Lost, Walking Dead, Teen Wolf, Lucifer, Stranger Things, Dark.

Dizilerde de tıpkı filmlerde olduğu gibi sayıca fazlalık ve çeşitlilik görülür; bu televizyon ile kurulan ilişkinin yakınlığını da göstermektedir. Televizyon izleme sıklığı, çalışma formunda katılımcılara sorulmuştur. Katılımcıların %10'u hiçbir zaman izlemediğini, %24.1'i nadiren, %29.9'u bazen, %23.2'si sık sık ve %12.8'i her zaman televizyon izlediğini ifade etmiştir: Katılımcıların %90'ının o ya da bu sıklıkla televizyon izlediği görülmüştür.

“Türkiye’de televizyon yayınları 1968 yılında başlamıştır. Türkiye televizyon dizileriyle 1970’li yılların ilk yarısında tanışmıştır. Bu yıllarda yerli televizyon dizileri hemen hemen yoktu. İlk televizyon dizileri TRT’nin yurtdışından satın aldığı yabancı yapımlardır. 858 Yabancı dizilerin gördüğü bu ilgi TRT’nin de dikkatini çekmiş ve TRT yerli televizyon dizisi yapımına öncelik vermiştir. İlk yerli

televizyon dizisi bir sitcom özelliği taşıyan ve 1974 yılında yayımlanmaya başlayan ‘Kaynanalar’ dizisidir. Bunu, 1975 yılında yayına giren ve 6 bölüm halinde yayımlanan, Türk Edebiyatının önemli eserlerinden Halid Ziya Uşaklıgil’in ‘Aşk-ı Memnu¹⁸’ adlı romanından Halit Refiğ’nin yönetmenliğinde çekilen aynı adlı televizyon dizisi izlemiştir” (Doğanay ve Aktaş, 2021: 588-589).

Televizyon odağında yaptığı çalışmasında Postman, programların içeriklerine dair gözlemini eğlence kategorisi üzerinden ifade eder: “Televizyon aygıtımız bizi dünyayla hep yakın ilişkide tutar, ama bunu bize gülümseyen çehremizin hiç değişmediği bir yüzle yaptırır. Sorun, televizyonun bize eğlendirici temalar sunması değil, bütün temaların eğlence olarak sunulmasıdır ve bu da bambaşka bir sorun oluşturur” (Postman, 1994: 101). Postman’ın televizyona dair bu tespitinden hareketle komedi dizilerinin oransal olarak yüksekliği anlamlı hale gelir.

3.1.3. Müzik Beğenisi

Kültür sosyolojisindeki temel tartışmalardan biri olan yüksek kültür-popüler kültür ayrımında ve spesifik olarak müzik sosyolojisi içinde yoğunluklu olarak ele alınan popüler müzik tartışmalarında bir olgu olarak müziğin ele alındığı farklı biçimlerden söz edilebilir. Bu çalışmada literatürdeki tartışmalardan hareketle müzik olgusunun ele alınışı çeşitlendirilmiştir. Müziğin klasik ve popüler müzik olarak ayrı ayrı ele alınması ve değerlendirilmesi için katılımcılara sunulan soru formunda, ilgili sorular bu tartışmayı dikkate alarak hazırlanmıştır. Beğenilen müzik türünün ne olduğu sorusu, beğenilen müzisyen ve beğenilen Klasik Batı müziği bestecisi soruları ile, literatürdeki tartışmaların sınanması da mümkün hale gelmiştir. “Yüksek kültüre ait olmayan her şey” olarak tanımlanan popüler kültür; Klasik Batı müziği dışında kalan tüm türleri kapsayan popüler müzik kamplaşmalarının beğeni ile ilişkileri incelenmiştir. “Beğendiğiniz müzik türünü yazınız” sorusuna verilen yanıtların kodlanması ile türler kategorize edilmiştir. Bu açık

¹⁸ Aşk-ı Memnu dizi Türk televizyonlarında iki kez dizileştirilmiştir: Birincisi dizi anlayışının Türk televizyonlarına yeni yeni girdiği yıllar olan 1974’de, ikincisi de dizi izlemenin oldukça yerleşik bir kültür haline geldiği 2008 yılında. Bu iki seri arasında çok büyük farklardan söz etmek mümkündür: dizilerin çekim teknikleri, süreleri, oyunculuklar, setler, teknolojik ilerleme vs. Ancak bu iki seri arasındaki bazı ortaklıklar da vardır. “Aşk-ı Memnu benzeri popüler diziler aynı zamanda ortak zaafılara da sahiptir. Türkiye’de yerli diziler ve zihniyet örüntüleri ile ilişkili herhangi bir çalışmanın dikkate alınması gereken türden tematik sorunlar ve hikayelerin toplumsal olanla bağı kuramama bu zaafın başında gelir. ... Dizilerde gençler ve yaşlılar, zenginler ve yoksulların gündelik hayat pratiğini farklılaştırmak ve reel hayata uygunlaştırmak bir türlü mümkün olmuyordu” (Çelenk, 2010: 24). Bu çalışmanın aşk temalı diziler kategorisinde bulunan Aşk-ı Memnu dizisi, ikinci seriyi yani 2008 yılında çekilmiş diziyi ifade etmektedir.

uçlu soruya verilen yanıtlar içerisinde “türkü”, “Türk halk müziği” kategorisine dahil edilmiştir. İlk olarak, müzik beğenisi türler düzeyinde incelenecek ve müzik türlerinin beğenilme oranları değerlendirilecektir. İkinci adımda, beğenilen müzisyenler incelenecek ve kesişim ve farklılaşma yüzeyleri tespit edilecektir. Üçüncü adımdaysa Klasik Batı müziği bestecileri beğenisi değerlendirilecektir. Bu üçüncü adımın kodlanmasında yanıtların eser düzeyinde olduğu durumlar, eser-besteci eşleşmesi ile kodlanmıştır. Besteciler üzerinden yapılmış kodlama, bu düzeyin müzisyen başlığı altında analiz edilmesi sorusuna neden olabilir. Bu soruya yanıt, daha önce ifade edildiği üzere, klasik-popüler ayrımını sağlamak üzere böyle bir yola başvurulduğudur. Ek olarak bu çalışma, klasik müzik ve popüler müzik tartışmalarına ampirik bir katkıdır. Aşağıdaki tabloda, klasik müzik besteci ve icracıları açık uçlu soruya verilen yanıtlardan toplanmıştır. Bu soruya verilen yanıt katılımcı sayısı düşünüldüğünde çok düşük bir sayıdadır; ancak teorik olarak beklenti de bu doğrultudadır. Klasik müzik bir yüksek kültür ürünü olması nedeniyle gerekli özelliklere sahip kişiler tarafından bilinen/dinlenen bir türdür. Yüksek eğitim gereken bu müziğin hitap ettiği toplumsal sınıfa bu çalışma kapsamında ulaşılabilmiştir. Tabloda görüldüğü üzere ismi geçen bestecilerin neredeyse tamamı, ironik şekilde “popüler” klasik müzik bestecisi olarak adlandırılabilir kişilerdir.

Klasik Müzik Beğenisi

Klasik müzik, yani klasik batı müziği, kökleri Rönesans öncesine dayanan çok sesli ve çok ritimli bir türdür. Bu türün yüksek kültür ile anılması, tarihsel serüveniyle ilişkilidir: “Yüksek kültürde yüksek kavramıyla bir sınıfın ayırt edici özelliği ve bu ayırt ediciliğin korunması kast edilmektedir. ... Yüksek kültür seçkinler sınıfının kültürüdür: Geçmişin yüksek kültür ürünlerini (klasikleri) içerir; ... Tiyatro, bale, klasik müzik, güzel sanatlar, şiir gibi” (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 44). Eğitim gerektiren, soyut bir tür olarak klasik müzik, seçkinlerin müziğidir. Türkiye’nin modernleşme serüveninde de klasik batı müziğinin Türk müziğinin yerine konulması girişimleri olmuş ancak başarısızlıkla sonuçlanmıştır.

Klasik müzik, seçkinlerin müziğiysen, beğenisinin ölçülmesi için de bu seçkinler ile çalışmanın yapılması gerekmektedir. Ancak bu çalışmanın sınırlarından biri, “seçkinler” olarak adlandırılabilir sosyo-ekonomik sınıflara ulaşılabilmiş olmasıdır. Literatürde

klasik mzık beğenisinin de yüksek kültür beğeni kamusunun da ana hatlarıyla bilinir olması ancak bu kamunun ya da bu beğeni kültürünün ayrıntılarına dair ampirik bilgilerin aynı yoğunlukta olmamasına değinilmiştir. Çalışmada klasik mzık beğenisi olarak ölçülen, aslında bir popüler kültür ürünü olarak klasik batı mzięinin¹⁹ ele alınması sayılabilir.

¹⁹ Popüler mzık olarak klasik mzık kavramı ve konuya yaklaşım için bkz. James Parakilas, 1984. Classical Music as Popular Music, The Journal of Musicology, Vol. 3, No. 1. 1-18.

Tablo 1: Klasik Batı Müziği Beğenisi ve Eğitim İlişkisi

	Vivaldi		Beethoven		Tchaikovsky		Chopin		Mozart		Handel		Schubert		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Lise altı	2	9.1	8	36.4	0	0	4	18.2	8	36.4	0	0	0	0	22	100
Lise	8	14.3	12	21.4	3	5.4	4	7.1	27	48.2	1	1.8	1	1.8	56	100
Üniversite	8	9.4	32	37.6	5	5.9	13	15.3	23	27.1	4	4.7	0	0	85	100
Lisansüsü	3	30	2	20	1	10	1	10	3	30	0	0	0	0	10	100
Toplam	21	12.1	54	31.2	9	5.2	22	12.7	61	35.3	5	2.9	1	0.6	173	100

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablodan ortaya çıkan sonuca göre “popüler” klasik müzik bestecilerinden lise altı eğitim düzeyinde Beethoven ve Mozart beğenilirken, lise düzeyinde %48,2 oranda Mozart, üniversite düzeyinde %37,6 Beethoven ve lisansüstü düzeyde %30 oranında Vivaldi beğenilmektedir. Bahsi geçen bestecilerin birçoğunun eserlerinin reklam müziği, okul zili, kapı zili gibi kullanılması klasik müzik literatürü açısından temel bir sorundur. Bu sorun bir tarafa bırakılırsa, Türkiye’de klasik müziğin popüler/bilinen tarafının eğitim düzeyi ile bir ilişkisi kurulamamıştır.

Klasik müzik beğenisi sorusunu yanıtlayan az sayıda katılımcının %61,3’ü kadın %38,7’si erkektir. Klasik müzik beğenisi sorusuna katılımın düşüklüğü ve buna ek olarak beğenildiği belirtilen bestecilerin “popüler” isimler olduğu daha önce vurgulanmıştı. Eğitilmiş müzik dinleyicilerinin beğenisine hitap etme iddiası olan bu türün sorusuna katılımın düşüklüğü olağandır. Burada dikkat çeken şey, beğenildiği ifade edilen isimlerin popülerliğidir. Kadınların ve erkeklerin klasik müzik bestecilerinden beğenerek dinlediğini belirttiği isimlerden Mozart (kadınlarda; %31,1 ve erkeklerde; %41,8), diğer isimler içinde daha fazla beğenildiği ifade edilen bestecilerdir. Onu Beethoven (kadınlarda; 30.2 ve erkeklerde; %32,8) takip eder.

Klasik Batı Müziği meslekler bağlamında incelendiğinde, mesleki itibar puanı 71 ve üzeri olan mesleklere sahip katılımcıların klasik müzik beğenisi dikkat çekmektedir. Bu açıdan, klasik müziğin teorik arkaplanı ile bir uyum yakalanmıştır. Bestecilerin beğenilme durumu incelendiğinde, Handel, Tchaikovsky ve Schubert’in değerlendirilemeyecek oranlara sahip olduğu görülür. En yüksek orana sahip Mozart beğenisi %47,1 ile öğrenciler, Beethoven beğenisi %47.1 ile itibar puanı 51-60 aralığında meslek sahibi olanlar, Chopin beğenisi %19.4 ile 0-30 puan aralığında meslek sahibi olanlar ve Vivaldi beğenisi %24.2 ile 71 ve üstü puanlı meslek sahibi olanlar tarafından en yüksek oranlarda ifade edilmiştir.

3.1.4. Edebiyat Beğenisi

“Beğenerek okuduğunuz edebiyat eserini yazınız” açık uçlu sorusunun yanıtları iki aşamalı olarak kategorize edilmiştir. Birinci aşamada eserler frekansları alınıp kodlanmış ve ikinci aşamada da Türk Edebiyatı, Dünya Edebiyatı ve dini temalı eserler olarak kodlanmıştır. Dini temalı eserlerin ayrı bir kategoride ele alınmasının nedeni bir edebiyat ürünü olmamakla birlikte azımsanmayacak sayıda beğenilerek okunduğu ifade edilmiş

olmasıdır. Türk ve dünya edebiyatı olarak kategorize edilen eserlerin büyük oranda roman, öykü gibi düz yazı eserleri olması nedeniyle, türlerine göre edebiyat eserleri biçiminde bir ayırımın anlamlı bir sonuç elde etmeye yaramamasına neden olmuştur. Bu nedenle kategoriler geniş başlıklar olarak hazırlanmıştır.

Bu durum, edebi eserlerin beğenisine dair bir inceleme yapmayı zorlaştırmakla birlikte, dolaylı yoldan Türkiye’de okuma alışkanlığının düşüklüğünü de ortaya koymaktadır.

Edebiyat beğenisi, literatürde sosyal sınıflara dayandırılarak değerlendirilir. Failin ait olduğu toplumsal sınıfın sınırlarının, failin belirleyici rolünün altı çizilir. Gans’a göre her beğeni kültürü edebiyattan farklı şeyler çıkarır. Örneğin, “yüksek kültür edebiyatı, romanlarda ve tiyatro yapıtlarında, yaratıcıların kendileri üzerine modellediği kahramanlar ile konudan çok kişilik gelişmesine, temel felsefi, psikolojik ve toplumsal sorunların irdelenmesine eğilmiştir. Dolayısıyla, yüksek kültür edebiyatının büyük ölçüde uğraştığı konular arasında bulunan bireysel yabancılaşma ve birey ile toplum arasındaki çelişki, yaratıcının çağdaş toplumdaki marjinal konumunu çok güzel sergilemektedir” (Gans, 2012: 11). Gans’a göre eserde ön plana çıkan biçim/öz ya da kahramanlar, o eserin hangi beğeni kamusu için tasarlandığını gösteren bir veridir. Çünkü ona göre, yüksek kültür kamusu biçime önem verirken alt orta beğeni kamusu kahramanları öne çıkartan hikayeleri önceler.

Çalışmanın soru formundaki edebiyat eseri beğenisi sorusuna gelen yanıtların ortak yazarlıları gruplandırılmıştır ve eşleştirildiği kategoriler şöyledir: Türk edebiyatı; Anayurt Oteli, Araba Sevdası, Aşk Memnu, Çalıkuşu, Şu Çılgın Türkler, Peyami Safa eserleri, Ömer Seyfettin eserleri, Sabahattin Ali eserleri, Nutuk, İnce Memet, Oğuz Atay eserleri, Zülfü Livaneli eserleri, Orhan Pamuk eserleri, Halide Edip eserleri. Dünya edebiyatı; 1984, Dostoyevski eserleri, Tolstoy eserleri, Küçük Prens, Dönüşüm, Gurur ve Önyargı, Harry Potter, Sefiller, Şeker Portakalı, Hayvan Çiftliği. Dini temalı eserler; Bin Muhteşem Güneş, İskender Pala eserleri, İslam Peygamberinin hayatı-tefsir-ilmihal-siyer gibi ifadeler.

3.1.5. Spor Beğenisi

Spor, Bourdieu’nün yaklaşımında müzik, sinema, dans gibi sosyal sınıflar arasındaki sembolik mücadelelerden biri olarak değerlendirilir. Ohl’a (2000) göre de spor, sosyal

sınıflar arasında oluşan sembolik pratikler, yüksek sınıflar lehine tahakkümü sürdürmek için yeniden ve yeniden üretilir. Tayfun Amman'a göre spor "farklı amaçlarla yapılan bir faaliyet"tir (2005: 49). Bu amaçlardan kimisi sporun pratik edilme sürecine, kimisi de takip edici/seyirci pozisyonuna göre şekillenir. Bu çalışmada spor beğenisi ile ilgilenilirken spor ile kurulan ilişkide failin pozisyonuyla yani sporu yapan ya da sporun izleyicisi olan konumunda olmasıyla ilgilenilmemiştir. Yüksel, spor beğenisinin spor yapma biçimlerinde etkili olduğunu ileri sürer: "Dolayısıyla yaşam tarzı farklılıklarının yansımaları olarak, spor ile ilgili bütün pratiklerimiz (katılım oranı, katıldığımız sporlar, spor yaptığımız mekânlar, spor yaparken giydiğimiz kıyafet ve kullandığımız araç-gereçler ve spor yapma amaçları) ve beden ile ilişki kurma tarzımız, beğenilerimiz çerçevesinde şekillenir ya da anlam bulur" (Yüksel, 2019: 511). Şallı, Küçük ve Amman tarafından yapılan çalışmada, sporlar çeşitli sıfatlarla ele alınmıştır: "Branşların toplumsal imgelerinin şekillenmesinde en çarpıcı özelliklerinin etkili olduğu görülmüştür. Kayak ve golf 'sosyetik'; tenis, artistik patinaj ve binicilik 'zevкли ve sosyetik'; judo ve tekvando 'tehlikeli'; boks 'tehlikeli ve saldırgan'; güreş 'tehlikeli ve saygın'; voleybol, yüzme ve basketbol 'zevкли ve saygın'; futbol, masa tenisi, step aerobik fitness 'zevкли'; aikido 'savunma sporu'; artistik jimnastik ise 'zevкли ve çevik, kıvrak' bir spor olarak tespit edilmiştir" (2017: 158). Bu sıfatlar, sporu pratik eden kişilerin sosyal sınıflarına dair tahmini/önyargıyı da içerir.

Bu çalışmada veriler açık uçlu soru aracılığıyla toplanmış ve iki aşamada kodlanmıştır. Birinci aşamada sporlar frekanslarına göre düzenlenmiş ve kodlanmış, ikinci aşamada sporların benzerlik yönlerine göre gruplandırılması yapılmıştır. Sporlar; takım sporları, bireysel sporlar, geleneksel sporlar ve raket sporları olarak gruplandırılmıştır. Takım sporları futbol, voleybol, basketbol, hentbol olarak; bireysel sporlar atletizm, buz pateni, jimnastik, yüzme, koşu, yürüyüş, fitness, bisiklet binme, yoga ve dövüş sporları olarak; geleneksel sporlar okçuluk, güreş, at binme; raket sporları tenis ve badminton olarak kategorize edilmiştir. Çalışmada spor beğenisinde tüm kategori, düzey ve değişkenlerden bağımsız olarak takım sporları kategorisi öne çıkmıştır. Bu, Türkiye'nin toplum yapısının incelenmesi ile anlamlı bir veri haline gelecektir. Modernleşme sürecinin en önemli parçası olan bireyselleşmenin Türkiye'nin toplumsal yapısı itibarıyla karşılık bulması oldukça geç bir tarihte gerçekleşmiştir. Bu açıdan, cemaat toplumu olma özelliğini sürdürmesi topluca yapılan etkinliklere beğenisini arttırmıştır.

3.1.6. Yiyecek ve İçecek Beğenisi

Yiyecek ve içecek beğenisi, beğenin sosyal olarak inşa edildiğinin ortaya koyulacağı en güçlü başlıklardır. Tat ile ilişkili olarak kimya temelli açıklamaların varlığı, beğenin de tatlar söz konusu olduğunda bu yönde olacağı önyargısını doğurur. Ancak tat, her ne kadar kimyayla ilişkili olursa olsun, beğeni sosyal olarak inşa edilmektedir.

Bourdieu (2015, 6), yemek beğenisini sınıfsal olarak açıklar. Ona göre sosyo-ekonomik konum yemek beğenisinde belirleyicidir. Bu yaklaşımını düşük sosyo-ekonomik düzeydeki kişilerin yiyeceklerin “sağlıklı” olup olmadığı ile ilgilenmediğine, bu kişilerin beğenisini “doyurucu” ve uzun süreler tok tutucu yiyeceklerin oluşturmasına dayandırır: “... düşük sosyo-ekonomik gruplardaki insanların daha az sağlıklı yeme eğiliminde olduğunu gösteriyor; daha az taze meyve ve sebze (salata sebzeleri dahil), daha az kepekli ekmek, kepekli tahıllar ve yüksek lifli kahvaltılık gevreklerin yanı sıra sağlık için gerekli olan daha az yağlı balık tüketmek” (referans). Bourdieu’ya göre toplumsal hiyerarşide yükselen birinin bütçesinden ağır ve yağlı yiyeceklere ayırdığı pay düşer. Ancak beğeniler ve harcamalar arasındaki tek ilişki bu değildir. Kültürel sermaye ve ekonomik sermaye belirleyici rol oynar. Bourdieu, çalışmasında ekonomik sermayesi yüksek ancak kültürel sermayesi düşük olanların gösterişli, yağlı, tuzlu gıdalar tercih ettiğini; kültürel sermayesi yüksek olup da ekonomik sermayesi görece düşük olanların ise sağlıklı ve doğal yiyeceklere yöneldiğini tespit eder. Fantasia (1995) Fransa’da fastfood tüketicilerinin profili hakkında çalışmasında, tüketicilerin %7 sinin yüksek gelir grubundaki mesleklerde yer alan insanlar, %2 sinin beden işçisi kategorisinde yer alan insanlar, %32 sinin beyaz yakalılar olduğunu tespit etmiştir. Buna ek olarak fastfood tüketicilerinin %83’ü 34 yaşının, %57’si ise 24 yaşının altındadır.

Yemek beğenisini sınıf temelli açıklayan bir diğer isim de Deeming’dir: “beğeni genellikle ekonomik koşulların ve yoksunluk düzeylerinin ürünüdür” (Deeming, 2014). Satın alması ucuz ve hazırlaması kolay olan hazır gıda tüketiminin de sınıfsal olduğunu ifade eden Deeming, hazır yemeklerin aynı zamanda orta sınıf beğenisine uygun olmadığını vurgular. Buna karşın bu çalışmanın verileri göz önünde bulundurulduğunda orta sınıf özelliklerine sahip katılımcıların yiyecek beğenisi hazır yemeklerden yana olmuştur.

Yiyecek ve içeceklerin kodlanması iki aşamada tamamlanmıştır. Yiyecek kategorileri et-tavuk-balık, tatlı atıştırmalık, sebze/bakliyat, hamur-pilav-makarna ve çorba şeklindedir. Bu kategorilere dahil olan yemekler şu şekilde gruplanmıştır: Et-tavuk-balık; döner, kebab, balık, ciğer, lahmacun, etli ekmek, içli köfte, İskender, köfte, etli yemekler, tavuklu yemekler. Tatlı-atıştırmalık; çikolata, baklava, çiğ köfte, patates kızartma, cips Sebze/bakliyat; bakliyat, dolma/sarma, zeytinyağlılar, sebze yemekleri Hamur-makarna-pilav; pizza, makarna, mantı, pide, pilav. İçecekler alkollü, sıcak ve soğuk olarak gruplanmıştır. Alkollü içecek kategorisindeki içecekler; bira, rakı, vodka, viski, şarap; sıcak kategorisindekiler; çay, kahve ve soğuk kategorisindekiler; gazlı içecekler, limonata, meyve suyu, şalgam suyu, maden suyu/soda, milkshake, enerji içeceği, soğuk çay, ayran, sudur.

3.1.7. El Sanatları Beğenisi

El sanatları arasından seçilen hat, ebru, tezhip, vitray, minyatür, çini, bakır/ahşap/taş işleme, kanaviçe/iğne oyası kategorileri, beşli likert ölçeği ile sorulmuştur. Ölçeğin güvenilirlik analizi yapılmıştır; Cronbach Alfa değeri 0.914'tür. Beşli likert ölçeğinin (1: Hiç beğenmiyorum ve 5: Çok beğeniyorum için) anketteki sekiz ifade için, aritmetik ortalama 3.39 olarak hesaplanmıştır. Likert ölçeğinin aralıkları aşağıdaki gibidir:

Tablo 2: Likert Ölçeği – Ortalama Sınırları

Likert Ölçeği Tanımları	Likert Ölçeği	Likert Ölçeği Sınırları
Hiç Beğenmem	1	1.00-1.80
Beğenmem	2	1.81-2.60
Kararsızım	3	2.61-3.40
Beğenirim	4	3.41-4.20
Çok beğenirim	5	4.21-5.00

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Bu sınırlar çerçevesinde yeniden kodlanan veriler sonucunda el sanatları kategorisinin tümü için oranlar şu şekilde olmuştur: Hiç beğenmem %6.9, beğenmem %6.4, kararsızım %39.4, beğenirim %39.4, çok beğenirim %11.3. El sanatlarının beğenisinde kararsızların oranı ile “beğenirim” diyenlerin oranı oldukça yakındır. El sanatları beğenisini incelemek için ölçekte “beğenirim” ve “çok beğenirim” ifadelerini işaretleyen katılımcıların profili çıkarılmıştır. Ölçekte verilen sekiz el sanatı türünün tamamı için “beğenirim” ve “çok beğenirim” işaretleyen (aynı şekilde “beğenmem” ve “hiç beğenmem” için de yapılmıştır)

katılımcılar birlikte düşünülmüş ve beşli likert ölçeği üçlü sütun olarak değerlendirilmiştir.

3.1.7.1. Hat

Arapça “çizgi, satır” anlamına gelen kelimedenden türeyen hat, güzel yazma sanatıdır. Arapça harfler kullanılarak yapılan bu sanat kaligrafi ile karıştırılmamalıdır. Hat, İslam’da resmin kullanılmaması nedeniyle oldukça yaygınlaşmış bir süsleme tekniği haline gelmiştir. Oldukça disiplinli bir sanat olan hattın süreç içinde hattatlar tarafından konulmuş incelikli kuralları vardır. En ünlü hat örneklerinden biri olarak Ayasofya’daki levhalar verilebilir (Tuncer, 1994).

Hat sanatı için meslek kategorileri içindeki beğeni oranları içinde 71 ve üzeri puanlı meslekler (%59.1) öne çıkar. 51-60 puan aralığındakiler %55.3 ve 61-70 puan aralığındakiler %51.1 olarak sıralanır. Yaş grupları arasında 30-59 yaş aralığındaki katılımcılar %50.1, 15-29 yaş aralığındakiler %40.3 oranında beğeni ifade etmiştir. Kadınların %51’i erkeklerin %35’i “beğenirim” ya da çok “beğenirim” ifadelerini işaretlemiştir. Eğitim düzeyi üniversite olanların %59’u en yüksek orana sahip kategoridir. En uzun süre yaşadığı yer il olanlar (%50), gelir düzeyi 10.001-15000 aralığında olanlar (%52.2) ve kendini “çok dindar” (%52.2) olarak tanımlayanlar, diğer kategoriler ile karşılaştırıldığında daha yüksek beğeni oranlarına sahiptir.

3.1.7.2. Ebru

Türk Dil Kurumu Güzel Sanatlar Terimleri Sözlüğü’nde (1968), ebru “kitre ve kola gibi yapıştırıcılarla yoğunlaştırılmış su üzerine, neftyağı ile sulandırılmış yağlıboya damlatılarak yapılan ve kâğıda geçirilen süs” olarak tanımlanmıştır. Pek çok farklı ebru türü vardır. Türk geleneksel sanatları içinde önemli bir yere sahip olan ebru sanatı, 2014 yılında “UNESCO İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirası Temsili Listesine²⁰” dahil edilmiştir.

Ebru sanatını “beğenirim” ya da “çok beğenirim” olarak ifade edenlerin diğer kategoriler içinde en yüksek oranlara sahip olanlar şu şekildedir: Mesleki itibar puanı 61-70 aralığında meslek sahibi olanlar (%46.7), 30-59 yaş aralığında olanlar (%33.5), kadınlar

²⁰ <https://aregem.ktb.gov.tr/TR-202375/ebru--turk-kagit-susleme-sanati.html> Erişim Tarihi: 2 Mayıs 2022.

(%36.9), eğitim düzeyi üniversite olanlar (%41.8), en uzun süre yaşadıkları yer il olanlar (%35), gelir aralığı 10001-15000 (%40) ve inanç düzeyi “çok dindar” olanlar (%39).

3.1.7.3. Vitray

Vitray, Türk Dil Kurumu Sözlüğü’nde; “birbirine bağlı kurşun bölmelere yerleştirilmiş renkli cam parçalarından oluşan, saydam pencere süslemesi veya resim” olarak tanımlanmıştır. Vitray yapılan işleme ya da kullanılan malzemeye göre çeşitli türlere sahiptir (Tuncer: 1994: 6). Vitray geleneksel bir Türk sanatı değildir ancak oldukça yaygın şekilde kullanılmıştır. Türk vitrayı olarak adlandırılabilen olan “revzen” ya da “nakışlı revzen” yapımında alçı kullanılarak oluşturulur (Uğuryol ve Uğuryol, 2021). Topkapı Sarayı’nda iç kullanım ve dış kullanım gibi çeşitli biçimlerde kullanımları görülmektedir. Buna ek olarak Süleymaniye ve Sultanahmet Camiilerinde de ince işçilikle yapılmış örnekleri incelenebilir.

Vitray sanatının beğenisi incelendiğinde; mesleki itibar puanı 71 ve üzerinde olanların %72.7’si, 30-59 yaş aralığındakilerin %59.8 ve 15-29 yaş aralığındakilerin %59.5’i, kadınların %67.5’i, lisansüstü düzeyde eğitime sahip katılımcıların %78.9’u, en uzun süre yaşadığı yer il olanların %62.3’ü, gelir düzeyi 10.001-15000 aralığındaki katılımcıların %61.5’i ve kendisini “çok dindar” tanımlayanların %62.5 ile “dinle ilgisiz” olarak tanımlayanların %62.8’i vitrayı “çok beğenirim” ya da “beğenirim” şeklinde işaretlemiştir.

3.1.7.4. Tezhip

Türk-İslam sanat dallarından sayılan tezhip, bir süsleme sanatıdır. Türk-İslam sanatı, üsluplaştırma²¹’yi bir method olarak kullanmıştır. Tezhipte çiçek ve hayvan çıkışlı motiflerde bu yöntemle başvurulduğu görülür. Tezhipte de farklı üsluplar söz konusudur.

Tezhip beğendiğini ifade edenler arasında en yüksek oranlı kategoriler; mesleki itibar puanı 71 ve üstü olan meslek sahipleri (%46.6), 30-59 yaş aralığındaki katılımcılar (%36.6), kadınlar (%37.3), eğitim düzeyi üniversite olanlar (%44), en uzun süre ilde

²¹ “Üsluplaştırma objelerin tabiattaki şekillerinin şematikleştirilip yalınlaştırılarak resmedilmesine denir. Nesne, karakterine bağlı olarak, amaca uygun biçimde yalınlaştırılır” (Sönmez, 2018: 5).

yaşamış olanlar (%41.3), gelir aralığı 10001-15000 olanlar (%40), kendini “çok dindar” tanımlayanlardır (%39.7).

3.1.7.5. Minyatür

Geleneksel Türk sanatlarından biri olan minyatür dünyanın en eski sanatlarından biridir. Türk Dil Kurumu Güzel Sanatlar Terimleri Sözlüğü’nde (1968) şöyle tanımlanmıştır: “(Resim)Eskiden elyazması kitaplara yapılan suluboya resim. Bir noktadan bakışa, önem vermeyen, kişilerin önemine göre beti büyüklüğü dikkate alınan, ışık-gölge anlatımı ve oylum duygusunun yansıtılması bulunmayan düz boyalı resim. a. bk. kitap resmi.” Minyatürün kuralları ile resim kuralları ortak değildir: “...Uzaklık ve boy, renk veya gölgelerle belirtilmez; minyatürler ışık, gölge, duygu ve Avrupai perspektifi olmayan resimlerdir²²”. Bunun nedeni minyatürde ele alınan konunun en küçük ayrıntılarına kadar işlenmek istenmesidir.

Minyatürde, en yüksek oranlı beğeni ifade edenler arasında öne çıkanlar; mesleki itibar puanı 51-60 arasında (%66), 61-70 arasında (%62.5) ve 71 ve üzeri olanlar (%62.5), 30-59 yaş aralığındakiler (%54.3), kadınlar (%57.2), eğitim düzeyi üniversite olanlar (%65.9), en uzun süre ikamet ettikleri yer il olanlar (%54.1), gelir aralığı 15001-20000 olanlar (%64.7) ve “dini inancı yok” şeklinde tanımlayanlardır (%57.1).

3.1.7.6. Çini

Çini, “bir yüzü sırlı ve genellikle çiçek veya geometrik motiflerle süslü veya tekrenk boyayla kaplanmış kilden yapılmış yüksek derecede ısıyla fırınlanmış levhalardır” (Tuncer, 1994: 12). Asya menşeli bu süsleme sanatı Selçuklular aracılığıyla Anadolu’ya yerleşmiştir. Üsluplaştırma çini sanatında da kullanılmakta olup çeşitli hayvan motifleri çinilere işlenmiştir. Çini, Türkiye’de İznik ve Kütahya ile anılmaktadır. Birçok tarihi eserde çini işlemesi görülmektedir: Sultanahmet Camii, Topkapı Sarayı, Selimiye Camii, Sırçalı Medrese, Gökmedrese vs.

Çini beğenisi için, “çok beğenirim” veya “beğenirim” ifadelerini işaretleyen ve kategorilerinde en yüksek orana sahip olanlar şu gruplardır: Mesleki itibar puanı 61-70 aralığındakiler (%66.7), 30-59 yaş aralığındakiler (%54.5), kadınlar (%59.6), eğitim

²² Türkiye Yazma Eserler Kurumu Başkanlığı.
http://www.yazmanadir.yek.gov.tr/Home/ShowLink?LINK_CODE=156. Erişim Tarihi: 5 Mayıs 2022.

düzeıi üniversite olanlar (%67.4), en uzun süre yaşadıkları yer il (%55.9) ve ilçe (%53.8) olanlar, gelir düzeıi 10001-15000 (%55.4) ile 5501-10000 (%53.1) aralığında olanlar ve dini inancı olmadığını ifade edenlerdir (%64.3).

3.1.7.7. Bakır/Ahşap/Taş İşleme

Bakır işleme 2015 yılında UNESCO İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirasının Temsili Listesine (Azerbaycan- Lahıç) alınmıştır. En yaygın kullanılan maden olan bakır, kuyumculuk, turistik eşya, mutfak eşyaları gibi gündelik hayatta sıklıkla kullanılmaktadır. Bakırın işlenmesinde çeşitli teknikler ve araçlar kullanılmaktadır. Taş işleme, çeşitli yöntemlerle şekillendirilen taşlarla yapılan süsleme sanatıdır. Anadolu'da oldukça yaygın olan bu süsleme, taşın şekillendirilmesiyle olduğu kadar, yerel (lüle taşı, oltu taşı vb.) ve yarı değerli taşlar (kuvars, yeşim vb) ile de yapılmaktadır. Taş işleme sanatına, Anadolu'daki en ünlü eserlerden biri olan Medusa başı örnek gösterilebilir. Ahşap işlemeciliği veya oymacılık, somut olmayan kültürel miras çerçevesinde değerlendirilen bir diğer sanat türüdür. Ahşap işleme, çeşitli teknikler aracılığıyla motiflerin ortaya çıkarılmasıyla gerçekleştirilir.

Bakır, ahşap ve taş işlemede “çok beğenirim” veya “beğenirim” işaretleyen ve kategorik düzeyde öne çıkanlar %82.2 oranla mesleki itibar puanı 61-70 aralığında meslek sahibi olanlar, %65.9 oranla 30-59 yaş aralığındakiler, %68.8 ile kadınlar, %72.5 oranla eğitim düzeıi üniversite olanlar, %61.2 ile en uzun süre yaşadıkları yer il olanlar, %67.7 ile gelir düzeıi 10001-15000 olanlar ve %71.4 ile dini inancı olmadığını ifade edenler ve %67.6 ile kendini “çok dindar” olarak tanımlayanlardır.

3.1.7.8. Kanaviçe/İğne Oyası

Kanaviçe, seyrek dokumalı bir keten bezi üzerine yapılmış işlemedir. “Basit nakış iğne tekniklerinden olan kanaviçe, üst üste ve yan yana sıralanmış, birbirini çarpı şeklinde kesen formlardan oluşan bir işleme tekniğidir. Avrupa'da kanaviçe tekniği Türkçe karşılığı ile çapraz dikiş anlamına gelen “cross stitch” adıyla tanınmaktadır” (Can, 2017: 321). Kanaviçe Anadolu'da yaygın biçimde görünür olmasına rağmen bir Türk el sanatı değildir, hatta Anadolu'ya oldukça geç bir tarihte 19. Yüzyılda geldiği tahmin edilmektedir (Can, 2017). İğne oyası, Türk kültürüne ait geleneksel el sanatlarından biridir; dünyada Turkish lace (Türk danteli) olarak bilinmektedir. İğne oyası özel bir

iplikle, düğümler atılarak yapılır. Genellikle tülbent kenarlarına süsleme olarak yapılmaktadır.

Ölçekteki son sanat olan kanaviçe ve iğne oyası ifadesi beğeni oranlarıysa şu şekildedir: mesleki itibar puanı 61-70 aralığında meslek sahibi olanların %71.1'i, 60 ve üzeri yaş grubundakilerin %61.5'i, kadınların %67'si, eğitim düzeyi üniversite olanların %54.6'sı, en uzun süre ilde yaşamış olanların %52.3'ü, gelir düzeyi 10001-15000 aralığında olanların %58.5'i ve "dinle ilgisiz" olanların %54.7'si.

Tüm el sanatlarının beğeni oranları göz önünde bulundurulduğunda, büyük oranda 61-70 puan aralığındaki mesleklere sahip, kadın, üniversite mezunu, 10001-15000 gelir düzeyinde, 30-59 yaş aralığında, en uzun süre ilde yaşamış ve "dinle ilgisiz" katılımcılar tarafından el sanatlarının beğenildiğini söylemek yanlış olmayacaktır. Bunun içinde bazı istisnai durumlardan söz edilebilir elbette örneğin tezhip sanatı "çok dindar" katılımcılar arasında en yüksek düzeyde beğeniye ulaşmıştır; aynı şekilde kanaviçe ve iğne oyası da 60 ve üzeri yaş grubunun öne çıktığı bir sanattır. Ancak genel itibarıyla yukarıda sayılan özellikleri taşıyan grubu bir beğeni kamusu olarak görmek mümkündür.

3.2. Beğenilerin İncelemesi

3.2.1. Eğitim Düzeyi:

Katılımcılara; "okuma-yazma bilmiyorum", "okuma-yazma biliyorum ancak diplomam yok", "ilkokul/ortaokul mezunu", "lise", "üniversite/yüksekokul" ve "lisansüstü" seçenekleri sunulmuştur. Eğitim düzeyindeki yedi seçeneğin, beğeniler üzerinde değerlendirilmeye uygun hale gelmesi için, "lise altı", "lise", "üniversite" ve "lisansüstü" olmak üzere dört kategoriye ayrılmıştır.

Tablo 3: Eğitim Dağılımı

	Sıklık	Oran %
Lise altı	394	36.3
Lise	399	36.8
Üniversite	273	25.2
Lisansüstü	19	1.8
Total	1085	100.0

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Bourdieu, “Ayrım” çalışmasında, eğitimin beğeni üzerindeki etkisinin belirleyiciliği üzerinde durur. Ona göre, farklı eğitim düzeyindeki insanların beğenileri farklılık gösterir. Bourdieu’nun yaklaşımında bu farklar, hiyerarşik bir içeriğe sahiptir. Bu hiyerarşik oluşu, beğenileri adlandırma biçiminde görmek mümkündür: “meşru beğeni”, “ortalama beğeni”, “popüler beğeni”. Meşru beğeni, eğitim düzeyinin yükselmesiyle ilintilidir. Ortalama beğeni, orta sınıfın beğenisi ve popüler beğeni de Bourdieu’nun ifadesiyle, “halk sınıfları” arasında görülür ve eğitim düzeyi ile ters orantılıdır. Gans’ın yaklaşımında da eğitimin beğeni üzerinde bir etkisi olduğu ifade edilmiştir. Eğitim, Gans’ın beğeni kamuları olarak ele aldığı sosyal grupların ortaya çıkmasındaki en önemli öğelerden biridir. Ona göre beğeni kültürleri de kamularının eğitim durumlarını yansıtır: “Her beğeni kültürü onu seçen kamunun belli bir düzeyde eğitilmiş olmasını gerektirdiği için, bu işi görece en iyi ölçüt herhalde eğitim süresi ya da eğitim miktarı olmalıdır. İnsanlar, eğitimleri ile denk düşen bir beğeni kültürü seçme eğilimindedir” (Gans, 2012: 174). Gans’ın beğeni kültürleri arasındaki hiyerarşinin ortadan kaldırılmasına dönük önerilerinin başında toplumsal olarak eğitim düzeyinin yükseltilmesidir. Eğitim düzeyi yükseldikçe, bireyler kendi beğenilerini seçme özgürlüğüne²³ sahip olacaktır. Gans’a göre beğenin hiyerarşik olarak görülmesinin nedeni eğitim, meslek seçimi gibi bireylerin hayatlarını etkileyen seçimlerdeki eşitsizliktir. Eğitim düzeyi DiMaggio’nun yaklaşımında da merkezi bir role sahiptir. DiMaggio’nun sınıflandırmasındaki birçok özellik eğitimle doğrudan ilişkilidir. Eğitim durumu, sanatsal sınıflandırmanın hiyerarşisini belirler: Örneğin eğer yüksek öğrenim oranı yüksekse sanatsal sınıflandırma hiyerarşisi düşüş gösterir.

3.2.1.1. Eğitim ve Film Beğenisi

Film beğenisi, lise altı düzeyde, %11,4 aşk temalı filmler, %20,7 dram, %14 milli ve dini duygular işleyen filmler, %21,4 komedi filmleri, %13,7 fantastik filmler, %7,7 bilim kurgu ve %11,1 aksiyon, suç konulu filmler olarak şekillenmiştir. Bu kategoriler arasında en yüksek orana sahip olan komedi filmleri arasında en sık frekans %7,1 ile Kemal Sunal filmleridir. Kemal Sunal filmlerine en yakın orana sahip film ise %5,2 ile Hababam Sınıfı’dır. Lise altı eğitim düzeyinde en beğenilen filmler sorusuna verilen cevaplar

²³ Gans’ın burada bahsettiği seçme özgürlüğü, “yüksek kültürü” seçme özgürlüğünü kapsıyor olması, ne kadar eleştirel yaklaşırsa yaklaşırsa yüksek kültürün “meşru” olduğu fikrini içselleştirdiği ortadadır.

arasında komedi filmlerine oransal oldukça yakın olan dram filmleri arasındaysa %4.3 ile Yedinci Koğuştaki Mucize filmi görülmektedir. Eğitim düzeyi lise olanlar arasında film beğenisi şu şekilde sıralanmıştır; %9.9 aşk temalı filmler, %16.7 dram filmleri, %10.6 milli ve dini duygular işleyen filmler, %18.3 komedi filmleri, %23.1 fantastik filmler, %8.7 bilim kurgu filmleri ve %12.8 aksiyon, suç konulu filmler. Bu kategoriler arasında en yüksek oranlı olan fantastik filmler arasında öne çıkan film %7.9 ile Harry Potter olurken onu % 6.6 ile Yüzüklerin Efendisi filmleri takip etmektedir. Üniversite cevabını vermiş kişiler arasında film beğenisi %5.7 aşk temalı filmler, %27.6 dram filmleri, %6.6 milli ve dini duyguları işleyen filmler, %9.6 komedi filmleri, %22.8 fantastik filmler, %13.2 bilim kurgu ve %14.5 aksiyon, suç konulu filmler olarak ölçülmüştür. Bu kategoriler arasında öne çıkan filmler Titanik %11 %8.9 ile Yeşil Yol'dur. Son olarak; lisansüstü eğitim düzeyinde film beğenileri %12.5 aşk temalı filmler, %37.5 dram, %6.3 komedi filmleri, %25 fantastik filmler, %6.3 bilim kurgu ve %12.5 aksiyon, suç konulu filmler şeklindedir. Dram filmlerinin içinde öne çıkanlar; %16.7 ile Yeşil Yol ve %8.3 ile Dangal olmuştur. Lise altı eğitim düzeyinde Türk sinemasının klasikleri olarak değerlendirilebilecek Kemal Sunal filmleri ile Hababam Sınıfı öne çıkmaktadır. Bu filmlere erişim oldukça kolaydır. Televizyon kanallarında sıklıkla gösterilen bu filmler döneminin politik sayılabilecek filmleri olsa dahi bugünden bakıldığında komedi unsurları daha fazla öne çıkmaktadır; hem Kemal Sunal filmlerine hem de Hababam Sınıfı'na Türk televizyonlarında sıklıkla yayınlandığı bilinmektedir.

Lise düzeyinde fantastik filmlerin beğeni oranı yüksektir. Fantastik filmler kategorisinde Türk yapımı film yoktur. Türk sinemasında fantastik filmler, (Turist Ömer Uzay Yolunda, Dünyayı Kurtaran Adam, Tarkan gibi) 1980'lerin başından beri çekiliyor olsa da bu filmler, izleyiciler tarafından içerdiği fantastik öğelerin teknik yetersizliğinden dolayı çoğunlukla macera ya da komedi filmi gibi izlenmektedir. Teknik yetersizlik, film bütçeleriyle doğrudan ilişkilidir. Harry Potter ve Yüzüklerin Efendisi gibi dünyada oldukça yüksek seyirci sayısına ulaşmış filmler, Türkiye'de de yüksek izlenme sayısına sahiptir. Bu filmler televizyonda yukarıda bahsi geçen filmler kadar sıklıkla yer bulamaz ancak online film platformlarından izlenebilirler. Fantastik filmler kategorisinde öne çıkan Harry Potter ve Yüzüklerin Efendisi filmlerindeki ileri teknolojik tekniklerin kullanımı, konuyu güçlendirmek için kullanılmıştır: "Alt-orta kültürün estetik anlayışı öze, esasa önem verir; biçim, özü daha anlaşılır kılmak, daha doyurucu hale getirmek için

kullanılmalıdır” (Gans: 2012: 119). Bu iki eserin ortak yanlarından biri de ikisinin de edebiyat uyarlaması olmasıdır. Bu açıdan teknik, iki filmde de hikayenin özüne aracılık etmektedir. Üniversite ve lisansüstü eğitim düzeyinde dram filmleri öne çıkmıştır. Gans’a göre üniversite derecesi üst-orta beğeni kültürünün temel özelliğidir. Ancak onun çalışmasında üst-orta kültür kamusunun seçimleri “ticari sanat dağıtımcılarının da yeterli yöreklendirmesiyle, bir zamanlar kullanıcıya yönelik yüksek kültür kamusunun tükettiği çok popüler olmuş yapıtlar”dır (2012: 117). Dram kategorisinde üniversite düzeyi için çıkan Titanik cevabı bu önerme ile uyuşmamaktadır; bu, lisansüstü düzeyde karşılaşılan Yeşil Yol için de geçerlidir. Dram filmlerinin temel özelliklerini ve Türk izleyicisinin dram filmlerine olan eğilimini Ürün Yıldırım Önk şöyle açıklar:

“Dram, film türleri içinde belki de en geniş olanıdır zira insana dair her şeyi konu edinebilir. Kahramanlar günlük yaşantıda karşılaşılabilen nitelikleriyle dikkat çeker. Ağlatının kapalı, dar, dış dünyayla ilişkisiz çevresinde değil, belli bir çevrenin, belli bir çağın somut koşulları içinde sunulurlar. Kahramanın davranışlarını bu yaşamın koşulları belirlemektedir. Dramın amacı, ortaya olağandışı bir durum koyup, kahramanı bu durumla karşı karşıya getirmek, bu sınavdan kahramanın hangi noktaya nasıl ve neden geldiğini açıklamaktır. ... Türk toplumunun yapısı düşünüldüğünde bu yapıdaki filmlerin neden bu denli talep edildiği anlaşılmaktadır. Türk halkının içinde bulunduğu süreç de bir arayış sürecidir. Gündelik yaşamda rastlanması olası olaylar ve kahramanın her tüden zorluklarla mücadelesinin çekiciliği ve sonunda ulaşılan mutlu son, onları bu türü sever hale getirmiştir. Elbette Türk toplumunun acıklı öykülere yatkınlığı da göz ardı edilmemelidir” (Yıldırım Önk, 2011: 3870).

Robin Dunbar öncülüğünde bir grup bilim insanı dram filmlerine yönelik beğeniyi araştırır. Çalışmada, dram filmi izleyicilerinin “ağrı eşiği”nin yükseldiğini tespit etmiştir (2016: 8). Gündelik hayatta karşılaşılan/karşılaşılması muhtemel konuların işlendiği bu filmler, izleyicisine hazırlık süreci sağlıyor olabileceği gibi, kişinin kendi sosyal konumu ile barışmasına (daha ne hayatlar var, biz yine iyiyiz) aracı olabilirler.

3.2.1.2. Eğitim ve Dizi Beğenisi

Dizi beğenisi ve eğitim düzeyi arasındaki ilişki incelendiğinde, polisiye ve dram kategorilerinin yüksek oranlarda beğenildiği görülmektedir: Bu kategorilerin en yüksek oranda beğenildiği eğitim düzeyi lise altıdır. Eğitim düzeylerinin polisiye kategorisini

beğenme oranları incelendiğinde eğitim düzeyi arttıkça beğeni oranının düştüğü görülür. Dram kategorisinde, lise altındaki beğeni oranının yüksekliği diğer eğitim düzeylerinde daha düşük görülür. Aşk temalı dizilerin beğenilerinde de benzer bir eğilim görülmektedir: Eğitim düzeyi arttıkça beğeni oranı azalmıştır. Eğitim düzeyi yükseldikçe yükselen kategoriler de vardır: yabancı aksiyon ve yabancı fantastik. Lise altı eğitim düzeylerinde düşük beğeni oranına sahip olan yabancı diziler üniversite ve lisansüstü eğitim düzeylerinde yüksek oranda beğenilmektedir. Dolayısıyla kategorilerin benzerliği, beğenilerin de ortak olduğunu göstermez. Aksine, bu ortak türler aracılığıyla, eğitim düzeyinin belirleyici rolü görünür hale gelmektedir. Diziler tek tek değerlendirildiğinde, eğitim düzeylerine göre en çok beğenilen diziler şöyle sıralanır: Lise altı; Gönül Dağı (%9.5), lise; Kurtlar Vadisi (%7.9), üniversite La Casa De Papel (%9.7) ve Gönül Dağı (%9.7), lisansüstü Behzat Ç. (%26.7).

Tablo 4: Dizi Beğenisi ve Eğitim İlişkisi

	Tarihi		Aşk		Komedi		Polisiye		Dram		Aksiyon		Yabancı aksiyon		Yabancı fantastik		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Lise altı	17	6.2	37	13.6	15	5.5	73	26.7	101	37	14	5.1	7	2.6	9	3.3	273	100
Lise	21	7.2	35	12	36	12.3	71	24.3	50	17.1	22	7.5	33	11.3	24	8.2	292	100
Üniversite	14	6.8	17	8.2	21	10.1	42	20.3	38	18.4	12	5.8	34	16.4	29	14	207	100
Lisansüstü	0	0	1	6.7	2	13.3	1	6.7	2	13.3	4	26.7	3	20	2	13.3	15	100
Toplam	52	6.6	90	11.4	74	9.4	187	23.8	191	24.3	52	6.6	77	9.8	64	8.1	787	100

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

*p=0.000

Hem kategorik hem de diziler değerlendirildiğinde dram ve polisiye filmlerinin beğenisinin öne çıktığı görülür. Dram filmlerinin beğenilmesiyle ilgili olarak Gans, dizilerin kahramanlarının gündelik hayatta var olan gerçek kişiler olmasına dikkat çeker. Gans'a göre dram dizilerindeki karakterlerin hikayenin çeşitli kullanımlarıyla “yaralı” olarak öne çıkartılması, bu gerçek kişilerin “kader kurbanı” olarak sunulması bu kategorideki dizilerin beğenilmesinin kaynağıdır.

3.2.1.3. Eğitim ve Müzik Beğenisi

Müzik beğenisi ve eğitim düzeyi ilişkisi literatürde oldukça sık şekilde altı çizilen bir ilişkidir. Eğitim düzeylerinin müzik beğenisinde rolü, kesişim ve farklılaşma yüzeylerin tespiti ile ortaya konmuştur.

Yukarıda eğitim durumu ile müzik türü kategorilerinden oluşan tablo görülmektedir. Bu tablodaki en önemli benzerlik, tüm eğitim düzeylerinde en beğenilen müzik türünün pop müzik olmasıdır. Pop müziğin diğer kategorilere göre beğenilme oranı oldukça yüksektir. Bu nedenle, pop müzik türünden sonraki en sık beğenildiği söylenen müzik türlerine odaklanılmıştır. Kategoriler incelendiğinde eğitim düzeyi yükseldikçe rock, caz ve klasik batı müziği beğenisinin oranları da yükselmektedir. Bunun tersine arabesk beğenisinin oranı ise eğitim düzeyinin düşüşüyle yükselmiştir. Arabesk müziğin düşük eğitim düzeylerine karşılık bulmasının, icracının toplumdaki konumuyla (düşük eğitilmiş, yoksul aile geçmişi gibi) ilişkisine ek olarak eserlerin temaları ve sözleri gibi içeriğe dair öğeler vasıtasıyla dinleyici tarafından çeşitli düzeylerde ortaklıklar kurulabilmesinin etkisi büyüktür.

Tablo 5: Müzik Beğenisi ve Eğitim İlişkisi

	Pop		Arabesk		Anadolu Rock		Rock		Caz		Klasik Batı müziği		Türk halk müziği		Hiphop/rap		İlahi/ tasavvuf		Türk sanat müziği		slow		Yabancı müzikler		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Lise altı	103	32.2	55	17.2	1	0.3	5	1.6	2	0.6	6	1.9	62	19.4	31	9.7	13	4.1	16	5	15	4.7	11	3.4	320	100
Lise	133	40.3	51	15.5	5	1.5	23	7	4	1.2	12	3.6	33	10	44	13.3	2	0.6	2	0.6	14	4.2	7	2.1	330	100
Üniversite	82	35.7	18	7.8	2	0.9	18	7.8	4	1.7	15	6.5	30	13	29	12.6	8	3.5	7	3	12	5.2	5	2.2	230	100
Lisansüstü	5	31.3	0	0	0	0	2	12.5	1	6.3	1	6.3	1	6.3	2	12.5	1	6.3	1	6.3	0	0	2	12.5	16	100
Toplam	323	36	124	13.8	8	0.9	48	5.4	11	1.2	34	3.8	126	14.1	106	11.8	24	2.7	26	2.9	41	4.6	25	2.8	896	100

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

*p=0.000

Lise altı eğitim düzeyinde ikinci en yüksek oran %19.4 Türk halk müziği ve lise düzeyinde %15.5 ile arabesktir. Lise altı düzeyde üçüncü en yüksek oran %17.2 ile arabesk olurken lise altı düzeyde üçüncü sırada %13.3 gibi yakın bir oranda hiphop/rap cevabı görülmektedir. Dolayısıyla pop dışında belirgin bir biçimde öne çıkan bir müzik türünden bahsedilemeyeceği gibi parçalı bir beğeni kültüründen söz etmek mümkündür. Üniversite yanıtı veren katılımcıların pop müzikten sonra en yüksek orana sahip müzik türleri %13 ile Türk halk müziği ve %12.6 ile hiphop/rap olmuştur. Hiphop/rap beğenisinde lise düzeyi ile oransal bir yakınlık görülmektedir. Son olarak lisansüstünde öne çıkan ikincil yüksek oranlı türler %12.5 ile rock, %12.5 ile hiphop/rap ve %12.5 ile yabancı müzikler olmuştur. Yabancı müzikler diğer eğitim düzeyleri ile karşılaştırıldığında en yüksek orana lisansüstü yanıtı verenler arasında ulaşmıştır. Bu açıdan daha önce dizi beğenisinde de görüldüğü üzere “yabancı” olan seçeneklerin karşılık bulması eğitim düzeyinin artışıyla gerçekleşmiştir. Buna ek olarak lisansüstü düzeyde rock kategorisi ile de karşılaşmış ve bu da bir başka ayırım noktasına ışık tutmuştur. Tıpkı yabancı müzik kategorisinde olduğu gibi rock kategorisi de en yüksek orana lisansüstü düzeyde ulaşmıştır.

“Beğenerek dinlediğiniz bir müzisyeni yazınız” sorusuna verilen yanıtlar içinde bir çeşitlilik söz konusudur. Lise altı eğitim düzeyinde öne çıkan isimler şunlardır: Ahmet Kaya (%11.3), Müslüm Gürses (%9.1), Sezen Aksu (%7.4), İbrahim Tatlıses (%6.9), Neşet Ertaş (%6.9), Serdar Ortaç (%6.1). Bu isimlerin oranları ile yukarıdaki kategorilerin oranları birlikte düşünüldüğünde önemli ölçüde tutarlı bir tablo ortaya çıkmaktadır. Lise düzeyinde öne çıkan isimler; Sezen Aksu (%8.3), Ahmet Kaya (%7.9), Tarkan (7.1), Müslüm Gürses (%7.1). Lise düzeyinde müzik türleri ile müzisyenlerin ilişkisi tam bir uyum göstermektedir. En yüksek oranın görüldüğü pop ve ikinci oranın görüldüğü arabeskin önemli isimleri müzisyen beğenisinde de yüksek oranda belirtilen isimler olmuştur. Eğitim düzeyi üniversite olan katılımcıların müzisyen beğenisine verdikleri yanıtlara göre yüksek oranlı isimler şunlardır: Sezen Aksu (%11.6), Tarkan (%9.2), Ahmet Kaya (6.9), Müslüm Gürses (%6.4). Müzik türleri ile değerlendirildiğinde pop müzik beğenisi bir uyum gösterse de ikinci yüksek oranlı hiphop/rap türünde müzik yapan müzisyenlerin isimleri tabloda görülmemektedir. Ancak türler arasında düşük bir orana sahip arabesk müziğin icracıları, en beğenilen müzisyenler listesinde üst sıralarda görülmektedir. Bu tutarsızlığın arabesk müzik türüne dair toplumdaki önyargının bu

eğitim düzeyine sirayet etmesi olarak gösterilebilir. Arabesk müzisyenlerinin itibarı arabesk müziğin önüne geçtiği görülür. Lisansüstü düzeyde öne çıkan isimlerse Sezen Aksu (%30), Neşet Ertaş (%20), Ceza (%20) olmuştur. Müzik türü ile ilişkili biçimde ele alındığında pop ve hiphop/rap müzik türünün temsilcilerini sıklığı yüksek müzisyenler listesinde görürken, rock müzik yapan müzisyenlerin ismini görememek bir tutarsızlık yaratmaktadır. Lisansüstü düzeyde müzik türü ve müzisyen beğenisi belirtenlerin sayıca azlığı nedeniyle bu tutarsızlık, anlamlı bir çıkarım yapmaya imkan vermez. Eğitim düzeylerine göre en yüksek beğeniye sahip müzisyenler, müzik türleri ile uyumlu görülmüştür.

3.2.1.4. Eğitim ve Edebiyat Beğenisi

Edebiyat beğenisi ile eğitim düzeyi arasındaki ilişki aşağıdaki tablodan hareketle incelendiğinde en yüksek orana Türk edebiyatı (%53.5) beğenisinin sahip olduğu görülmektedir. Türk edebiyatının en yüksek beğenildiği eğitim düzeyi %62.2 ile lise altıdır. Dünya edebiyatı en yüksek beğeniye %62.5 ile lisansüstü düzeyde sahiptir, dini temalı eserin en yüksek oranı ise %7.9 ile üniversitedir ve %7.4 ile lise altı izler.

Tablo 6: Edebiyat Beğenisi ve Eğitim İlişkisi

	Türk edebiyatı		Dünya edebiyatı		Dini temalı eserler		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Lise altı	92	62.2	45	30.4	11	7.4	148	100
Lise	135	53.6	106	42.1	11	4.4	252	100
Üniversite	105	49.1	92	43	17	7.9	214	100
Lisansüstü	5	31.3	10	62.5	1	6.3	16	100
Toplam	337	53.5	253	40.2	40	6.3	630	100

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

*p=0.040

Edebiyat beğenisinde eğitim düzeyi arttıkça, Türk edebiyatından dünya edebiyatına kaymaktadır. En düşük eğitim düzeyi olan lise altında, Türk edebiyatı beğenisi (%62.2), dünya edebiyatından (%30.4) farklı bir biçimde yüksekken, en yüksek eğitim düzeyi olan lisansüstünde bu durum tam tersidir; dünya edebiyatı beğenisinin oranı (%62.5) Türk edebiyatı beğenisinden (%31.2) yüksektir. Lise altı eğitim düzeyinde %30.4 olan dünya edebiyatı beğeni oranı lisansüstü eğitim düzeyinde %62.5'e kadar yükselmiştir. Buna paralel olarak da Türk edebiyatı eserlerinin beğenisinde benzer biçimde bir düşüş izlenmektedir. Dini temalı eserlerin beğenisi, lise altı ve üniversite düzeyinde benzer

oranlarda görünmektedir. Lisansüstü düzeyde verilen yanıt sayısının yetersizliği nedeniyle bu kategoriye dair benzerlik ya da ayırım ilişkisi kurmak mümkün değildir.

Lise altı düzeyde edebi eser beğenileri oranları Gurur ve Önyargı %12.4, Dostoyevski eserleri %11.5, Çalığışu %8.8, Harry Potter %7.1 ve Oğuz Atay %7.1 şeklinde sıralanmıştır. Lise düzeyinde Dostoyevski eserleri %14.2, Oğuz Atay eserleri %13.2 ve %11.6 Gurur ve Önyargı şeklinde beğeniler oranlanmıştır. Üniversite düzeyinde beğeni oranları %18.2 Gurur ve Önyargı, %17 Dostoyevski eserleri ve %8.5 Harry Potter ile %8.5 Sabahattin Ali eserleri şeklinde sıralanmıştır. Lisansüstü düzeyde beğeni %20 Dostoyevski eserleri, %20 Gurur ve Önyargı, %13.3 Hayvan Çiftliği ve %13.3 Tolstoy eserleri şeklindedir. Eserler düzeyinde de ortaklıklar görülmektedir. Her düzeyin öne çıkan eserlerin incelenmesi sonucunda Gurur ve Önyargı (Pride and Prejudice) isimli eserin tüm eğitim düzeylerinde ortak beğenilen eser olduğu görülmektedir.

3.2.1.5. Eğitim ve Spor Beğenisi

Tablo 7: Spor Beğenisi ve Eğitim Düzeyi İlişkisi

	Takım		Bireysel		Geleneksel		Raket		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Lise altı	134	59.6	84	37.3	2	0.9	5	2.2	225	100
Lise	206	66.7	87	28.2	5	1.6	11	3.6	309	100
Üniversite	131	57.7	81	35.7	5	2.2	10	4.4	227	100
Lisansüstü	10	58.8	5	29.4	0	0	2	11.8	17	100
Toplam	481	61.8	257	33	12	1.5	28	3.6	778	100

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

*p=0.196

Takım sporlarının tüm düzeyler için en yüksek oranlı spor beğenisi olduğu daha önce ifade edilmişti. Lise altı %59.6, lise %66.7, üniversite %57.7 ve lisansüstü %58.8 olmak üzere takım sporları beğenisi en yüksek oranda lise düzeyindedir. Lise altı düzeyde futbol %36.4; voleybol %19.1, basketbol %3.6 oranlara sahiptir. Lise düzeyinde futbol %35, voleybol %24.6, basketbol %7.1 oranlarda beğenildiği ifade edilmiştir. Üniversite eğitim düzeyinde takım sporları beğenileri şöyle sıralanır: Futbol %30.8, voleybol %22.5, basketbol %4.4. Takım sporlarının oranı lisansüstü düzeyde %58.8'dir. Bu düzeyde takım sporları şu oranlara sahiptir: %35.3 futbol, %11.8 voleybol, %11.9 basketbol. Bu kategorideki takım sporlarının bir diğeri hentboldur, ancak hentbol lise altı düzeyde sahip olduğu %0.4 oran dışında bir veri oluşturmamıştır.

Eğitim düzeylerine göre en yüksek ikinci oranlara sahip kategori bireysel sporlardır. Bireysel sporların beğenilme oranları; yürüyüş %10.4, yüzme %6.9, fitness %4.6. Eğitim düzeyleri ile incelendiğinde yürüyüş en çok lise altı düzeyde beğenilmekte (lise altı %18.7, lise %6.8, niversite %7.5 lisansüstü %5.9), yüzme en çok lisansüstü düzeyde (lise altı %6.2, lise %6.1, niversite %8.4, lisansüstü %11.8) ve fitness en yüksek niversite düzeyinde (lise altı %4.9), lise %3.2, niversite %6.6) beğenildiği ifade edilmiştir. Geleneksel sporlarda güneş 0.6 oranda, okçuluk 0.6 ve at binme 0.3 orandadır; bu nedenle bir analiz yapılamayacaktır. Raket sporlarına gelindiğindeyse tenis en yüksek oranda lisansüstü (%11.2) düzeyde beğenildiği ifade edilmiş, badminton ise toplamda 0.6 oranla analiz dışında kalmıştır. Tenis, eğitim düzeyi yükseldikçe beğeni oranı yükselen bir spor olarak göze çarpmaktadır (lise altı :%2.2, lise %2.3, niversite %4 ve lisansüstü %11.8). Buna ek olarak eğitim düzeyi yükseldikçe bireysel sporlar içinde yer alan pilates/yoga (%2.2, %2.9, %4.8, %11.8), yüzme (%6.2, %6.1, %8.4, %11.8) ve buz pateni (%0.4, %1, %1.3) de beğeni oranları da artış göstermiştir. Tüm bu veriler göz önünde bulundurulduğunda eğitim düzeyinin spor beğenisinde bir etkisi olduğu görülmektedir.

3.2.1.6. Eğitim ve Yiyecek-İçecek Beğenisi

Yiyecek beğenisi ve eğitim düzeyleri arasındaki ilişki kategorik olarak değerlendirildiğinde et, tavuk, balık yemeklerini içeren kategorinin lise altı (39.7), lise (%41.4) ve niversite (%44.7) düzeylerinde en yüksek beğeni oranlarına sahip olduğu görülmektedir. Lisansüstü düzeye gelindiğinde ise bu kategori, tatlı-atıştırmalık ve hamur-pilav kategorileriyle aynı oranda (%31.3) beğenildiği ifade edilmiştir. Lise altı eğitim düzeyinde tatlı-atıştırmalık kategorisi %11.9, sebze-bakliyat kategorisi %25, hamur-makarna-pilav kategorisi %20 ve çorba kategorisi %3.4 oranlarda beğenildiği belirtilmiştir. Lise düzeyinde tatlı-atıştırmalık %16.9, sebze-bakliyat %16.6, hamur-makarna-pilav %24.2 ve çorba %0.9 oranda; niversite düzeyinde tatlı-atıştırmalık %10.2, sebze-bakliyat %16.2, hamur-pilav %25.1 ve çorba %3.8; lisansüstü düzeyde tatlı-atıştırmalık %31.3, sebze-bakliyat; %6.3, hamur-makarna-pilav %31.3 şeklinde oranlarda beğenildiği ifade edilmiştir. Kategorik olarak hamur-pilav kategorisinin ne çıktığı söylenebilir ancak hem kategorilerin oldukça geniş biçimde kurulmuş olması hem de bahsi geçen oranlar arasında büyük bir fark olmaması nedeniyle bir çıkarım yapmayı mümkün kılmaz. Bunun için yemeklerin oranları üzerinden bir inceleme gereklidir. Bu

incelemede kategorilere başvurulmayacak, tüm yemekler içinden en yüksek oranlı olanlar sıralanacaktır.

Lise altı eğitim düzeyinde katılımcılar tarafından en beğenilen yemekler %15.5 dolma/sarma, %11.1 etli yemekler, %6.4 sebze yemeği olarak belirtilmiştir. Lise düzeyinde yemek beğenisi %10.2 makarna, %9.2 dolma/sarma, %8.9 etli yemekler, %8.3 kebab olarak sıralanmıştır. Üniversite için yemek beğenisi %10.6 etli yemekler, %10.2 makarna, %9.7 dolma/sarma, %7.9 kebab; lisansüstü için %18.8 kebab, %12.5 çiköfte, %12.5 makarna, %12.5 mantı şeklinde oranlara sahiptir. Eğitim düzeyi ile en yüksek orana sahip yiyecek beğenileri arasında bir ilişki söz konusudur. Eğitim düzeyi yükseldikçe beğenisi artan yiyeceklere sıralanmıştır; balık (lise altı %2.4; lise %3.6; üniversite %4.8; lisansüstü %6.3) ve hamburger (lise altı %1.7, lise %2.6, üniversite %4) gibi hazır yiyeceklerde eğitim düzeyi yükseldikçe beğeni oranı yükselmektedir. Eğitim düzeyi yükseldikçe beğeni oranları düşen yiyecekler ise, içliköfte (lise altı %4, lise %2.6, üniversite %2.6) ile köfte (lise altı %4, lise %1.3, üniversite %0.4) gibi geleneksel olarak adlandırılabilir yiyeceklerdir.

Tablo 8: İçecek Beğenisi ve Eğitim İlişkisi

	Alkollü		Sıcak		Soğuk		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Lise altı	36	10.4	121	34.9	190	54.8	347	100
Lise	58	16.6	86	24.6	205	58.7	349	100
Üniversite	42	16.9	54	21.7	153	61.4	249	100
Lisansüstü	7	41.2	0	0	10	58.8	17	100
Toplam	143	14.9	261	27.1	558	58	962	100

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

p=0.000

İçecek beğenisine gelindiğinde ise soğuk içecekler kategorisinin, diğerlerinden önemli oranda farklı olduğu görülmektedir. Bu oranlar kendi içinde eğitim düzeyine göre değerlendirildiğinde ayırım yaratacak derecede bir oransal farklılık dikkat çekmez. Eğitim düzeyi ile içecek beğenisinde soğuk içecekler kesişim noktasıdır. İçecek beğenisi- eğitim düzeyi ilişkisi incelendiğinde ayrışma alkollü içecekler kategorisinde görülür: Alkollü içeceklerde eğitim düzeyi yükseldikçe beğeni oranı yükselmektedir. Sıcak içeceklerde de benzer bir biçimde eğitim düzeyi yükseldikçe sıcak içecekler kategorisinin oranları düşmektedir. İçecekler düzeyinde oransal sıralama yapıldığıdaysa şöyle bir sıralama ortaya çıkmaktadır: Lise altı; çay (%24.7), gazlı içecekler (%16.6), ayran (%15.4), su

(%10.2) ve kahve (%9.9). Lise; gazlı içecekler (%28.8), çay (%15.9), kahve (%8.6) ve ayran (%8.1). Üniversite; gazlı içecekler (18.5), çay (%15.9), ayran (%14.9), kahve (%10.8), bira (%9.6), su (%9.2). Lisansüstü; gazlı içecekler (%29.4), bira %23.5), ayran (%11.8), vodka (%11.8).

İçecek beğenisinde göze çarpan ayırım noktalarından bazıları şunlardır: Çay beğenisinin eğitim düzeyi arttıkça düşmesi (lise altı %24.7, lise %15.9, üniversite %10.8) ama soğuk çay beğenisinin eğitim seviyesi arttıkça artması (lise altı %1.5, lise %1.7, üniversite %2.8, lisansüstü %5.9) ve bira beğenisinin de eğitim düzeyi arttıkça artmasıdır (lise altı %5.8, lise %7.5, üniversite %9.6, lisansüstü %23.5).

3.2.2. Cinsiyet

Colin Campbell, *Shopping, Pleasure and the Sex War* (2021) isimli çalışmasında kadın ve erkeklerin beğeni yargıları konusundaki yaklaşımlarını değerlendirmiştir. Kadınların erkeklere göre beğendiklerini ifade etmekte daha rahat oldukları erkeklerinse zorlandıkları hatta bazı durumlarda bundan kaçındıklarını ifade etmiştir. Buradan hareketle beğenin, kadınlar ve erkekler arasında farklılaştığı varsayımı yapılmıştır. Zira kadınların beğenilerini erkeklere göre daha rahat ifade etmeleri onlara etkileşimde bulunma zemini hazırlamış ve bu da beğenilerinde çeşitlenme potansiyeli yaratmıştır.

Çalışmanın katılımcılarının cinsiyetleri %57.9 (628 kişi) kadın, %42.1 (457 kişi) erkek şeklinde ortaya çıkmıştır. Kadınların ve erkeklerin beğenileri tüm düzeylerde iki aşamalı olarak incelenmiştir. Birinci aşamada, ele alınan beğenin (film, dizi, edebi eser vb.) kadınlar erkekler tarafından beğenilme sıklıklarına bakılmıştır. Örneğin, edebiyat beğenisinin kategorileri içinde kadınların hangi kategoriye ne kadar beğendiği (frekans değeri) ya da kategoriler arasında en yüksek beğeni oranının kaç olduğu gibi incelemeler yapılmıştır. İkinci aşamada ise kategorilerin kadınlar ve erkekler tarafından beğenilme oranları incelenmiştir. Bu ikinci aşama diğer başlıklarda uygulanmamıştır. Çünkü kadın ve erkeklerin en yüksek oranda beğenileri üzerinden yapılacak çıkarımın, olguyla ilişkiyi anlamada yeterli olmadığı görülmüştür. Bu nedenler çıkarımın güvenilirliğini ve bilimselliğini sağlamak için yeni yollar aranmıştır.

Tablo 9: Cinsiyet Dağılımı

	Sıklık	Oran %
Kadın	628	57.9
Erkek	457	42.1
Total	1085	100.0

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

3.2.2.1. Cinsiyet ve Film Beğenisi

Toplumsal cinsiyetin film beğenisinde yarattığı kesişim ve farklılaşma noktalarından söz edilebilir mi? Bu soruya cevap bulmak için hem cinsiyetten film kategorilerine hem de kategorilerden cinsiyetlere doğru bir okuma yapılmıştır. Birinci adımda kadınların ve erkeklerin en yüksek orana sahip beğenileri tespit edilecek ve ikinci olarak da kategorileri beğendiğini ifade eden katılımcıların cinsiyetlerinin oranlarına bakılacaktır. Kadın ve erkeklerin beğendikleri film kategorilerinde oranlar şöyledir. Kadınlar; %14 aşk temalı filmler, %26.7 dram filmleri, %8 milli ve dini duygular işleyen filmler, %15.5 komedi filmleri, %19.2 fantastik filmleri, %8.4 bilim kurgu ve %8.2 aksiyon, suç konulu filmleri beğendiklerini ifade etmişlerdir. Erkeklerse; %3.3 aşk temalı filmler, %14.6 dram filmleri, %13.5 milli ve dini duygular işleyen filmler, %18.2 komedi filmleri, %20.9 fantastik filmler, %11 bilim kurgu ve %18.5 aksiyon, suç konulu filmleri sevdiğini belirtmiştir. Bu kategoriler arasında kadınların dram filmlerine yöneldiğini erkeklerinse fantastik ve aksiyon, suç konulu filmlere yöneldiği görülmektedir. Dram kategorisindeki filmler içinde Selvi Boylum Al Yazmalım filmi, sadece kadınlar tarafından beğenildiği söylenmiştir. Bunun dışında Piyanist filmi, %85.7 oranda kadınlar tarafından beğenilirken %14.3 oranda erkekler tarafından beğenilmiştir. Dram kategorisindeki bir başka film olan Titanik, %82.5 kadınlar tarafından beğenilirken %17.5 erkekler tarafından beğenilmiştir. Erkekler tarafından beğenilen filmler arasında en yüksek orana sahip kategori olan fantastik filmler içinde, Matrix %83.3 oranda erkekler tarafından beğenilirken %16.7 oranda kadınlar tarafından beğenilmiştir. Bu kategorideki Yüzüklerin Efendisi filmi ise %69.7 oranda erkekler %30.3 oranda kadınlar tarafından beğenildiği belirtilmiştir.

Verilerin ele alındığı ikinci yoldan incelendiğinde, kategorilerine göre filmlerin kadınlar ve erkekler tarafından beğenilme oranları ortaya çıkmıştır.

Tablo 10: Film Beğenisi ve Toplumsal Cinsiyet İlişkisi

	Kadın		Erkek		Toplam	
	N	%	N	%	N	%
Aşk	65	84.4	122	15.6	77	100
Dram	124	70.1	53	29.9	177	100
Milli ve dini duygular işleyen	37	43	49	57	86	100
Komedi	72	52.2	66	47.8	138	100
Fantastik	89	53.9	76	46.1	165	100
Bilim kurgu	39	49.4	40	50.6	79	100
Aksiyon	38	36.2	67	63.8	105	100
Toplam	464	56.1	363	43.9	827	100

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

*p=0.000

Cinsiyet temelli bir farklılaşmanın olduğu yukarıdaki tablodan net bir biçimde görülmektedir. Tablodan çıkan sonuç, toplumsal cinsiyet rollerinin beğenide belirleyici bir faktör olduğudur. “Hem iyi hem de kötü zevki tanımlarken, kadınların belirli bir beğeni pratiği alanı belirtme olasılığı erkeklerden daha fazladır” (Woodward ve Emmison, 2001: 307). Bourdieu’nün (2015: 66) Ayrım’daki yaklaşımında, toplumsal cinsiyet rollerinin, kadınları beğenilerinin incelenmesi noktasında yoksun bıraktığı ifade edilir, çünkü Bourdieu’ye göre kadınlar doğanın tarafındadır. Erkeklerse kültürün tarafında olduğu için daha fazla ayırım hissederler. Bourdieu’nun bu yaklaşımına göre erkeklerin beğenilerinin “incelmiş” olması gerekir. Ancak bu çalışmanın verilerinden hareketle, Bourdieu’nun tezinin Türkiye için geçerli olmadığı söylenebilir zira verilere bakıldığında erkeklerin film beğenisinde suç-macera temalı filmlerin en yüksek orana sahip olduğu görülmektedir.

3.2.2.2. Cinsiyet- Dizi Beğenisi

Toplumsal cinsiyet başlığı, film beğenisinde olduğu gibi, dizi beğenisinde de iki yönüyle değerlendirilecektir: Hem kadın ve erkek katılımcıların dizi beğenilerinin değerlendirilmesi hem de kategorize edilmiş dizileri beğendiğini ifade eden katılımcıların kadın ve erkek olması durumuna göre ele alınacaktır. Aşağıdaki tabloda kadın ve erkeklerin beğendiğini söylediği dizilerin kategorileri ve oranlar görülmektedir:

Tablo 11: Dizi Beğenisi ve Toplumsal Cinsiyet İlişkisi

	Tarihi		Aşk		Komedi		Polisiye		Dram		Aksiyon		Yabancı aksiyon		Yabancı fantastik		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Kadın	20	4.4	83	18.2	42	9.2	64	14	143	31.3	27	5.9	40	8.8	38	8.3	457	100
Erkek	32	9.7	7	2.1	32	9.7	123	37.3	48	14.5	25	7.6	37	11.2	26	7.9	330	100
Toplam	52	6.6	90	11.4	74	9.4	187	23.8	191	24.3	52	6.6	77	9.8	64	8.1	787	100

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

*p=0.000

Bu tabloya göre yüksek oranlı kategoriler kümelendiğinde benzerlikler söz konusu olsa da beğeni oranını belirleyen sıklıklarda farklılıklar göze çarpmaktadır. Dram ve polisiye, kadınlar ve erkekler için en yüksek beğeniye sahip dizi kategorileri olmasına rağmen kadınların dram kategorisindeki beğeni oranlarıyla erkeklerin aynı kategorideki beğeni oranları arasında belirgin fark vardır. İki grup arasında oransal farkın büyük olduğu bir diğer kategori, aşk temalı dizilerdir. Kadınların %18,2'si aşk temalı dizileri beğendiğini ifade ederken bu oran erkeklerde %2,1'dir. Ayrışma noktalarının kategorik olarak oldukça belirgin olduğu görülür. Kadınların %29,5'i dram kategorisindeki dizileri beğendiğini ifade ederken erkeklerin %13,3'ü aynı kategorideki dizileri beğendiğini belirtmiştir. Erkeklerin %37,3'ü suç-polisiye kategorisindeki dizileri beğendiğini ifade ederken kadınların %14'ü bu kategorideki filmleri beğendiğini belirtir. Oransal farklılıkları reddetmemekle birlikte kadınların ve erkeklerin en yüksek oranda beğendiğini ifade ettiği dizilerin, diğer grup tarafından da beğenildiği görülmektedir. Dram kategorisindeki dizilerden Gönül Dağı dizisi kadınlar tarafından verilen cevaplar arasında %8.1 ile en yüksek orana sahiptir. Erkeklerin yanıtları arasında en yüksek orana sahip suç-polisiye dizi %16.1 ile Kurtlar Vadisi'dir. Kadın ve erkeklerin kesişim yüzeyleri de tabloda çıkarılabilir. Komedi türündeki oransal yakınlığa bakıldığında hem kadınlar hem de erkekler tarafından neredeyse aynı oranda beğenilmiş olduğu görülür. Yabancı fantastik dizileri beğendiğini ifade eden kadın ve erkeklerin oranları da birbirine oldukça yakındır. Son olarak yabancı aksiyon dizi kategorisi de yine yakın oranlarda beğenilen bir diğer kategoridir. İkinci inceleme adımı olarak dizilerin kadın ve erkekler tarafından beğenilme oranlarına bakılmıştır. Bu incelemede tarih konulu dizileri beğendiğini söyleyen katılımcıların %38.5'i kadın %61.5'i erkek; aşk temalı dizilerin %92.5'i kadın %7.8'i erkek; komedi dizilerinin %56.8'i kadın ve %43.2'si erkek; polisiye dizilerinin %34.2'si kadın, %65.8'i erkek; dram dizilerinin %74.9'u kadın ve %25.1'i erkek; aksiyon ve yabancı aksiyon dizilerinin %51.9'u kadın %48.1'i erkek; yabancı fantastik dizilerin %59.4'ü kadın %40.5'i erkeklerdir. Bu oranlar incelendiğinde aşk ve dram kategorilerinde ayrışma çok açıktır. Bu kadar yüksek oransal farklılık olmasa da tarih konulu ve polisiye dizilerinde de bir farklılaşmadan söz edilebilir.

3.2.2.3. Cinsiyet ve Müzik Beğenisi

Müzik beğenisi, cinsiyet ilişkisi daha önce ele alındığı gibi çift yönlü değerlendirilecektir. Birinci adım kadın ve erkeklerin yanıtların sıklığına göre yüksek oranlı türlerin ve müzisyenlerin belirlenmesidir. İkinci adımsa müzik türlerinin kadın veya erkekler tarafından hangi sıklıkla beğenildiğinin ifade edildiğinin ortaya konmasıdır. Kadınların ve erkeklerin müzik türleri içinde beğendiğini ifade ettiği en yüksek oranlı tür pop müziktir (kadınlar: %44.4; erkekler: %22.7). Müzik beğenisinde türlerin aldığı beğeni oranları incelendiğinde erkeklerin Türk halk müziği (%20.2) ve arabesk (19.7) beğenileri tespit edilmiştir. Kadınlarda ise, pop müzik beğenisinin yüksek oranı dışında, türlere göre beğenin oransal dağılımının birkaç küme oluşturduğu görülmüştür. Örneğin arabesk (%9.5), Türk halk müziği (%9.5), hiphop (%8.9) gibi birbirine oldukça yakın oranlara sahiptir. Bir başka küme slow (%6), rock (%5.8) ve klasik batı müziği (%4.5) şeklinde yakın oranlı türlerdir.

Tablo 12: Müzik Beğenisi ve Toplumsal Cinsiyet İlişkisi

	Pop		Arabesk		Anadolu Rock		Rock		Caz		Klasik Batı müziği		Türk halk müziği		Hiphop/rap		İlahi/ tasavvuf		Türk sanat müziği		slow		Yabancı müzikler		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Kadın	236	45.8	49	9.5	2	0.4	30	5.8	8	1.6	23	4.5	49	9.5	46	8.9	11	2.1	17	3.3	31	6	13	2.5	515	100
Erkek	87	22.8	75	19.7	6	1.6	18	4.7	3	0.8	11	2.9	77	20.2	60	15.7	13	3.4	9	2.4	10	2.6	12	3.1	381	100
Toplam	323	36	124	13.8	8	0.9	48	5.4	11	1.2	34	3.8	126	14.1	106	11.8	24	2.7	26	2.9	41	4.6	25	2.8	896	100

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

*p=0.000

Yukarıdaki tablodan kadınlar ve erkeklerin, Anadolu rock, rock, ilahi/tasavvuf, Türk sanat müziği ve yabancı müzik kategorilerinde beğeni oranları birbirine yakın olduğu görülmektedir. Pop, arabesk, Türk halk müziği, hiphop/rap türlerinin beğenisindeyse kadın ve erkekler, birbirine göre oldukça farklı oranlara sahiptir. Müzisyenler düzeyinde yapılan incelemede, kadınların beğendiği müzisyenler arasında en çok tekrar eden isimler Sezen Aksu (%13.3), Tarkan (%8.5) ve Ebru Gündeş'tir (%5.1). Erkeklerinse Ahmet Kaya (%14.1), Müslüm Gürses (%12.4) ve Neşet Ertaş (%9.3) olarak sıralanır. Kadınlar ve erkeklerin en beğendiği müzisyenler birbirinden farklıdır. Kadınların en beğendiği müzisyenler pop müziğin kült isimleri ve arabesk/fantezi müziğin pop tandanslı eserlere sahip icracısıyken erkeklerin beğenileri, duygularını “haykırarak” ifade tarzının önemli isimlerinden yana olmuştur.

Aşağıdaki tablodaysa ikinci adım incelemesi olan, müzik kategorilerinin hangi oranda kadınlar ve erkekler tarafından beğenildiğinin ifade edilme sıklığının tablosu vardır. Bu tabloya bakıldığında müzik türleri beğenilerini ifade edenlerin cinsiyetleri görülmektedir. Bu tablodan hareketle hangi müzik türlerinin kadınlar ve erkekler tarafından daha çok beğenildiği analizi yapılabilir. Türk halk müziği, hiphop/rap, ilahi/tasavvuf ve yabancı müzik beğenisinde kadın ve erkeklerin beğenilerinin ortaklaştığı ifade edilebilir.

Tablo 13: Müzik Türü-Toplumsal Cinsiyet

	Kadın		Erkek	
	N	%	N	%
pop	236	73.1	87	26.9
arabesk	49	39.5	75	60.5
Anadolu rock	2	0.25	6	0.75
rock	30	62.5	18	37.5
caz	8	72.7	3	27.3
Klasik Batı müziği	23	67.6	11	32.4
Türk halk müziği	49	38.9	77	61.1
hiphop/rap	46	43.4	60	56.6
ilahi/tasavvufi	11	45.8	13	54.2
Türk sanat müziği	17	65.4	9	34.6
slow	31	75.6	10	24.4
yabancı müzikler	13	0.52	12	0.48

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tabloda müzik türlerine verilen cevaplara göre kadınların ve erkeklerin dağılımları görülmektedir. Örneğin, “pop müzik beğeniyorum” diyenlerin %73.1’i kadındır. Bu yüksek oran, pop müziğin kadınlar tarafından daha çok beğenildiğini ortaya koymaktadır. Bir başka örnekte, “Anadolu rock beğendiğini” ifade eden katılımcıların %75’inin erkek olduğu görülmektedir. Dolayısıyla bu tablo, hangi müzik türlerinin kadınlar veya erkekler tarafından daha çok beğenildiğini ve türlere dair beğenin kadınlar ve erkekler arasında ayrıştığı ya da ortaklaştığı durumları sunmaktadır.

3.2.2.4. Cinsiyet ve Edebiyat Beğenisi

Edebiyat ve toplumsal cinsiyet ilişkisi hakkındaki literatür, feminist edebiyatçılar tarafından başlatılan tartışmalar ışığında oldukça geniş bir hal almıştır. Ancak bu çalışmanın ampirik verileri, edebiyat beğenisinin toplumsal cinsiyetle ilgili analizini mümkün kılmaz. Aşağıdaki tablo Türk edebiyatı, dünya edebiyatı ve dini temalı eserlerin kadınların ve erkeklerin beğenisindeki en geniş çerçeveyi göstermektedir. Bu soruya yanıt veren katılımcıların %58.7’si kadın, %41.2’si erkektir. Bu oransal farklılık, kadınların erkeklere göre daha çok edebiyat beğenisi sahibi olduğunu gösterir. Edebiyat beğenisinde kategoriler arasındaki oransal farklılardan hareketle kadınların Türk edebiyatı beğenisine daha fazla sahip oldukları, erkeklerinse dünya edebiyatı beğenisine sahip oldukları vurgusu yapılabilir.

Tablo 14: Edebiyat Beğenisi ve Toplumsal Cinsiyet İlişkisi

	Türk edebiyatı		Dünya edebiyatı		Dini temalı eserler		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Kadın	209	56.5	136	36.8	25	6.8	370	100
Erkek	128	49.2	117	45	15	5.8	260	100
Toplam	337	53.5	253	40.2	40	6.3	630	100

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

*p=0.115

Kadınlarda en yüksek oranda beğenilen eser %16,5 ile Gurur ve Önyargıdır. Bunun %11,4 ile Dostoyevski eserleri ve %7,1 ile Oğuz Atay’ın eserleri takip etmektedir. Erkeklerdeyse eser düzleminde incelediğinde en yüksek oranlara sahip eserler aynı eserlerdir: %19.9 Dostoyevski eserlerini, %11,8 Oğuz Atay eserleri %10.8 Gurur ve Önyargı.

3.2.2.5. Cinsiyet ve Spor Beğenisi

Cinsiyet ve spor beğenisi ilişkisi, çift yönlü ele alınarak değerlendirilecektir. Bunlardan ilki kadın ve erkeklerin, beğendiği sporlarının oranı, diğeryse bir spor kategorisini ifade eden katılımcıların cinsiyetlerinin oranı olarak. Birinci adımda kategorik olarak sporlara, kadın ve erkeklerin beğeni oranları çerçevesinde bir inceleme yapılmıştır. Kadınların %48.6'sı takım sporları, %44.1 bireysel sporlar, %1.9 geleneksel sporlar ve %5.5 raket sporlarını beğendiğini ifade etmiştir. Erkeklerinse spor beğenisi şu şekildedir: %77.5'i takım sporları, %19.9'u bireysel sporlar, %1.1 geleneksel sporlar ve %1.4 raket sporları. Bu kategorik incelemeden kadınların takım sporları beğenisi erkeklerinkinden daha düşük orana sahipken bireysel sporlar, geleneksel sporlar ve raket sporları kategorilerinde daha yüksektir.

Kategorilerden bağımsız olarak incelendiğindeyse kadınların en beğendiği spor voleyboldur (%36.8). Yüksek oranlı diğer spor beğenileri de şöyle sıralanmıştır: %14.2 yürüyüş, %7.8 yüzme, %7.3 futbol ve %6.2 pilates/yoga. Erkeklerin spor beğenisi incelendiğinde en beğenilen spor %66 ile futboldur. Futbolun oransal olarak bu derece yüksek bir beğenisi olmasından dolayı, diğer sporların beğeni oranları oldukça düşük kalmıştır. Yine de görece anlamlı sayılabilecek oranlara sahip spor dallarını sıralamak gerekirse; yürüyüş ve yüzme %5.9, fitness %4.6'dır. Kadınların spor beğenilerinde dikkat çeken özellik, genellikle yürüyüş, yüzme, pilates/yoga gibi yalnız yapılabilen sporları beğendiklerini ifade etmiş olmalarıdır. Erkeklerinse futbol dışında beğendiklerini ifade ettikleri spor da bu şekilde yalnız yapılabilen (yürüyüş, yüzme ve fitness) sporlardan oluşmuştur.

İkinci adım olarak spor türlerine verilen yanıtlarda hangi cinsiyetler tarafından verildiği incelenmiştir. Bu değerlendirmede hangi spor türünün kadın ve erkekler tarafından ne oranda beğenildiği sonucu çıkarmak için önemli bir veri kaynağıdır. Erkekler tarafından daha yüksek oranda beğenilen sporlar; atletizm, basketbol, futbol ve güreştir. Kadınlar tarafından daha yüksek oranlarda beğenilen sporlar; badminton, buz pateni, fitness, jimnastik, koşu, pilates-yoga, yürüyüş, tenis, voleybol, yüzme, dövüş sporları. Tayfun Amman'ın 2005 yılında Kadın ve Spor ismiyle yayınlanan çalışmasında kadınların spor beğenileri "yüzme, step, aerobik, yürüme, tenis ve aletli çalışma" olarak tespit edilmiştir. Yukarıda sıralanan kadınlar tarafından beğenilen spor dalları ile Amman'ın çalışmasında

tespit edilen spor dalları tamamen uyumludur. Bu açıdan kadınların sporla kurdukları ilişki 2005 yılı ile 2022 yılı arasında değişikliğe uğramadığı görülür.

3.2.2.6. Cinsiyet ve Yiyecek-İçecek Beğenisi

Yiyecek beğenisinin cinsiyetlere göre dağılımı incelendiğinde kadınların %32.4'ü et-tavuk-balık, %15'i tatlı-atıştırmalık, %21.2'si sebze-bakliyat, %28.1'i hamur-makarna-pilav ve %3.3'ü çorba beğendiğini ifade etmiştir. Erkeklerinse %53.6'sı et-tavuk-balık, %11.7'si tatlı-atıştırmalık, %16.7'si sebze-bakliyat, %16.4'ü hamur-makarna-pilav ve %1.6'sı çorba beğendiğini belirtmiştir. Bu tabloya bakıldığında erkeklerin kadınlara göre et-tavuk-balık kategorisindeki yiyecekleri; kadınlarınsa erkeklere göre hamur-makarna-pilav kategorisindeki yiyecekleri daha yüksek oranda beğendiği ortaya koyulabilir.

Kadınların beğendiği yiyecekler oransal bir sıralama yapıldığında en yüksek yiyecek %13.4 ile dolma/sarma olmuştur. Diğer yüksek oranlı yiyeceklerse şöyledir: %10.9 mantı, %10.3 makarna, %7.1 etli yemekler. Erkeklerin beğendiği yiyecekler oransal olarak sıralandığında ise şöyle bir tablo ortaya çıkar: %13.7 etli yemekler, %9.3 kebab, %8.8 dolma/sarma. Bu sıralamalar göz önünde bulundurulduğunda kadın ve erkeklerin yiyecek beğenileriyle ilgili kategorik düzeyde bazı çıkarımlar yapılabilir. Örneğin yukarıdaki oranlar incelendiğinde kadınların un temelli makarna, mantı gibi yiyecekleri erkeklerden daha fazla beğendiği, erkeklerinse et, kebab gibi yiyecekleri kadınlardan daha çok beğendiği sonucu çıkar. Düşük oranlar almış bazı yemekler arasında da buna benzer sonuçlar görünmektedir: Patates kızartması (k: %1.9, e: %3.3), cips (k: %4.4, e: %1.6), döner (k: %1.9, e:%5.8), çikolata (k: %2.5, e: %0.8), hamburger (k: %3.3, e:%1.6), İskender (k: 1.5, e: %3.6), pilav (k: %4.2, e:%1.4).

Kadın ve erkeklerin kategorik olarak yemek beğenileri arasındaki farkı ortaya koymak için, kategorilere verilen cevapların oranları da incelenmelidir:

Tablo 15: Yiyecek Beğenisi ve Toplumsal Cinsiyet İlişkisi

	Et-Tavuk-Balık		Tatlı-Atıştırmalık		Sebze-Bakliyat		Hamur-pilav-makarna		Çorba		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Kadın	166	32.4	77	15	109	21.2	144	28.1	17	3.3	513	100
Erkek	206	53.6	45	11.7	64	16.7	63	16.4	6	1.6	384	100
Toplam	372	41.5	122	13.6	173	19.3	207	23.1	23	2.6	897	100

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

*p=0.000

Yukarıdaki tabloda erkekler tarafından en beğenilen kategorinin et-tavuk-balık; kadınlar tarafından en beğenilen kategorinin çorba olduğu görülür. Erkeklerin en beğendiği kategori olan et-tavuk-balık beğenisi, et yeme ve erkeklik arasındaki tarihsel ilişki ile açıklanabilir. Avcı toplayıcılıktan bugüne dek, ete dair tüm “birikim” erkeklere yöneliktir. Et ile ataerkillik arasında kurulan bu tarihsel bağ, kadınların et yemediği/yiyemediği (böyle dönemler ve kültürler olduğu bilinmektedir) anlamına gelmez, yalnızca iktidar ve et yeme ilişkisine vurgu yapar. Et yeme-erkeklik ilişkisinin iktidar analizi çalışmanın kapsamının dışındadır, bu tartışmaya, ilişkinin tarihsel arka planına bir gönderme yapmak için değinilmiştir²⁴.

İçecek beğenisi, cinsiyet kategorisinde değerlendirildiğinde kadınların soğuk içecek beğenisinin (%62.6), alkollü içecek (%8) ve sıcak içecek (%29.5) kategorilerine göre ciddi derecede öne çıktığı görülmektedir. Erkeklerin içecek beğenisinde bu büyüklükte bir farklılıktan bahsedilememekle birlikte soğuk içeceklerin (%51.8), sıcak içecekler (%24) ve alkollü içecekler (%24.2) göre daha fazla beğenildiği görülür. Aşağıdaki tabloda kategorik olarak içeceklerin kadın ve erkekler tarafından beğendiğini ifade edilme oranları incelenmiştir:

Tablo 16: İçecek Beğenisi ve Toplumsal Cinsiyet İlişkisi

	Alkollü		Sıcak		Soğuk		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Kadın	44	8	163	29.5	346	62.6	553	100
Erkek	99	24.2	98	24	212	51.8	409	100
Toplam	143	14.8	261	27.1	558	58	962	100

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

*p=0.000

Alkollü içecekleri beğendiğini söyleyenler arasındaki farklılık ile diğer kategoriler arasındaki farklılık birbirinin tersi biçimdedir. İçecekler tek tek incelendiğindeyse benzerlik ve ayırım noktaları şu biçimlerde ortaya çıkar: Kadınların (%17.3) ve erkeklerin çay beğenileri (%17.7) birbirine oldukça yakın oranlara sahiptir. Aynı şekilde gazlı içecek (k: %22.7 ve e: %20.4) ve ayran da (k: %13.3 ve e: %11.5) oranlar birbirine yakın seyreder. Oranlar arasında anlamlı bir fark olan içeceklerden bazıları şunlardır: Bira (k:

²⁴ Bkz. Adams, C. J. (2013). Etin Cinsel Politikası: Feminist-Vejeteryan Eleştirel Kuram. İstanbul: Ayrıntı.

%2.7, e: %14.5), kahve (k: %12 ve e: %6.1), meyve suyu (k: %6.2 ve e: %1.5), maden suyu-soda (k: %4 ve e: %2.5), rakı (k: %2.5 ve e: %6.4).

3.2.3. Yaş Grubu

Çalışmanın soru formunda yaş, açık uçlu sorulmuştur. Kategorilerin alt sınırı, katılımcıların yaşları içinde en genç olan katılımcının yaşıdır. Bu kategorinin üst sınırı olarak, Gençlik ve Spor Bakanlığı'nın "genç" kategorisinin üst yaş sınırı olan, 29 yaş seçilmiştir. Bu kategoriden sonra 15 yaş aralıklarla kategoriler oluşturulmuş (30-44, 45-60) ve 61 yaş ile son kategorinin alt sınırı çizilmiştir.

Bir değişken olarak yaş, beğenide önemli bir yere sahiptir. Örneğin Gans, yaş temelli belirleyiciliğe gençlik üzerinden yaklaşır. Gençliğin beğeniler üzerinde yarattığı etkinin, "kültür sağlayıcılar" tarafından keşfedildiğini ve gençlik kültürünün "piyasayı" domine ettiğini ifade eder.

"Harcayacak daha çok paraları olduğunda, gençlerin talepleri, başta popüler filmler ve müzik olmak üzere, hemen hemen bütün kültürel türleri kontrol altında tutabilir. Sonuç olarak yetişkinler zaman zaman ya esas gençler için yapılmış filmleri izlemek zorunda kalırlar ya da, daha büyük bir olasılıkla, yetişkinler için yapılmış daha az sayıdaki film üzerinde birleşirler. Müzik alanında yetişkinler herhalde, kendi tercihlerinin yer aldığı eski dönemlerden kalma parçaların yeniden canlandırılmasını beklemek zorundadır" (Gans, 2012: 32-33).

Gans, beğeni kültürlerinin oluşumunda yaşın rolünün altını çizer. Amerikan toplumu üzerine yaptığı çalışmada, aynı yaş ve sosyo-ekonomik düzeyde olan, farklı etnik yapıda ve farklı ırktan kişilerin beğenilerinin farkının oldukça az olduğunu altını çizer. Ona göre beğeni kültürlerinin oluşumundaki en önemli iki kategoriden biri yaştır.

3.2.3.1. Yaş Grubu ve Film Beğenisi

Tablo 17: Film Beğenisi ve Yaş Grupları İlişkisi

	Aşk		Dram		Milli ve Dini duygular işleyen		Komedi		Fantastik		Bilim kurgu		Aksiyon		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
15-29 yaş	42	10.1	78	18.8	47	11.4	76	18.4	73	17.6	47	11.4	51	12.3	414	100
30-44 yaş	25	10.6	56	23.7	24	10.2	31	13.1	51	21.6	20	8.5	29	12.3	236	100
45-60 yaş	9	6.5	31	22.5	14	10.1	25	18.1	33	23.9	9	6.5	17	12.3	138	100
60+	1	2.6	12	30.8	1	2.6	6	15.4	8	20.5	3	7.7	8	20.5	39	100
Toplam	77	9.3	177	21.4	86	10.4	138	16.7	165	20	79	9.6	105	12.7	827	100

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.
p=0.313

Film beğenisi ve yaş grupları incelendiğinde 15-29 yaş aralığındaki genç katılımcıların dram (18.8), komedi (18.4) ve fantastik filmler (17.6) kategorilerini beğeni oranlarının birbirine çok yakın olduğu görülür. 30-44 yaş aralığında en yüksek oranlı kategoriler dram (%23.7) ve fantastik filmlerdir (%21.6). 45-60 yaş aralığında fantastik filmler (%23.9) ve dram (%22.5); 61 ve üzeri yaş grubunda ise dram (%30.8) en yüksek beğeni oranına sahip kategorilerdir. Kategorik olarak incelendiğinde yaş grupları arasında beğenilerin büyük oranda benzerliği görülmektedir. Ayrıntılı incelendiğinde birkaç durum öne çıkar: Aşk filmleri 15-44 yaş aralığında ortalama %10 beğenilirken, 50 yaşından itibaren beğeni oranı düşmektedir. Milli ve dini duygular işleyen filmlerde yaş düzeyi yükseldikçe beğeni oranları düşmektedir. Fantastik filmlerde ise 60 yaşa kadar, yaş aralığı yükseldikçe beğenme oranları artmıştır. Tüm kategoriler içinde en yüksek beğeni oranına sahip film kategorisi dram olmuştur; bu kategorinin en beğenildiği yaş grubu %23.7 oranla 30-44 yaş aralığıdır. Yaşlara göre, en yüksek orana sahip filmler incelendiğinde, 15-29 grubunun en yüksek oranlıları, %6.7 ile süper kahraman filmleri ile %6.4 ile Titanik'tir. 30-44 yaş aralığında da en yüksek orana sahip olanlar süper kahraman filmleri (%12.4) ve Titanik'tir (%7.5). 45-60 yaş aralığına yüksek oranları ile öne çıkan filmler süper kahraman filmleri şöyle sıralanır: (%9), Harry Potter (%9), Ayla (%8) ve Yüzüklerin Efendisi (%7). Hem kategoriler hem de filmler düzeyinde yapılan incelemede, yaş grupları arasında farklılaşma görülmemiştir, ancak yakın benzerlikten söz edilebilir. Süper kahraman filmleri ve Titanik filmlerinin tüm düzeylerde birbirine yakın oranlara sahip olması, her yaş grubundan beğenildiğini gösterir.

3.2.3.2. Yaş Grubu ve Dizi Beğenisi

Yaş gruplarının dizi beğenisi incelendiğinde en yüksek oranda beğenilen kategoriler, diğer başlıklarda olduğu gibi polisiye ve dram kategorileridir. Polisiye kategorisindeki dizilerin en yüksek oranda beğenildiği yaş grubu 30-44 yaş aralığıdır. Dram dizisininse 61 ve üzeri yaş grubu dışarda bırakıldığında, düzeyler arasında orantılı beğeni oranlarına sahip olduğu görülür.

Tablo 18: Dizi Beğenisi ve Yaş Grubu İlişkisi

	Tarihi		Aşk		Komedi		Polisiye		Dram		Aksiyon		Yabancı aksiyon		Yabancı fantastik		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
15-29 yaş	30	7.3	46	11.2	42	10.2	90	22	103	25.1	29	7.1	38	9.3	32	7.8	410	100
30-44 yaş	12	5.6	20	9.3	18	8.3	61	28.2	53	24.5	12	5.6	22	10.2	18	8.3	216	100
45-60 yaş	8	6.3	21	16.5	10	7.9	27	21.3	32	25.2	9	7.1	8	6.3	12	9.4	127	100
61+	2	5.9	3	8.8	4	11.8	9	26.5	3	8.8	2	5.9	9	26.5	2	5.9	34	100
Toplam	52	6.6	90	11.4	74	9.4	187	23.8	191	24.3	52	6.6	77	9.8	64	8.1	787	100

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.
p=0.262

15 ile 60 yaş aralığındaki yaş grupları incelendiğinde, yaş grubu arttıkça komedi dizi beğenisinin oranının düştüğü; yabancı fantastik dizi beğenisininse yükseldiği görülür. 61 ve üzeri yaş grubu ise, bu düşüş ve yükselişlerde eğilimin tersine oranlara sahiptir.

Diziler incelendiğinde, Kurtlar Vadisi (15-29 %8; 30-44 %7.4; 45-60 %5.5; 61+ %8.8) ve Gönül Dağı (15-29 %7.6 ; 30-44 %8.8 ; 45-60 %6.3) dizileri en yüksek oranlı dizilerdir. Bu dizilere ek olarak, 61 ve üstü yaş grubunun en yüksek beğeni oranına sahip olan dizi Breaking Bad (%14.7) dizisi yalnızca bu yaş grubunda yüksek oranla beğenilmektedir. Dizi beğenisi ve yaş grupları arasında anlamlı bir farklılık görülmemektedir. Bu durumda dizi beğenisinde yaş temelli bir farklılaşma olmadığı kabul edilebilir.

3.2.3.3. Yaş Grubu ve Müzik Beğenisi

Müzik beğenisinde yaşlara göre kesişim ve ayrışma noktaları tespit edilmek için müzik türleri ve müzisyen beğenileri incelenmiştir. Aşağıdaki tabloda müzik türlerinin yaş gruplarına göre beğeni oranları görülmektedir. Her yaş grubunda en yüksek oranlı müzik türü pop müziktir. Pop müziği takip eden türler Türk halk müziği ve arabesktir. Pop müziğin en yüksek oranda beğenildiği yaş grubu 15-29 yaş aralığıdır (%39.7). Türk halk müziğinin en beğenildiği yaş grubu 30-44 yaş aralığı ve arabeskin en yüksek beğeni oranı 45-60 yaş aralığıdır. Hiphop/rap müzik de yüksek beğeni oranına sahip müzik türlerinden biridir. En yüksek oranla 61 ve üstü yaş grubunda (%18.9) beğenildiği ifade edilmiştir.

Tablo 19: Müzik Beğenisi ve Yaş Grubu İlişkisi

	Pop		Arabesk		Anadolu Rock		Rock		Caz		Klasik Batı müziği		Türk halk müziği		Hiphop/rap		İlahi/tasavvuf		Türk sanat müziği		şlow		Yabancı müzikler		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
15-29 yaş	180	39.7	63	13.9	6	1.3	25	5.5	5	1.1	19	4.2	59	13	43	9.5	16	3.5	11	2.4	14	3.1	12	2.6	453	100
30-44 yaş	77	30	37	14.4	1	0.4	17	6.6	4	1.6	8	3.1	42	16.3	40	15.6	5	1.9	9	3.5	12	4.7	5	1.9	257	100
45-60 yaş	49	32.9	23	15.4	1	0.7	3	2	1	0.7	6	4	22	14.8	16	10.7	2	1.3	5	3.4	13	8.7	8	5.4	149	100
61+	17	45.9	1	2.7	0	0	3	8.1	1	2.7	1	2.7	3	8.1	7	18.9	1	2.7	1	2.7	2	5.4	0	0	37	100
Toplam	323	36	124	13.8	8	0.9	48	5.4	11	1.2	34	3.8	126	14.1	106	11.8	24	2.7	26	2.9	41	4.6	25	2.8	896	100

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

*p=0.102

3.2.3.4. Yaş Grubu ve Edebiyat Beğenisi

Tablo 20: Edebiyat Beğenisi ve Yaş Grupları İlişkisi

	Türk edebiyatı		Dünya edebiyatı		Dini temalı eserler		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%
15-29 yaş	186	58.9	113	35.8	17	5.4	316	100
30-44 yaş	81	45	81	45	18	10	180	100
45-60 yaş	55	56.1	39	39.8	4	4.1	98	100
61+	15	41.7	20	55.6	1	2.8	36	100
Toplam	337	53.5	253	40.2	40	6.3	630	100

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

*p=0.016

Edebiyat beğenisi ve yaş grupları değerlendirildiğinde, Türk edebiyatındaki kategorisinin en yüksek beğeniye sahip olduğu yaş grubu 15-29 yaş aralığıdır (%58.9). Dünya edebiyatı kategorisinde en yüksek beğeni oranına 61 ve üzeri yaş grubudur (%55.6). Dini temalı eserler arasında en yüksek orana sahip yaş grubuysa 30-44 (%10) yaş aralığıdır.

Yaş grupları- edebiyat eserleri beğenisi eserler düzeyinde incelendiğinde; 15-29 yaş aralığında en yüksek oranlı beğeniye Gurur ve Önyargı (%15), 30-44 yaş aralığında Dostoyevski eserleri (%16.7), 45-60 yaş aralığında (%15) ve 61 ve üstü yaş grubunda Gurur ve Önyargı (%20) eserleri sahiptir. Gurur ve Önyargı eserinin bu başlıkta da öne çıktığı ve yaş grupları arasında kesişen edebiyat eseri beğenisi olduğu görülmektedir.

3.2.3.5. Yaş Grubu ve Spor Beğenisi

Takım sporları her yaş grubunda en yüksek beğeni oranına sahip spordur. Her ne kadar en yüksek oranlara sahip olsa da yaşın ilerlemesiyle oransal olarak düşme görülür. Bireysel sporladaysa yaş grubu yükseldikçe beğenin de yükseldiği görülmektedir. Aynı şekilde geleneksel sporların beğenisi de yaşın ilerlemesiyle yükselmektedir. Son olarak raket sporlarının da genç yaşlarda en yüksek beğeniye sahip olurken yaş grubunun yükselmesiyle beğeni oranlarının düştüğü görülmektedir.

Tablo 21: Spor Beğenisi ve Yaş Grubu İlişkisi

	Takım		Bireysel		Geleneksel		Raket		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
15-29 yaş	235	59.6	141	35.8	6	1.5	12	3	394	100
30-44 yaş	150	67	59	26.3	4	1.8	11	4.9	224	100
45-60 yaş	72	58.1	47	37.9	1	0.8	4	3.2	124	100
60+	24	66.7	10	27.8	1	2.8	1	2.8	36	100
Toplam	481	61.8	257	33	12	1.5	28	3.6	778	100

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur. *p=0.016

Yaşın spor beğenisinde önemli bir rolü olduğu görülmektedir. Futbol dışında bırakıldığında yaş grubuna göre öne çıkan sporların özelliklerinde değişiklik gözlenmektedir. Örneğin 15-29 yaş aralığında voleybol, yüzme gibi yüksek enerjili sporlardan bahsedilebilir, 30-59 yaş aralığında voleybol beğenisinin oranı düşerken yürüyüş gibi daha az hareket içeren bir sporun beğenisi yükselmiştir. 60 ve üzeri yaş grubunda ise futbol dışında yüksek oran sahibi spor düşük hareket potansiyeliyle yürüyüştür. Spor beğenisi sorusunda “beğenerek yaptığınız/izlediğiniz” şeklindeki ifadeden dolayı bu beğeniler kişilerin türe dair beğenilerinin genel çerçevesidir. Ancak en yüksek oranlı olan takım sporları profesyonel olarak oynandığı biçimiyle seyirlikken, bireysel sporların birçoğu katılımcıların amatör biçimde yapabileceği sporlar olarak değerlendirilebilir. Yüksek oranlı sporlarda yüzme ve yürüyüş katılımcıların yapmayı sevdiği sporlar olarak düşünülmektedir. Ve bu açıdan yaşın, biyolojik değişiklikler üzerinden yarattığı etki göz ardı edilmemelidir.

Bourdieu’ye göre yaş ve spor arasındaki ilişki “karmaşıktır”:

“... zira bu ilişki, söz konusu sporla sınıfın ilişkisine bağlı olarak sporun gerektirdiği fiziki eforun ve sınıf ethosunun boyutlarından birini oluşturan enerji sarfına olan yatkınlığın yoğunluğuyla tanımlanır. ‘Popüler’ sporların en önemli iyeliği, zımni olarak gençlikle eşleştirilmeleridir ki spontane ve zımni biçimde, aşırı bedensel (ve cinsel) enerji sarfını ima eden ve erken yaşlarda bırakılan (genelde evlenmeyle simgelenen yetişkinlik çağına geçerken) bir tür geçici ehliyeteye dayanırlar. Buna karşılık, sağlıklı kalma ve toplumsal getirileri öngörülerek yapılan burjuva

sporlarının ortak özelliği, el-ayak çekme yaşlarının getirdikleri prestij ölçüsünde, geç yaşta olmalarıdır (golf gibi)” (Bourdieu, 2015: 312).

3.2.3.6. Yaş Grubu ve Yiyecek-İçecek Beğenisi

Kategorik olarak incelendiğinde en yüksek orana sahip kategori et-tavuk-balık kategorisidir. Bu kategori yaş grupları açısından ayrıntılı değerlendirildiğinde yaş grupları yükseldikçe et-tavuk-balık beğenisinin düştüğü görülmüştür. Buna ek olarak hamur-makarna-pilav kategorisinde de aynı şekilde yaş grupları yükseldikçe beğeni oranı düşmüştür. Bunun tersine çorba kategorisi ve sebze-bakliyat kategorisi yaş grubu yükseldikçe beğenisi yükselen kategoriler olmuştur. Bu verinin değerlendirilmesinin “sağlıklı-sağlıksız” yiyecekler biçiminde düşünmenin faydası olacaktır. Örneğin hamur-makarna-pilav kategorisi karbonhidrat ve şeker yönünden fazlayken sebze-bakliyat ürünlerinde bu fazlalıklar söz konusu değildir.

Tablo 22: Yiyecek Beğenisi ve Yaş Grubu İlişkisi

	Et-Tavuk-Balık		Tatlı-Atıştırmalık		Sebze-Bakliyat		Hamur-pilav-makarna		Çorba		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
15-29 yaş	198	43.2	55	12	95	20.7	96	21	14	3.1	458	100
30-44 yaş	105	41.5	38	15	48	19	58	22.9	4	1.6	253	100
45-60 yaş	52	35.9	27	18.6	25	17.2	38	26.2	3	2.1	145	100
61+	17	41.5	2	4.9	5	12.2	15	36.6	2	4.9	41	100
Toplam	372	41.5	122	13.6	173	19.3	207	23.1	23	2.6	897	100

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

*p=0.162

Yemekler düzeyinde incelendiğinde, 15-29 yaş aralığında yüksek beğeni oranları şöyledir: %10,4 dolma/sarma, %9,7 mantı, %9,3 makarna, %9 etli yemekler ve %8,8 kebab. 30-44 yaş aralığında %11 dolma/sarma, %8,9 mantı, %8,9 etli yemekler; 45-60 yaş aralığında; %13,4 etli yemekler, %9,7 mantı, %9 dolma/sarma; 61 ve üzeri yaş grubunda %17,9 makarna, %10,3 pizza en yüksek beğeni oranına sahip yemeklerdir. Gençlerin hazır gıda ya da paketli gıda olarak adlandırılan mantı, makarna ve kebab gibi yiyecekleri beğendiğini ifade ettiği görülmüştür. Bu türden gıdaların hazırlanması kolay olmakla birlikte, maliyeti de düşüktür. Örneğin 1 paket hazır mantı ya da makarna yapmanın maliyeti ile 1 porsiyon et-tavuk-balık kategorisinden bir yiyeceğin hazırlamanın zaman-maliyet oranı arasında oldukça önemli bir farktan söz etmek gerekir.

15-29 yaş grubunun özelliklerinden biri öğrencilik yılları içinde olması ya da mesleğinin ilk yılları içinde olması olasıdır. Bu nedenle zaman-maliyet hesabı bu yemeklerin beğenilerinde rol sahibidir.

Yaş dağılımı ve içecek beğenisinde soğuk içecekler tüm yaş gruplarında en yüksek orana sahiptir. Bu oranların yaş grupları arasındaki farklılığı yok denecek düzeydedir. Sıcak içeceklerde, yaş grubu yükseldikçe beğeni oranlarında da yükselme görülür. Alkollü içeceklerde yaş gruplarında orantılı bir dağılım vardır: 15-29 %14.2, 30-44 %16.1, 45-60 %13.5, 61 ve üzeri yaş grubu %19.

Tablo 23: İçecek Beğenisi ve Yaş Grubu İlişkisi

	Alkollü		Sıcak		Soğuk		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%
15-29 yaş	70	14.2	135	27.4	287	58.3	492	100
30-44 yaş	44	16.1	73	26.7	156	57.1	273	100
45-60 yaş	21	13.5	43	27.7	91	58.7	155	100
61+	8	19	10	23.8	24	57.1	42	100
Toplam	143	14.9	261	27.1	558	58	962	100

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

*p=0.967

En yüksek oranlı içecek beğenilerine bakıldığında çayın tüm yaş gruplarında en beğenilen içeceklerden biri olduğu görülmektedir. Yaş grupları arasındaki temel farklılaşma ise gazlı içecek ve kahvenin yerini ayran ve suya bırakmasıdır. Gazlı içecekler ve kahvenin vücutta yarattığı etkiler (ani şeker yükselmesi veya düşmesi, kalp çarpıntısı gibi) göz önünde bulundurulduğunda bu beğenin yerini ayran ve suya bırakması anlaşılır olur.

İçecekler tek tek incelendiğinde içecek beğenisi; 15-29 yaş grubunda gazlı içecekler (%25.9), çay (%14.4), kahve (%10.3); 30-44 yaş grubunda gazlı içecekler (%23.1), çay (%15.4), kahve (%11.4), ayran (%11); 45-60 yaş aralığında gazlı içecekler (%21.7), çay (%17.8), ayran (%15.1); 61 ve üzeri yaş grubunda gazlı içecekler (%19.5), su (%17.1), çay (%12.2), kahve (%12.2) olarak sıralanmıştır.

3.2.4. En Uzun Süre Yaşanan Yerleşim Yeri

Bireyin uzun süreler boyunca yaşadığı yer, yaşadığı yerle kurduğu etkileşim, beğenisinde bir etki yaratır mı? Bu soru, Bourdieu'nün Ayrım çalışmasında, sınıf fraksiyonlarının farklılaşmasının kaynağı için sıklıkla kullandığı ikametgâh değişkeninden hareketle

ortaya çıkmıştır. Ayrım çalışmasında Bourdieu, ikametgahı kişinin şu an yaşadığı yer, bu yerde ne süreyle yaşadığı, bir önceki yaşadığı yer gibi çeşitlendirerek sorar. Ancak Türkiye'nin sosyo-kültürel koşulları göz önünde tutulduğunda -metropoller dışarda bırakılarak- kişinin hayatının belli dönemde yaşadığı yatay hareketliliğin beğenisinde kırılma yaratmak için uygun bir zemin ulaştırmayacağı düşünülmektedir. Bu açıdan kişinin hangi şehirde hangi süreyle yaşadığının sorulması yerine en uzun süre ikamet ettiği yerleşim biçimi sorulmuştur. Bunun en temel nedeni, yapılan sistematik gözlemler sonucunda kişinin beğenisinde etkisi olan şeyin yatay hareketliliğinden ziyade yaşadığı yerdeki etkileşim olanakları olduğu görülmüştür.

Tablo 24: En Uzun Süre Yaşanan Yerleşim Yeri Dağılımı

	Sıklık	Oran %
Köy/kasaba	64	5.9
İlçe	197	18.2
İl	281	25.9
Büyükşehir	543	50.0
Total	1085	100.0

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Bourdieu, coğrafi farklılığın yarattığı sorunlardan birinin “eğitim sermayesindeki eşitsizlikler” olduğunu ve bu sorun aşılmadan ikamet beğeni üzerindeki etkisinin tespit edilemeyeceğini ileri sürer.

3.2.4.1. En Uzun Süre Yaşanan Yerleşim Yeri ve Film Beğenisi

En uzun yaşanan yer sorusu, anket formunda açık uçlu olarak sorulmuştur. Yanıtların kategorizasyonu büyükşehir, il, ilçe, köy/kasaba şeklinde yapılmıştır. Kişinin en uzun süre yaşadığı yerin beğenisinin inşası sürecinde önemli bir rolü vardır. Bourdieu'nün sınıf fraksiyonlarını tespit için kullandığı bu sorudan hareketle; bir yerde farklı sınıf fraksiyonlarından söz etmek mümkünse o halde farklı sosyal gruplar ve çoklu sosyal grup üyeliklerinden de bahsetmek mümkündür. Çoklu grup üyeliklerinin yarattığı farklı aidiyetler, beğeninini çeşitlenmesini mümkün kılar.

Tablo 25: Film Beğenisi ve En Uzun Süre Yaşanan Yerleşim Yeri İlişkisi

	Aşk		Dram		Milli ve dini duygular işleyen		Komedi		Fantastik		Bilim kurgu		Aksiyon		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Köy/Kasaba	8	17.4	7	15.2	4	8.7	13	28.3	8	17.4	3	6.5	3	6.5	46	100
İlçe	5	3.6	42	30	22	15.7	17	12.1	23	16.4	11	7.9	20	14.3	140	100
İl	11	5.4	50	24.8	15	7.4	26	12.9	51	25.2	20	9.9	29	14.4	202	100
Büyükşehir	53	12.1	78	17.8	45	10.3	82	18.7	83	18.9	45	10.3	53	12.1	439	100
Toplam	77	9.3	177	21.4	86	10.4	138	16.7	165	20	79	9.6	105	12.7	827	100

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

*p=0.000

En uzun süre köy/kasaba yerleşim yerinde yaşamış katılımcıların en yüksek beğeni oranı %28,3 ile komedi kategorisinde tespit edilmiştir. Bu kategori içerisinde en yüksek orana sahip iki film %17.1 ile Kemal Sunal filmleri ve 8.6 ile Hababam Sınıfı olmuştur. Eğitim düzeyi ile yapılan incelemede lise altı düzey ile aynı sonucun çıkması, bir beğeni kamusunun varlığına işaret eder. En uzun süre yaşadığı yerin ilçe olduğunu ifade edenlerin %30'unun dram filmlerini beğendiği tablodan görülür. Aynı şekilde ilde uzun süre yaşayan kişilerin (en yüksek orana sahip olmasa da) de %24.8'i dram filmlerini beğendiğini ifade etmiştir. Dram filmleri kategorisi incelendiğinde, ilçelerde uzun süre yaşamış kişilerin en yüksek orana sahip filmin %9.3 ile Yeşil Yol olduğu görülmüştür. En uzun süre yaşadığı yer il olan kişilerinse beğendiği filmler % 5.7 ile Yeşil Yol ve %5.1 ile Titanik olmuştur. İl cevabı verenlerin en yüksek oranı çok küçük bir farkla %25.2 ile fantastik filmler olmuştur. Bu kategorinin en yüksek oranlı filmleriyse %13.4 ile süper kahraman filmleridir. En uzun süre yaşadığı yerin büyükşehir olduğunu söyleyenlerin film beğenilerinde kategoriler arasındaki oranlar birbirine oldukça yakın çıkmıştır. En yüksek orana sahip olan kategori %18.9 ile fantastik filmler olmuştur. Onu %18.7 ile komedi filmleri izlerken, yine oldukça yakın bir oran %17.8 ile dram filmleri beğenisi öne çıkmıştır. Oranlar arası bu yakınlık büyükşehirlerdeki sosyal grupların çeşitliliğini ortaya koyar. Fantastik filmler kategorisinde %7.6 ile süper kahraman filmleri (%6.4 Yüzüklerin Efendisi ve %4.9 Harry Potter), komedi filmleri kategorisinde %7.6 Kemal Sunal filmleri (%4.1 Hababam Sınıfı) ve dram filmleri kategorisinde %7.8 ile Titanik öne çıkan filmler olmuştur. Bu filmler eğitim düzeyi incelemesinde de öne çıkmaktadırlar. Dolayısıyla en uzun süre yaşadığı yer büyükşehirler olan kişilerin beğenilerinin, eğitim düzeylerine göre farklılık gösterdiği çıkarımı yapılabilir ki bu da Bourdieu'nun, eğitim düzeyinden söz ederken ikametgahın belirleyiciliğini göz ardı etmemek biçimindeki uyarısının çalışmanın verileriyle doğrulandığı anlamına gelir. Büyükşehirler, beğeni kültürlerinin neredeyse tümüne ev sahipliği yapar. Kategoriler arasındaki bu oransal yakınlık, büyükşehirlerde her beğeni kültürünün temsil edildiğini ortaya koyar.

3.2.4.2. En Uzun Süre Yaşanan Yerleşim Yeri ve Dizi Beğenisi

Bireylerin en uzun süre yaşadığı yerin onların dizi beğenisinde yarattığı kesişim ve ayrışma yüzeylerinin tespiti için aşağıdaki tablo incelenmiştir.

Tablo 26: Dizi Beğenisi ve En Uzun Süre Yaşanan Yerleşim Yeri İlişkisi

	Tarihi		Aşk		Komedi		Polisiye		Dram		Aksiyon		Yabancı aksiyon		Yabancı fantastik		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Köy/Kasaba	2	4.7	10	23.3	5	11.6	3	7	17	39.5	0	0	4	9.3	2	4.7	43	100
İlçe	14	8.7	17	11.8	11	7.6	37	25.7	34	23.6	6	4.2	16	11.1	9	6.3	144	100
İl	21	10.9	20	10.4	16	8.3	37	19.2	54	28	12	6.2	16	8.3	17	8.8	193	100
Büyükşehir	15	3.7	43	10.6	42	10.3	110	27	86	21.2	34	8.4	41	10.1	36	8.8	407	100
Toplam	52	6.6	90	11.4	74	9.4	187	23.8	191	24.3	52	6.6	77	9.8	64	8.1	787	100

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

*p=0.002

Bu tablodan hareketle dram kategorisi ile polisiye kategorisinin beğenilme oranları en yüksek iki kategori olduğu görülmektedir. Köy/kasaba (%39.5) ve il (%28) düzeyleri için en yüksek oran dram; ilçe (%25.7) ve büyükşehirler (%27) için polisiye kategorileri en yüksek oranlı kategorilerdir. Diğer kategoriler incelendiğinde, en uzun süre yaşanan yerlerin büyük ölçüde farklı olduğu nokta, aşk temalı dizilerin en uzun süre köy/kasaba yerleşimlerinde yaşamış olanlar tarafından beğenilme oranıdır (%23). Aşk temalı dizilerin, yerleşim yeri büyüdükçe beğni oranının düştüğü görülmektedir. Tersini biçimde, aksiyon ve yabancı fantastik dizilerininse yerleşim yeri büyüdükçe beğenildiği görülmektedir. Diziler tek tek incelendiğinde en yüksek oranda beğenilen diziler ve yerleşim yerleri şöyle sıralanır: Köy/kasaba; Gönül Dağı (%14), ilçe; Çukur (%8.3), il; %9.8 Gönül Dağı, büyükşehir; Kurtlar Vadisi (%11.1). Bu düzeyde yapılan incelemede en uzun süre yaşanan yerleşim yerinin, dizi beğenisinde bir farklılığa neden olmadığı görülmüştür.

3.2.4.3. En Uzun Süre Yaşanan Yerleşim Yeri ve Müzik Beğenisi

Müzik türü beğenisi ve müzisyen beğenisinin, en uzun süre yaşanan yerle beğeni ilişkisi incelendiğinde tüm yerleşim yerleri için pop müzik en yüksek beğeni oranına sahiptir. Aşağıdaki tablo incelendiğinde, köy/kasaba yerleşim yeri ile büyükşehirlerde pop müzik beğenilerinden sonraki en yüksek oranlı beğeni Türk halk müziği beğenisi. En uzun süre yaşadığı yer ilçe olanların müzik beğenisinde poptan sonra hiphop, rap ve arabesk türleri öne çıkmaktadır. Bu yerleşim düzeyi diğerleri ile karşılaştırıldığında ortaya çıkan bir durumun altı çizilebilir: İlahi/tasavvuf türünün diğer düzeylerden fazla oranda beğenildiği görülmektedir. İl düzeyinde arabesk ve Türk halk müziği yüksek oranda beğenilmektedir. Büyükşehirlerin müzik türü beğenilerinin köy/kasaba yerleşim düzeyi ile benzerlik gösterdiği durum, daha önce de söz edildiği üzere, Türk halk müziği beğenisi. Büyükşehirlerde buna ek olarak arabeskin, hiphopun ve rap müziğinin de yüksek oranda beğenildiği görülür. Bu durum, büyükşehirlerin, müzik beğenisi bakımından çoklu bir görünüm verdiğini ortaya koyar. Büyükşehirlerdeki bu çeşitlilik, Türkiye’de iç göçün tarihi incelendiğinde anlamlı hale gelecektir. En uzun yaşanan yer ile müzik beğenisi arasındaki incelemede göze çarpan bir başka durum, yerleşim yeri büyüdükçe, kalabalıklaştıkça ve çeşitlilik arttıkça rock ve Türk sanat müziği türleri beğenilerinin ve artış göstermesidir.

Tablo 27: Müzik Beğenisi ve En Uzun Süre Yaşanan Yerleşim Yeri İlişkisi

	Pop		Arabesk		Anadolu Rock		Rock		Caz		Klasik Batı müziği		Türk halk müziği		Hiphop /rap		İlahi/ tasavvuf		Türk sanat müziği		slow		Yabancı müzikler		Toplam	
	sıklık	%	sıklık	%	sıklık	%	sıklık	%	sıklık	%	sıklık	%	sıklık	%	sıklık	%	sıklık	%	sıklık	%	sıklık	%	sıklık	%	sıklık	%
Köy/Kasaba	15	28.3	4	7.5	0	0	4	7.5	0	0	3	5.7	14	26.4	4	7.5	1	1.9	2	3.8	4	7.5	2	3.8	53	100
İlçe	59	36.2	21	12.9	0	0	11	6.7	3	1.8	8	4.9	18	11	20	12.3	7	4.3	6	3.7	9	5.5	1	0.6	163	100
İl	77	35.2	33	15.1	0	0	11	5	2	0.9	12	5.5	21	9.6	29	13.2	4	1.8	8	3.7	11	5	11	5	219	100
Büyükşehir	172	37.3	66	14.3	8	1.7	22	4.8	6	1.3	11	2.4	73	15.8	53	11.5	12	2.6	10	2.2	17	3.7	11	2.4	461	100
Toplam	323	36	124	13.8	8	0.9	48	5.4	11	1.2	34	3.8	126	14.1	106	11.8	24	2.7	26	2.9	41	4.6	25	2.8	896	100

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

*p=0.094

Müziyen beğenisi düzeyinde yapılan incelemede, köy/kasaba kategorisinde en beğenilen müzisyenler: Müslüm Gürses (%12.8), Neşet Ertaş (%12.8), Barış Manço (%10.3) ve Sezen Aksu'dur (10.3). En uzun süre ilçede yaşayanların en yüksek oranda beğendiği müzisyenler Ahmet Kaya (%12.3), Sezen Aksu (%11.4) ve Tarkan (%10.5); ilde yaşayanların Sezen Aksu (%11.2), Müslüm Gürses (%6.8) ve Ahmet Kaya (%6.8); büyükşehirde yaşayanların Ahmet Kaya (%8.8), Müslüm Gürses (%7.7), Sezen Aksu (%7.4) ve Tarkan'dır (%6.8). Müzisyen beğenisinde en uzun süre yaşanan yerleşim yerlerinin bir fark yaratmadığı oldukça açık şekilde ortaya çıkmıştır. Bu noktada müziğe erişim biçimlerinin değerlendirilmesi önem kazanmaktadır. İnternetin yaygınlaşması ve müziğin dijital platformlarca kolay erişilebilir hale gelmesinin müzik türü ve müzisyen beğenisinde bir ortaklık yaratmıştır.

3.2.4.4. En Uzun Süre Yaşanan Yerleşim Yeri ve Edebiyat Beğenisi

En uzun yaşanan yerin edebiyat beğenisi ile ilişkisi değerlendirildiğinde Türk edebiyatı beğenisinin öne çıktığı görülür. Dünya edebiyatının beğeni oranlarının yerleşim yeriyle dolaysız bir ilişki içinde olduğu görülür. En uzun süre köy/kasaba yerleşim yerinde yaşayan kişilerin beğenilerinde Türk edebiyatı (%75), dünya edebiyatı (%18.8) arasında yüksek oranda beğenilme farkı vardır. İlçelerde uzun süre yaşayanların edebiyat beğenisinde Türk edebiyatı (%45.6) ile dünya edebiyatı (%43.9) oransal olarak birbirine oldukça yakındır, ancak burada yaşayanların beğenisinde, dini temalı eserlerin (%10.5) de diğer yerleşim yerlerine göre daha büyük yer kapladığı görülür. Katılımcılar arasında en uzun süre ilde yaşayanların Türk edebiyatı (%46.8) ve dünya edebiyatı (%46.8) beğenisinin birbirine denk olduğu ifade edilmelidir. Büyükşehirlere gelindiğinde, edebiyat beğenisinde Türk edebiyatı (%56.9), dünya edebiyatı (%38.2) karşısında daha çok beğenildiği söylenmiştir. Önceki başlıklarda büyükşehirler beğeninin kategoriler arasında çeşitlilik içeren dağılım gösterdiği bir kategori olarak görülmekteydi, ancak edebiyat beğenisinde Türk edebiyatı tarafına bir ağırlık vardır.

Edebiyat eserlerinin ne olduğuna gelince, köy/kasaba yerleşim yeri için en sık beğenildiği söylenen eserler dünya edebiyatı kategorisinden %22.2 Gurur ve Önyargı, %11.1 Dostoyevski eserleri ve %7.4 Bin Muhteşem Güneş'tir. Türk edebiyatında ise çeşitlilikten söz edilebilir: %11.1 Zülfü Livaneli eserleri, %11.1 Çalığı, %7.4 Eylül, %7.4 Peyami Safa eserleri. Bu kategori içinde en yüksek orana sahip olan dünya edebiyatından bir eser

olmasına rağmen, Türk edebiyatının oransal olarak bu kadar farklı şekilde öne çıkması dünya edebiyatı beğenisinde bir çeşitlilik görünmediği anlamına gelmektedir. En uzun süre ilçede yaşamış katılımcılar arasındaki edebiyat eseri beğenisi %17.1 Gurur ve Önyargı, %12.2 Dostoyevski, %8.5 Sabahattin Ali eserleri şeklindedir. En uzun yaşadığı yerin il olduğu söyleyen katılımcıların edebiyat eseri beğenilerindeyse oranlar %19.6 ile Dostoyevski eserleri, %9.3 Harry Potter ve %9.3 Gurur ve Önyargı şeklinde sıralanmaktadır. Büyükşehirlerde uzun süre yaşayanların beğenisinde de aynı eserler görülmektedir: Gurur ve Önyargı (14.6), Dostoyevski eserleri (%13.9) ve Oğuz Atay eserleri (%12).

3.2.4.5. En Uzun Süre Yaşanan Yerleşim Yeri ve Spor Beğenisi

Katılımcıların uzun yaşadığı yer ile spor beğenisi oranları köy/kasaba için %61.2 takım sporları, %30.6 bireysel sporlar, %2 geleneksel sporlar, %6.1 raket sporları; ilçe için %61 takım sporları, %33.1 bireysel sporlar, %3.7 geleneksel sporlar, %2.2 raket sporları; il için %62.1 takım sporları, %29.9 bireysel sporlar, %0.5 geleneksel sporlar, %5.4 raket sporları ve büyükşehir için %61.1 takım sporları, %34.7 bireysel sporlar, %1.2 geleneksel sporlar ve %2.9 raket sporları şeklinde sıralanır. Sporlar tek tek incelendiğinde, en uzun süre köy/kasabada yaşayanların %28.6'sı futbol, %26.5'i voleybol ve %12.2'si yürüyüş sporu beğendiklerini ifade etmişlerdir. İlçede uzun süreler yaşamış olanların spor beğenisinin oranları %32.4 futbol, %22.1 voleybol, %9.6 yürüyüş şeklindedir. En uzun süre ilde yaşadığını belirtenlerin spor beğenileri %33.7 futbol, %22.8 voleybol ve %7.1 yürüyüş, %7.1 basketbol, %7.1 yüzme şeklinde sıralanmıştır. Son olarak en uzun süre büyükşehirlerde yaşamış olan katılımcıların spor beğenileri ise şöyledir: futbol (%35.7), voleybol (%21.3), yürüyüş (%12). Bu tablodan katılımcıların yaşadıkları yerlerin beğenilen sporların oranlarında farklılık yaratmış olsa bile en beğenilen üç spor türünde hiçbir değişiklik yaratmamış olduğu görülür. Ancak buna ek olarak, atletizm, badminton, buz pateni, jimnastik bisiklet ve okçuluk gibi sporların beğenisi yalnızca il ve büyükşehir düzeyinde görülmüştür. Dolayısıyla en çok beğenilen türlerde bir farklılık olmasa dahi yerleşim yeri büyüdükçe sporların çeşitlendiğini söylemek mümkündür.

3.2.4.6. En Uzun Süre Yaşanan Yerleşim Yeri ve Yiyecek – İçecek Beğenisi

Aşağıdaki tabloda en uzun süre yaşanan yere göre yapılmış kategorik analiz görülmektedir. Bu tablodan hareketle, tüm yerleşim yerlerinde et-tavuk-balık beğenisi birbiri ile denk seviyelerdedir. Aynı şekilde tatlı-atıştırmalık kategorisinde de beğeni oranları birbiri ile oldukça yakındır. Sebze-bakliyat kategorisinde il ve büyükşehirlerde beğeni oranı köy/kasaba ve ilçeye göre düşüktür.

Tablo 28: Yiyecek Beğenisi ve En Uzun Süre Yaşanan Yerleşim Yeri Beğenisi

	Et-Tavuk-Balık		Tatlı-Atıştırmalık		Sebze-Bakliyat		Hamur-pilav-makarna		Çorba		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Köy/Kasaba	22	42.3	6	11.5	13	25	10	19.2	1	1.9	52	100
İlçe	69	41.1	21	12.5	34	20.2	42	25	2	1.2	168	100
İl	90	41.9	29	13.5	35	16.3	54	25.1	7	3.3	215	100
Büyükşehir	191	41.3	66	14.3	91	19.7	101	21.9	13	2.8	462	100
Toplam	372	41.5	122	13.6	173	19.3	207	23.1	23	2.6	897	100

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

*p=0.934

Yiyecek beğenisi ve en uzun süre ikamet edilen yer arasındaki ilişkiden kategorik olarak belirleyici, farklılaştırıcı bir etki gözlemlenemez. Ancak bu durumda ikamet edilen yerin ortaklaştırıcı bir etkisi vardır demek de doğru olmayacaktır. Yukarıdaki tablodan hareketle etkisiz olduğu sonucuna varılmaktadır. Yiyecekler tek tek değerlendirildiğinde köy/kasabada uzun süre yaşayanların yiyecek beğenisi etli yemekler (%18), dolma/sarma (%16), makarna (%10) ve mantı (%8) yüksek oranlarda beğenilmiştir. İlçede uzun süre yaşayan katılımcıların beğenisi dolma/sarma (%11.3), makarna (%11.3), mantı (%10.6) ve etli yemekler (%8.8) biçiminde sıralanmıştır. En uzun süre yaşadığı yer il olanların yiyecek beğenisi şu oranlara sahiptir: %13.3 ile mantı, %11.7 ile etli yemekler, %10.2 kebab, %9.2 dolma/sarma. Büyükşehirlerdeki sıralama diğer yerleşim yerleri ile benzer beğeniler ve oranlara sahiptir: %11.9 dolma/sarma, %8.7 etli yemekler, %8.2 makarna. Yüksek oranlara sahip yemeklerin en uzun süre ilde yaşayanların kebab beğenisi dışında birbiri ile oransal olarak benzer yiyecek beğenilerine sahip olduğu görülmektedir. En uzun süre yaşanan yerler ve içecek beğenisinin kategorik tablosu aşağıdadır. Bu tablodan hareketle nüfus yoğunluğunun artışı, soğuk içecek ile ters, alkollü içecek ile doğru orantılıdır.

Tablo 29: İçecek Beğenisi ve En Uzun Süre Yaşanan Yerleşim Yeri İlişkisi

	Alkollü		Sıcak		Soğuk		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Köy/Kasaba	3	5	16	26.7	41	68.3	60	100
İlçe	20	11.6	48	27.7	105	60.7	173	100
İl	38	16.2	63	26.9	133	56.8	234	100
Büyükşehir	82	16.6	134	27.1	279	56.4	495	100
Toplam	143	14.9	261	27.1	558	58	962	100

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

*p=0.231

3.2.5. Meslek

Soru formunda açık uçlu biçimde sorulan meslekler, Mesleki İtibar Puan Tablosu²⁵ aracılığıyla kodlanmıştır. Soruya gelen yanıtlar arasından mesleki itibar tablosunda 0-30 puan arasında alan meslekler şunlardır: Ev hanımı, düzensiz işçi, vasıfsız işçi, depocu ve işsiz. 31-40 puan arasındaki meslekler; temizlikçi (gündelikçi), kaynakçı, tekstilci, vale, komi, seyyar satıcı, garson, oto tamirci, pompacı, otel kat görevlisi, hizmetli, bakıcı, tır-kamyon şoförüdür. 41-50 puan arasındakiler; emekli, esnaf, satış danışmanı, özel şoför, teknik personel (elektrik ve su tesisat, bilgisayar parçacısı gibi), çiftçi, kurye, makinacı, terzi, bankacı, aşçı, emlakçı, turizm personeli, güvenlik görevlisi, kuaför, anketör, asistan, berber, kabin memuru, callcenter çalışanı, sekreter, matbaacı, kasiyer, güzellik uzmanı, kalıpcı, fotoğrafçısıdır. 51-60 puan aralığındaki meslekler; devlet memuru, muhasebeci, ebe, imam, kuyumcu, müteahhit, pazarlamacı, mağaza müdürü, işletmeci, biyolog, mübaşir, gazeteci, halkla ilişkiler uzmanı, laborant, insan kaynakları uzmanı, grafikçidir. 61-70 puan aralığındakiler; sağlıkçılar (hemşireler, diyetisyen, acil tıp teknisyenleri, fizyoterapist), spor antrenörü, yönetici, futbolcu, kimyacı, grafiker, veteriner hekim, tiyatrocü, optisyen, çevirmen, ekonomist, dilbilimci, arkeologdur. 71-80 puan aralığındaki meslekler; avukat, mimar, mühendis (tümü), askeri personel, öğretmen, öğretim görevlisi, yazılımcı, kamuda yönetici, işletme sahibidir. 80 ve üzeri puan alan meslekler ise akademisyen (profesör, doçent), tıp doktoru, diş hekimi, pilotur. Öğrencilik bir meslek olmadığı için meslek sorusuna öğrenci yanıtı verenler müstakil bir grupta toplanarak kodlanmıştır. “İşçi” ve “özel sektörde işçi” ifadelerini kullanan katılımcılar

²⁵ Mesleki İtibar Tablosu için bkz. Türkiye’de Çalışma Hayatı ve Meslekler 2019. URL: <https://tyap.net/tma> Erişim Tarihi: 1 Ağustos 2022.

için de bir gruplama yapılmıştır, yapılan işin neliği açıklıkla belirtilmediği için yukarıdaki kategoriler içinde değerlendirilememiştir. Aynı şekilde, “serbest meslek” sahibi olduğunu ifade eden katılımcılar da yapılan işi ifade etmedikleri için ayrı bir kategori olarak değerlendirilmiştir.

Tablo 30: Meslek Dağılımı

	Sıklık	Oran %
Öğrenci	124	11,4
İşçi	141	13,0
Serbest meslek	38	3,5
0-30	289	26,6
31-40	30	2,8
41-50	213	19,6
51-60	94	8,7
61-70	45	4,1
71-79	81	7,5
80+	7	,6
Total	1062	100

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Yukarıda mesleki itibar puanlarına göre sıklık tablosu verilmiştir. Bu tabloya göre en yüksek oranlı katılımcı grubu ev hanımı, işsiz, düzensiz işçi gibi yanıtlara sahip olanlardır. En düşük oranlı katılımcı grubuysa akademisyen, tıp doktoru, diş hekimi ve pilot gibi ileri eğitim gerektiren meslek sahipleridir. 80 ve üstü mesleki itibar puanına sahip katılımcı sayısı (7) değerlendirme yapmaya elverişli olmadığı için, müstakil bir kategori olarak analize dahil edilmemiş, 71-79 kategorisine alınmıştır. Bu durumda, 71 mesleki itibar puanına ve fazlasın sahip meslek sahipleri aynı kategoride analiz edilmiştir.

3.2.5.1. Meslek ve Film Beğenisi

Mesleki itibar puanı ile gruplanan meslek sahiplerinin film beğenisi incelendiğinde dram ve fantastik filmler kategorilerinin birkaç düzeyde en yüksek orana sahip olduğu görülür. Dram filmleri kategorisi, serbest meslek, 0-30 mesleki itibar puanı, 61-70 mesleki itibar puanı ve 71 ve üstü mesleki itibar puanı sahibi meslekler arasında ortaktır. Fantastik filmler kategorisi ise öğrenci, işçi, ve 51-60 mesleki itibar puanı aralığında meslek sahipleri olanların en beğendiği kategori olmuştur. 0-30 (ev hanımı, düzensiz işçi, işsiz), 61-70 (hemşire, grafiker, veteriner, çevirmen vb.) ve 71+ (avukat, doktor, akademisyen, mimar vb.) mesleki itibar puanına sahip mesleklerin kendi aralarında bir ortaklıkları

olmamasına rağmen bu kategorilerde yer alan meslek sahiplerinin beğenileri benzeşmiştir. Hatta 0-30 ve 61-70 mesleki itibar puanlı meslek sahipleri arasındaki bir başka benzerlik, en yüksek oranlı ikinci film kategorisinde de söz konusudur. En yüksek beğeni oranının komedi filmleri olduğu 41-60 mesleki itibar puanı aralığındaki meslek sahiplerinin, en beğendikleri ikinci kategorinin “dram filmleri” olması da onları diğer meslek kategorileriyle ortaklaştırmaktadır. O halde, dram ve komedi kategorilerinin, birincilik ve ikincilikleri değişebilir olmakla beraber, farklı meslek gruplarının beğenilerinin büyük oranda ortaklaştığı temalar olduğu görülmektedir. Aşağıdaki tabloda kategorilere göre meslek gruplarının beğeni oranları görülmektedir.

Tablo 31: Film Beğenisi ve Meslek İlişkisi

	Aşk		Dram		Milli ve dini duygular işleyen		Komedi		Fantastik		Bilim kurgu		Aksiyon		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
öğrenci	9	9	13	13	2	2	19	19	38	38	10	10	9	9	100	100
İşçi	6	5.3	22	19.3	10	8.8	16	14	28	24.6	12	10.5	20	17.5	114	100
Serbest meslek	2	7.1	7	25	4	14.3	5	17.9	6	21.4	0	0	4	14.3	28	100
0-30	24	11.9	50	24.9	24	11.9	37	18.4	32	15.9	11	5.5	23	11.4	201	100
31-40	2	9.1	5	22.7	6	27.3	3	13.6	3	13.6	2	9.1	1	4.5	22	100
41-50	19	11.9	31	19.4	20	12.5	37	23.1	21	13.1	19	11.9	13	8.1	160	100
51-60	4	5.1	9	11.5	10	12.8	8	10.3	21	26.9	13	16.7	13	16.7	78	100
61-70	5	11.6	12	27.9	6	14	8	18.6	5	11.6	1	2.3	6	14	43	100
71+	6	8.3	26	36.1	2	2.8	4	5.6	10	13.9	11	15.3	13	18.1	72	100
Toplam	77	9.4	175	21.4	84	10.3	137	16.7	164	20	79	9.7	102	12.5	818	100

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

*p=0.000

Mesleklerin toplumsal itibarlarının yüksekliğinin sosyo-ekonomik bir düzeye işaret ettiği düşünüldüğünde yüksek itibarlı mesleklerin orta, üst-orta, üst sınıf mensupları olduğu ve beğenilerinin de böyle şekillenmesi teorik olarak beklenirdi. Ancak kategorik olarak bir fark değil ortaklık söz konusudur. Kategorik olarak incelenen meslek grupları-film beğenileri arasındaki ilişki, fark yaratıcı bir role sahip değildir. Bu, meslek gruplarının beğenide bir etkisi olmadığı anlamına gelmez, yalnızca itibar puanına göre gruplanmış mesleklerin film beğenisini doğrusal olarak etkilemediği anlamına gelir.

Filmler tek tek incelendiğinde, öğrencilerin en yüksek beğeni oranı %19.2 ile süper kahraman filmlerine aittir.²⁶ Süper kahraman filmleri %11.1 ile işçilerin beğenisini, %16.7 ile serbest meslek sahiplerinin beğenisini ve %12.5 ile mesleki itibar puanı 31-40 aralığındaki mesleklere sahip katılımcıların beğenisini kazanmıştır. Yüksek oranlarda beğenilerin görüldüğü bir başka film Babam ve Oğlum'dur. Babam ve Oğlum filmini, %12.5 oran ile serbest meslek sahipleri, %8.6 ile mesleki itibar puanı 61-70 aralığındaki mesleklere sahip katılımcılar ve %6.7 ile 71 ve üzeri puanlı meslek sahibi katılımcılar beğendiğini ifade etmiştir. Yüzüklerin Efendisi öğrenciler (%10.3), 51-60 puan aralığında meslek sahibi katılımcılar (%9.8) ve işçiler (%8.9) tarafından beğenilmektedir. Titanik; 61-70 aralığındaki meslek sahipleri (%8.6), 41-50 aralığındaki meslek sahipleri (%8.4), 0-30 aralığındaki meslek sahipleri (%7) ve 71 ve üzeri puanlı meslek sahipleri (%6.7) tarafından beğenildiği ifade edilen filmdir. Tüm bu örneklerden yola çıkarak filmlerin teker teker incelenmesi sonucunda beğenilerin meslek grupları ile doğrudan ilişkili olmadığı net şekilde ortaya çıkar. Mesleki itibar puanının yükselmesi veya alçalmasının film beğenilerinde bir etkisi yoktur.

3.2.5.2. Meslek ve Dizi Beğenisi

Mesleki itibar puanına göre gruplanan meslekler ile beğeniler kategorik olarak incelenmiştir. Aşağıdaki tabloda görüldüğü üzere, öğrencilerin dizi beğenisi homojen bir dağılım göstermektedir. Bu aynı zamanda öğrencilerin dizi beğenisindeki çeşitliliği de gösteren bir dağılımdır. İşçilerin dizi beğenisinde polisiye kategorisi (%32.4) öne çıkmıştır. Serbest meslek grubunda dram (%32.1) ile polisiye (%28.6) kategorileri yüksek oranlı beğeniler olarak görülür. Dizi beğenisi kategorik olarak, mesleki itibar puanı 0-30

²⁶ Süper kahraman filmleri kategorisi, "sıradan" insanların sahip olmadığı bazı özel/metafizik güçlere sahip ana karakterler etrafında gelişen konuları işleyen filmlerden oluşturulmuştur. Bu filmlerden bazıları şunlardır: Örümcek Adam, Superman, Batman, Ironman, Hulk, Thor.

aralığındaki mesleklerde (ev hanımı, işsiz, düzensiz işçi vb.) dram (%40.4); 31-40 puan aralığındakilerde (temizlikçi, garson, tır-kamyon şoförü vs.) polisiye (%50), 41-50 puan aralığındakilerde (teknik işler, terzi-aşçı-kuaför gibi yetenek gerektiren işler, emekli, kurye vs.) polisiye (%30.3), 51-60 puan aralığındakilerde (memur, işletmeci, pazarlamacı vs.) polisiye (%31.9); 61-70 aralığındakilerde (sağlıkçılar, sporcular vs.) polisiye (31.4) ve yabancı aksiyon (%31.4); 71 ve üzeri puana sahip olanlar (avukat, mimar, mühendis, hekim vs.) polisiye (%16.2), yabancı aksiyon (%16.2), komedi (%16.2) şeklinde sıralanmıştır.

Tablo 32: Dizi Beğenisi ve Meslek İlişkisi

	Tarihi		Aşk		Komedi		Polisiye		Dram		Aksiyon		Yabancı aksiyon		Yabancı fantastik		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
öğrenci	9	10	12	13.3	11	12.2	11	12.2	15	16.7	10	11.1	13	14.4	9	10	90	100
İşçi	3	2.9	6	5.9	10	9.8	33	32.4	11	10.8	8	7.8	10	9.8	21	20.6	102	100
Serbest meslek	3	10.7	2	7.1	4	14.3	8	28.6	9	32.1	1	3.6	0	0	1	3.6	28	100
0-30	10	4.7	38	17.8	10	4.7	33	15.5	86	40.4	13	6.1	14	6.6	9	4.2	213	100
31-40	0	0	2	9.1	3	13.6	11	50	6	27.3	0	0	0	0	0	0	22	100
41-50	12	7.9	17	11.2	18	11.8	46	30.3	36	23.7	8	5.3	7	4.6	8	5.3	152	100
51-60	9	13	6	8.7	3	4.3	22	31.9	10	14.5	2	2.9	11	15.9	6	8.7	69	100
61-70	0	0	0	0	3	8.6	11	31.4	5	14.3	3	8.6	11	31.4	2	5.7	35	100
71+	6	8.8	7	10.3	11	16.2	11	16.2	9	13.2	7	10.3	11	16.2	6	8.8	68	100
Toplam	52	6.7	90	11.6	73	9.4	186	23.9	187	24	52	6.7	77	9.9	62	8	779	100

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

*p=0.000

Yukarıdaki tabloda öğrencilerin beğeni oranları her kategoride birbirine son derece yakın seyretmektedir. Daha önce ifade edildiği üzere, Gans'ın, gençlerin popüler kültürdeki belirleyici rollerine yaptığı vurgu düşünüldüğünde öğrencilerin çeşitli dizileri izlemek için sahip oldukları serbest zaman, beğenilerindeki çeşitliliğin sebeplerinden biri olarak ortaya çıkar. Beğeni oranlarının dizi kategorileri arasında homojen dağıldığı bir diğer grup 71 ve üzeri itibar puanlı meslek sahipleridir. Bu grupta en az söylenen dizi kategorisi (%8.8.) en sık söylenen dizi kategorisinin (%16.2) oranları arasındaki fark diğer kategorilerle karşılaştırıldığında düşüktür. Bu meslek gruplandırmasında avukat, mimar, mühendis, askeri personel, öğretmen, yazar, akademisyen, tıp ve diş hekimleri gibi yüksek eğitim gerektiren meslekler vardır. Dolayısıyla bu dağılım, beğenin hem meslek gruplarıyla hem de eğitim düzeyleriyle aynı anda ilişkisini ortaya koymaktadır.

Tablo incelendiğinde polisiye kategorisi hem mesleki itibar puanları bakımından hem de yapılan işin niteliği bakımından birbirinden oldukça farklı beş meslek grubu tarafından en yüksek oranda beğenilen kategori olmuştur. Bunu dram ve komedi kategorileri izlemektedir. Bir grup olarak diğerlerinden ayrılan 51 ve üzeri itibar puanı olan meslek sahipleridir. Bu grubun yabancı fantastik ve yabancı aksiyon kategorileri beğenisi, mesleki itibar puanı düşük olan gruplardan farklılığa işaret etmektedir.; mesleki itibar puanı yükseldikçe “yabancı” dizi beğenisi görünür hale gelir. İşçi ve mesleki itibar puanı 31-40 aralığındakiler, 41-50 aralığındakiler, 51-60 aralığındakiler, 61-70 aralığındakiler, 71 ve üzeri puana sahip gruplar polisiye kategorisindeki dizileri beğendiklerini ifade etmişlerdir. Serbest meslek sahibi olanlar ve mesleki itibar puanı 0-30 aralığında olanların dizi beğenisi dram kategorisindeki dizilerdir.

Diziler tek tek incelenmiş ve öğrencilerin diziler düzeyinde de beğenilerinde oransal yakınlıklar görülmüştür. Bu yakınlıklar nedeniyle öğrencilerin beğenilerinde kesişme ve ayrışma yüzeyleri tespit edilememiştir. Ayrıca oranlardaki bu yakınlık ve dizi beğenisindeki çeşitlilik, diğer düzeylerle aralarındaki ilişkinin de gerçeği yansıtmaya oranı düşük olacağından karşılaştırma yapılmamıştır. İşçilerde en yüksek oranlı diziler %8.8 ile Çukur ve %8.8 ile Kurtlar Vadisi'dir. Serbest meslek sahiplerinde %14.3 Camdaki Kız ve %14.3 Kurtlar Vadisi en yüksek beğeni oranına sahip iki dizidir. Mesleki itibar puanı 0-30 arasında olan (ev hanımı, işsiz, düzensiz işçi vb.) meslek sahiplerinin en yüksek beğeni oranına sahip dizi Gönül Dağı (%9.9); 31-40 puan aralığında (temizlikçi, garson, tır-kamyon şoförü vs.) meslek sahibi olanların Kurtlar Vadisi (%22.7); 41-50 puan

aralığında (teknik işler, terzi-aşçı-kuaför gibi yetenek gerektiren işler, emekli, kurye vs.) meslek sahibi olanların Kurtlar Vadisi (%9.9); 51-60 puan aralığındaki (memur, işletmeci, pazarlamacı vs.) meslek sahibi olanların Kurtlar Vadisi (%10.1); 61-70 aralığındaki (sağlıkçılar, sporcular vs.) meslek sahibi olanların La Casa De Papel (%28.6); 71 ve üzeri puana sahip (avukat, mimar, mühendis, hekim vs.) mesleklerin How I Meet Your Mother (%8.8) ve Gönül Dağı (%8.8) dizileridir. Diziler düzeyinde incelmede ortaya çıkan farklılık, itibar düzeyi yüksek meslek gruplarının yabancı dizi beğenilerinin yüksekliğidir. İtibar düzeyi düşük meslek gruplarının beğenisinin ortaklaştığı dizi Kurtlar Vadisi olmuştur.

3.2.5.3. Meslek Grubu ve Müzik Beğenisi

Meslekler ile müzik beğenisi arasında ilişki olup olmadığı, ilişkinin düzeyi, hangi mesleklerin ne tür müzik türleri ile ilişkisi olduğu gibi sorular aşağıdaki tablo aracılığı ile değerlendirilebilir. Mesleki itibar puanlarına göre gruplandırılan meslek gruplarının neredeyse tümünün en yüksek oranda beğendiği müzik türü poptur, yalnızca 31-40 puan aralığındaki mesleklere (temizlikçi, seyyar satıcı, oto tamirci tır-kamyon şoförü vs.) sahip katılımcıların beğenisi arabeskten yanadır. Meslek gruplarının en yüksek oranlı müzik türü beğenileri şu biçimde sıralanır:

Öğrenci; pop (%44.6) ve hiphop/rap (%22.3). İşsiz; pop (%40.2) ve hiphop/rap (%17.2). Serbest meslek; pop (27.6), arabesk (%20.7), Türk halk müziği (%17.2). Mesleki itibar puanı 0-30 aralığındaki meslekler (ev hanımı, işsiz, düzensiz işçi vb.); pop (%44), Türk halk müziği (%12.8), arabesk (%10.3). 31-40 puan aralığında (temizlikçi, garson, tır-kamyon şoförü vs.); arabesk (%45.8), Türk halk müziği (%25). 41-50 puan aralığında (teknik işler, terzi-aşçı-kuaför gibi yetenek gerektiren işler, emekli, kurye vs.); pop (%29.2), arabesk (22.8), Türk halk müziği (%18.5).

51-60 puan aralığındakiler (memur, işletmeci, pazarlamacı vs.); pop (27.5), Türk halk müziği (%15), arabesk (%13.8). 61-70 aralığındaki (sağlıkçılar, sporcular vs.); pop (%24.4), Türk halk müziği (%17.1). 71 ve üzeri puana sahip olanlar (avukat, mimar, mühendis, hekim vs.); pop (%34.8), Türk halk müziği (%17.4).

Müzik beğenisi ile meslek gruplarının ilişkisi değerlendirildiğinde, pop müziğinin 31-40 mesleki itibar puanı aralığı dışındaki tüm meslek gruplarında en beğenilen tür olduğu görülmüştür. Pop dışındaki müzik türleri incelendiğinde; mesleki itibar puanı düşük olan

meslek sahipleri arasında (31-40 ve 41-50) arabesk müzik beğenisi öne çıkmaktadır. Mesleki itibar puanı yükseldikçe Türk Halk Müziği beğenisi arabesk müzik beğenisinin yerini almaya başlar. Bu durumda arabesk, daha önce de belirtildiği üzere, sahip olduğu bazı özelliklerle bazı toplumsal kesimlerin ortaklık kurmasını sağlamaktadır.

3.2.5.4. Meslek Grubu ve Edebiyat Beğenisi

Mesleki itibar puanına göre sıralanan meslek grupları ve edebiyat beğenisi arasındaki ilişki incelendiğinde, öğrenciler ve işçiler dışındaki tüm meslek gruplarında Türk edebiyatı beğenisi yüksektir. Öğrenci ve işçilerdeyse Türk edebiyatı ile dünya edebiyatı oranları birbirine oldukça yakındır ancak dünya edebiyatı küçük bir farkla öndedir. Dini temalı eserler incelendiğinde, 71 ve üstü puanlı meslek sahipleri katılımcıların beğenileri en yüksek oranı oluşturmuştur. Bunu sırasıyla 41-50 puan aralığı (%10.1) ve 51-60 puan aralığı (%9) izler.

Tablo 33: Edebiyat Beğenisi ve Meslek İlişkisi

	Türk edebiyatı		Dünya edebiyatı		Dini temalı eserler		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%
öğrenci	44	47.3	46	49.5	3	3.2	93	100
İşçi	44	48.4	46	50.5	1	1.1	91	100
Serbest meslek	11	73.3	3	20	1	6.7	15	100
0-30	84	60	47	33.6	9	6.4	140	100
31-40	7	70	3	30	0	0	10	100
41-50	50	50.5	39	39.4	10	10.1	99	100
51-60	38	56.7	23	34.4	6	9	67	100
61-70	22	61.1	13	36.1	1	2.8	36	100
71+	34	47.9	29	40.8	8	11.3	71	100
Toplam	334	53.7	249	40	39	6.3	622	100

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

*p=0.055

Eserler tek tek incelendiğinde öğrencilerin en yüksek oranda beğendiği eser Küçük Prens (%13.7), Oğuz Atay eserleri (%12.3), Dostoyevski eserleri (%11) ve Gurur ve Önyargıdır (%11). İşçilerin beğendikleri içinde en yüksek orana Oğuz Atay eserleri (%14.3) sahiptir. Serbest meslek sahiplerinin en beğendiği eserler Oğuz Atay eserleridir (%25). Bu üç düzeyde Oğuz Atay eserlerinin beğenisi bir kesişim yüzeyi oluşturur. Bir başka ortak beğeni Gurur ve Önyargı eserinde görülür. Mesleki itibar puanı 0-30 (%16.2), 41-50 aralığında olanlar (%16.2) ile 71 ve üzeri puanlı mesleklere sahip olanlar (%15.5) tarafından beğenilen eserler arasında da yüksek oranlara sahiptir.

Mesleki itibar puanı 0-30 arasında olan (ev hanımı, işsiz, düzensiz işçi vb.) mesleklere sahip katılımcıların beğendikleri eser Gurur ve Önyargı (%16.2); 31-40 puan aralığında (temizlikçi, garson, tır-kamyon şoförü vs.) meslek sahibi olanların Oğuz Atay eserleri (%28.6) ve Dostoyevski eserleri (%28.6); 41-50 puan aralığında (teknik işler, terzi-aşçı-kuaför gibi yetenek gerektiren işler, emekli, kurye vs.) meslek sahibi olanların Gurur ve Önyargı (%16.2); 51-60 puan aralığındakilerin (memur, işletmeci, pazarlamacı vs.) Dostoyevski eserleri (%23.9); 61-70 aralığındaki (sağlıkçılar, sporcular vs.) ve 71 ve üzeri puanlı (avukat, mimar, mühendis vs.) mesleklere sahip olanların Gurur ve Önyargı (61-70: %14.3 ve 71+: %15.5) eseridir.

3.2.5.5. Meslek Grubu ve Spor Beğenisi

Tablo 34: Spor Beğenisi ve Meslek İlişkisi

	Takım		Bireysel		Geleneksel		Raket		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
öğrenci	72	72	20	20	1	1	7	7	100	100
İşçi	78	72.2	27	25	1	0.9	2	1.9	108	100
Serbest meslek	16	64	9	36	0	0	0	0	25	100
0-30	95	54.3	73	41.7	3	1.7	4	2.3	175	100
31-40	15	71.4	6	28.6	0	0	0	0	21	100
41-50	90	63.4	45	31.7	4	2.8	3	2.1	142	100
51-60	52	65	26	32.5	0	0	2	2.5	80	100
61-70	19	46.3	19	46.3	1	2.4	2	4.9	41	100
71+	38	50	28	36.8	2	2.6	8	10.5	76	100
Toplam	475	61.8	253	32.9	12	1.6	28	3.6	768	100

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

*p=0.005

Spor beğenisi ile meslek grupları değerlendirildiğinde takım sporlarının tüm gruplarda en yüksek beğeni oranlarına sahip olduğu ve onu bireysel sporların izlediği görülmektedir. Spor beğenisi ve meslekler incelendiğinde dikkat çekici tek farklılık raket sporlarının öğrenciler içinde (%7) ve 71 ve üzeri puan aralığındaki meslek sahipleri içinde (%10.5) beğenilmesidir. Dolayısıyla raket sporlarının yüksek itibarlı meslek sahipleri tarafından beğenilen bir spor kategorisi olduğu ifade edilebilir. Sporlar tek tek incelendiğinde futbolun tüm meslek gruplarında en yüksek orana sahip spor olduğu görülmüştür: Öğrenci %34, işçi %38.9, serbest meslek %32, mesleki itibar puanı 0-30 aralığında olan meslek sahipleri (ev hanımı, işsiz, düzensiz işçi vb.) %13.1, 31-40 puan aralığında (temizlikçi, garson, tır-kamyon şoförü vs.) %61.9, 41-50 puan aralığında (teknik işler,

terzi-aşçı-kuaför gibi yetenek gerektiren işler, emekli, kurye vs.) %50, 51-60 puan aralığındakiler (memur, işletmeci, pazarlamacı vs.) %51.3, 61-70 aralığındaki (sağlıkçılar, sporcular vs.) %28.8, 70+ aralığındakiler (avukat, mimar, mühendis, hekim vs.) %27.6. En beğenilen sporun futbol olmasına rağmen itibar puanı yüksek meslek gruplarının (61 ve üstü) diğerlerine göre daha düşük beğeni oranına sahip olduğu, itibar puanı yükseldikçe beğeni oranının düştüğü görülmüştür. Bu durumun bir istisnası 0-30 itibar puan aralığıdır ve bu istisnai durumun nedeni 0-30 puan aralığında ev hanımı sayısının oldukça fazla olması ve kadınların spor beğenisinin daha önce de belirtildiği üzere görece daha düşük oranlara sahip olmasıdır. Yürüyüşte de aynı şekilde, mesleki itibar puanı yükseldikçe beğeni oranı düşmüştür. Voleybol tüm gruplarda yüksek oranlara sahip ikinci spordur: Öğrenci %29, işçi %24.19, serbest meslek %24, mesleki itibar puanı 0-30 aralığında olan meslek sahipleri (ev hanımı, işsiz, düzensiz işçi vb.) %34.3, 31-40 puan aralığında (temizlikçi, garson, tır-kamyon şoförü vs.) %9.5, 41-50 puan aralığında (teknik işler, terzi-aşçı-kuaför gibi yetenek gerektiren işler, emekli, kurye vs.) %11.3, 51-60 puan aralığındakiler (memur, işletmeci, pazarlamacı vs.) %11.3, 61-70 aralığındaki (sağlıkçılar, sporcular vs.) %14.6, 71 ve üzeri aralığındakiler (avukat, mimar, mühendis, hekim vs.) %18.4. Öğrenci, işçi ve serbest meslek dışarda bırakıldığında (itibar puanlamasına dahil edilemedikleri için), mesleki itibar puanı yükseldikçe voleybol beğenisinin de yükseldiği görülmektedir. Bu durumun da istisnası 0-30 puan aralığıdır ve bu istisna da yine aynı sebeple açıklanır: Ev hanımı sayısının yüksek olması ve kadınların voleybol beğenisinin görece yüksekliği. Bu durumda aynı sebebin iki farklı sonuç doğurduğu görülürken spor beğenisinde mesleğin etki düzeyinin cinsiyet durumunu da içerdiği görülmüştür.

3.2.5.6. Meslek Grubu ve Yiyecek-İçecek Beğenisi

Yemek beğenisi meslek grupları aşağıdaki tablodan hareketle et-tavuk-balık kategorisinin her grup için en yüksek beğeni oranına, çorba kategorisininse her grup için en az beğeni oranına sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 35: Yiyecek Beğenisi ve Meslek İlişkisi

	Et-Tavuk-Balık		Tatlı-Atıştırmalık		Sebze-Bakliyat		Hamur-pilav-makarna		Çorba		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
öğrenci	36	33.3	20	18.5	19	17.6	33	30.6	0	0	108	100
İşçi	61	51.7	14	11.9	14	11.9	29	24.6	0	0	118	100
Serbest meslek	11	37.9	6	20.7	8	27.6	3	10.3	1	3.4	29	100
0-30	85	35.9	31	13.1	45	19	66	27.8	10	4.2	237	100
31-40	11	45.8	1	4.2	5	20.8	7	29.2	0	0	24	100
41-50	81	47.1	25	14.5	41	23.8	21	12.2	4	2.3	172	100
51-60	32	38.6	9	10.8	23	27.7	17	20.5	2	2.4	83	100
61-70	19	50	4	10.5	8	21.1	7	18.4	0	0	38	100
71+	32	43.8	7	9.6	8	11	22	30.1	4	5.5	73	100
Toplam	368	41.7	117	13.3	171	19.4	205	23.2	21	2.4	882	100

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

*p=0.002

İşçi meslek grubunda et-tavuk-balık kategorisinden sonra en yüksek beğeni oranının hamur-makarna-pilav kategorisi olması beklenen bir olgudur. Bunun nedeni Bourdieu'den hareketle anlaşılabilir. Fiziksel yoğunluğu yüksek iş gruplarında uzun süre tok tutucu yiyeceklerin tercih edildiği bilinmektedir. Öğrencilerin bu beğeni oranı da yine daha önce ifade edildiği üzere, bu tür yiyeceklerin hazırlanması kolay ve ucuz olması bu kategoriye yönlendirilmesinin temel nedeni olarak ifade edilir. Literatür ile uyum göstermeyen bir veri, sebze temelli yiyeceklerin yüksek itibar puanlı meslek gruplarında beklenildiğinden az çıkmasıdır. Bu grubun sembolik sermayesinin “sağlıklı yiyecek” kodlarına sahip olduğu ve dolayısıyla düşük kalorili yiyecek kategorilerine yönlendirilmesi beklenir, ancak bu çalışmada çıkan sonuç bunun tam tersi olmuştur: Hamur-makarna-pilav kategorisinin oranı, sebze kategorisinden yüksek, tatlı atıştırmalık oranı ise eşittir.

Yemekler düzeyinde yapılan inceleme sonucunda dolma/sarma her meslek grubunda yüksek oranlarda beğenilmektedir: Öğrenci %11, işçi %6, serbest meslek %23.1, mesleki itibar puanı 0-30 arasında olan meslekler (ev hanımı, işsiz, düzensiz işçi vb.) %12.4, 31-40 puan aralığında (temizlikçi, garson, tır-kamyon şoförü vs.) %12.5, 41-50 puan aralığında (teknik işler, terzi-aşçı-kuaför gibi yetenek gerektiren işler, emekli, kurye vs) %12.1, 51-60 puan aralığındakiler (memur, işletmeci, pazarlamacı vs.) %16.3, 61-70 aralığındaki (sağlıkçılar, sporcular vs.) %16.3, 71 ve üzeri %5.6. Bunun dışındaki yüksek beğeni oranına sahip yemekler ve beğeniyi ifade eden meslek grupları şu şekildedir: 0-30

puan aralığındaki mesleklerden birine sahip olanların %9.6'sı mantı, %9.2'si etli yemekler, %7.3'ü pilav ve %7.3'ü makarna beğenisine sahiptir. 31-40 puan aralığındaki mesleklerden birine sahip olanların %16.7 etli yemekler, %12.5 pilav, %12.5 kebab ve %8.3 makarna beğenisini ifade etmiştir. 41-50 puan aralığındaki mesleklerden birine sahip olanların %13.4 etli yemekler, %8.9 kebab; 51-60 puan aralığındaki mesleklerden birine sahip olanların %13.8 etli yemekler, %10 sebze yemeği; 61-70 puan aralığındaki mesleklerden birine sahip olanların %11.1'i sebze yemeği ve %11.1'i etli yemekler; 71 ve üzeri puanlı mesleklerden birine sahip olanların %18,3'ü mantı ve %8.5'i kebab; öğrencilerin %16'sı makarna, %9'u mantı; işçilerin %11.2'si mantı ve %10.3'ü makarna; serbest meslek sahiplerinin %15.4'ü etli yemekler.

“İşçi sınıfı aileleri genellikle işlenmiş düşük maliyetli gıdalardan elde edilen ‘ucuz kalorilere’ güvenmek zorunda kalıyor; cips, hamburger ve kebab gibi fast food yiyecekleri daha fazla tüketirler (Henderson ve Gregory, 2002)”.

Tablo 36: İçecek Beğenisi ve Meslek İlişkisi

	Alkollü		Sıcak		Soğuk		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%
öğrenci	16	14	21	18.4	77	67.5	114	100
İşçi	19	15.2	33	26.4	73	58.4	125	100
Serbest meslek	6	18.2	11	33.3	16	48.5	33	100
0-30	15	5.9	82	32.4	156	61.7	253	100
31-40	3	10.3	10	34.5	16	55.2	29	100
41-50	36	19.5	57	30.8	92	49.7	185	100
51-60	23	26.4	23	26.4	41	47.1	87	100
61-70	12	30	6	15	22	55	40	100
71+	13	16.5	16	20.3	50	63.3	79	100
Toplam	143	15.1	259	27.4	543	57.5	945	100

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

*p=0.000

İçecek beğenisi ve mesleki itibar puanına göre gruplanan meslekler incelendiğinde, tüm meslek gruplarında soğuk içecek kategorisi en yüksek beğeni oranına sahiptir. Sıcak içecek kategorisi en yüksek olanlar öğrenciler, işçiler, serbest meslek sahipleri ve mesleki itibar puanı 0-30 aralığındaki (ev hanımı, işsiz, düzensiz işçi vb.), 31-40 puan aralığındaki (temizlikçi, garson, tır-kamyon şoförü vs.), 41-50 puan aralığındaki (teknik işler, terzi-aşçı-kuaför gibi yetenek gerektiren işler, emekli, kurye vs.) ve 71+ aralığındaki (avukat,

mimar, mühendis, hekim vs.) mesleklerdir. 51-60 puan aralığındaki (memur, işletmeci, pazarlamacı vs.) mesleklerde alkollü içecek (%26.4) ile sıcak içecek (%26.4) aynı oranlara; 61-70 puan aralığındaki (sağlıkçılar, sporcular vs.) mesleklerde alkollü içecek (%30) kategorisi en yüksek beğeni oranına sahiptir. Kategorik olarak incelendiğinde içecek beğenisinde yaşanan fark alkollü içecek ve sıcak içecek kategorilerinin çeşitli meslek gruplarında farklı beğeni oranlarına sahip olmasıdır. İçecekler tek tek incelendiğinde meslek gruplarına göre en yüksek oranlı içecekler şu şekildedir: Öğrenci %38.9 gazlı içecek; işçi %25.6 gazlı içecek; serbest meslek %18.8 gazlı içecek; mesleki itibar puanı 0-30 arasında olan meslekler (ev hanımı, işsiz, düzensiz işçi vb.) %21.9 gazlı içecek, 31-40 puan aralığında (temizlikçi, garson, tır-kamyon şoförü vs.) %27.6 gazlı içecek, 41-50 puan aralığında (teknik işler, terzi-aşçı-kuaför gibi yetenek gerektiren işler, emekli, kurye vs.) %15.2 ayran, 51-60 puan aralığındakiler (memur, işletmeci, pazarlamacı vs.) %13.8 ayran, 61-70 aralığındaki (sağlıkçılar, sporcular vs.) %15 su ve %15 bira, 71 ve üzerinde puana sahip olanlar (avukat, mimar, mühendis, hekim vs.) %21.5 gazlı içecek. Tek tek incelendiğinde içecek beğenisinde gazlı içeceklerin oranlarının meslek gruplarının çoğunda öne çıktığı görülür.

3.2.6. Gelir Düzeyi

Araştırmanın anket formunda gelir sorusu açık uçlu sorulmuş, yanıtların ortalaması alınmıştır ve sonuçta katılımcıların gelir ortalaması **5663** lira olarak hesaplanmıştır. Türkiye'deki güncel asgari ücrete (net 5500 lira) oldukça yakın bir ortalama çıkması dolayısıyla en alt gelir düzeyinin üst sınırı 5500 Türk lirası olarak belirlenmiştir. Sonraki gelir düzeyi kategorileri 10.000 Türk lirası aralıklarla oluşturulmuştur. En yüksek ortalama gelir düzeyi, katılımcıların belirttiği en yüksek miktar olan 55.000 Türk lirası olarak belirlenmiştir. Bu miktar çalışmada beklenen, hedeflenen üst gelire göre düşük olsa da saha çalışmasının örneklem seçme yönteminin sınırları çerçevesinde, üst sınır olarak ortaya çıkmıştır. Katılımcıların gelir düzeyi ortalamalarını gösteren tablo şu şekildedir:

Tablo 37: Gelir Dağılımı

	Sıklık	Oran %
0-5500	617	57
5501-10000	373	34.5
10001-15000	65	6.0
15001-20000	17	1.5
20001-25000	4	.4
25001-30000	3	.3
35001-40000	1	.1
45001-50000	1	.1
50001-55000	1	.1
Total	1082	100

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablodan görüldüğü üzere katılımcılar çok büyük oranda 0-5.500 ve 5.501-10.000 düzeylerine dağılmıştır. 20.001 lira ve üzeri gelire sahip katılımcı sayısı (10 kişi) oldukça düşüktür. Bu nedenle, ortalama geliri 20.001 lira ve üstü katılımcılar aynı kategoride değerlendirilecektir.

3.2.6.1. Gelir Düzeyi ve Film Beğenisi

Aylık ortalama gelir, kişinin sahip olduğu ekonomik sermayenin bir yansımasıdır. Ekonomik sermaye, bireyin sosyal sınıfının belirlenmesinde en güçlü etkidir. Dolayısıyla insanların sosyo-ekonomik sınıfının belirlenmesi için gelir düzeyi önemli bir veridir.

Tablo 38: Film Beğenisi ve Gelir İlişkisi

	Aşk		Dram		Milli ve dini duygular işleyen		Komedi		Fantastik		Bilim kurgu		Aksiyon		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
0-5500	33	7.1	93	19.9	50	10.7	78	16.7	99	21.2	49	10.5	65	13.9	467	100
5501-10000	36	12.8	62	22	26	9.2	47	16.7	55	19.5	22	7.8	34	12.1	282	100
10001-15000	4	7.8	13	25.5	8	15.7	9	17.6	8	15.7	6	11.8	3	5.9	51	100
15001-20000	1	6.3	5	31.3	1	6.3	3	18.8	1	6.3	2	12.5	3	18.8	16	100
20001+	1	12.5	4	50	1	12.5	0	0	2	25	0	0	0	0	8	100
Toplam	75	9.1	177	21.5	86	10.4	137	16.6	165	20	79	9.6	105	12.7	824	100

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

*p=0.478

Tabloda görüldüğü üzere gelir grubunun en yüksek oranlı film kategorilerinde bir ortaklık ortaya çıkmıştır. Bu ortaklık en yüksek oran alan dram filmlerinde görülmektedir. Bunun gözlenmediği kategori olan 0-5500 düzeyindeyse dram filmleri kategorisi ikinci sıradadır. Dolayısıyla gelir grubunun beğenide önemli ölçüde bir farklılaşma yaratmadığını söylemek yanlış olmayacaktır. Gerek Fransa merkezli bir çalışma olan Bourdieu'nün Ayrım'ında gerekse de Amerikan merkezli olan Gans'ın beğeni kamuları çalışmasında gelir önemli bir belirleyici olarak ele alınmış olsa da bu çalışmadan çıkan sonuca göre Türkiye koşullarında yukarıda görülen gelir düzeylerinde farklılaşmadan söz etmek mümkün değildir.

3.2.6.2. Gelir Düzeyi ve Dizi Beğenisi

Gelir düzeyi ile dizi beğenisi arasındaki ilişki incelendiğinde, gelir grupları arasında dizi beğenisinin kesiştiği kategoriler polisiye ve dram; ayrıştığı kategoriler yabancı aksiyon ve yabancı fantastiktir. Kategoriler arasında ayrışma çok büyük oranda farklılığa işaret etmese de oranlar arasındaki farkın yüksekliği bir ayrıma işaret eder.

Tablo 39: Dizi Beğenisi ve Gelir İlişkisi

	Tarihi		Aşk		Komedi		Polisiye		Dram		Aksiyon		Yabancı aksiyon		Yabancı fantastik		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
0-5500	37	8.4	55	12.6	45	10.3	100	22.8	96	21.9	31	7.1	36	8.2	38	8.7	438	100
5501-10000	11	4	27	9.8	21	7.6	63	22.8	76	27.5	15	5.4	38	13.8	25	9.1	276	100
10001-15000	3	6.3	3	6.3	5	10.4	15	31.3	14	29.2	5	10.4	2	4.2	1	2.1	48	100
15001-20000	1	7.1	1	7.1	3	21.4	6	42.9	3	21.4	0	0	0	0	0	0	14	100
Toplam	52	6.6	89	11.4	74	9.4	187	23.9	189	24.1	52	6.6	77	9.8	64	8.2	784	100

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

*p=0.043

Yukarıdaki tabloda, en yüksek beğeni oranına sahip dizi kategorilerinden biri olan polisiye dizileri kategorisinin, gelir düzeyi yükseldikçe beğeni oranının da yükseldiği görülmektedir. Ancak bu ilişkinin dışında, gelir düzeyinin dizi beğenisinde yarattığı bir farklılık görülmemektedir. Diziler düzeyinde yapılan incelemede 0-5500 gelir düzeyinde Gönül Dağı (%6.8) ile Kurtlar Vadisi (%6.6), 5501-10000 gelir düzeyinde Kurtlar Vadisi (%9.1) ile Gönül Dağı (%8.7) öne çıkmıştır. Düşük gelir düzeylerindeki dizi beğeni oransal farklılıklara rağmen tam uyum göstermiştir.

3.2.6.3. Gelir Düzeyi ve Müzik Beğenisi

Pop müzik beğenisi, yukarıda ele alınan başlıkların tümünde olduğu gibi tüm gelir düzeyleri değerlendirildiğinde de her düzey için en beğenilen müzik türü olmuştur. Aşağıdaki tablo detaylı incelendiğinde gelir düzeyi yükseldikçe rock, Türk halk müziği ve yabancı müzikler kategorilerinin beğeni oranının arttığı görülür. Bunun tersine gelir düzeyi azaldıkça hiphop/rap ve slow kategorilerinin beğeni oranı artmaktadır.

Tablo 40: Müzik Beğenisi ve Gelir İlişkisi

	Pop		Arabesk		Anadolu Rock		Rock		Caz		Klasik Batı müziği		Türk halk müziği		Hiphop/rap		İlahi/tasavvuf		Türk sanat müziği		slow		Yabancı müzikler		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
0-5500	178	35.1	74	14.6	7	1.4	26	5.1	6	1.2	19	3.7	64	12.6	69	13.6	18	3.6	11	2.2	23	4.5	12	2.4	507	100
5501-10000	113	36.8	42	13.7	1	0.3	16	5.2	3	1	12	3.9	45	14.7	30	9.8	5	1.6	15	4.9	15	4.9	10	3.3	307	100
10001-15000	26	48.1	4	7.4	0	0	3	5.6	0	0	1	1.9	9	16.7	5	9.3	1	1.9	0	0	2	3.7	3	5.6	54	100
15001-20000	4	23.5	3	17.6	0	0	2	11.8	1	5.9	2	11.8	5	29.4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	17	100
20001+	1	12.5	1	12.5	0	0	1	12.5	1	12.5	0	0	1	12.5	2	25	0	0	0	0	1	12.5	0	0	8	100
Toplam	322	36.1	124	13.9	8	0.9	48	5.4	11	1.2	34	3.8	124	13.9	106	11.9	24	2.7	26	2.9	41	4.6	25	2.8	893	100

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

*p=0.168

0-5500 gelir aralığında müzisyen beğenisi, Ahmet Kaya (%8.6) ve Sezen Aksu (%8.6), 5501-10000 gelir aralığında müzisyen beğenisi Müslüm Gürses (%10) ve Tarkan (%9.1), 10001-15000 gelir aralığında Ahmet Kaya (%15) ve Sezen Aksu (%12.5) şeklindedir. Gelir düzeyinin beğeni üzerinde ayırım yaratıcı bir etkisi olmadığı en düşük düzeydeki gelir aralığı ile 10001-15000 gelir aralığının benzer oranlardaki müzisyen beğenisinden anlaşılmaktadır. Ahmet Kaya ve Sezen Aksu'nun iki düzeyde de birbirine bu kadar yakın oranlarda çıkması müzik türleri açısından düşünüldüğünde tutarsız görünmektedir. Ancak bu durum, popüler müzik literatüründe “acısız arabesk²⁷” kavramıyla düşünüldüğünde ve Sezen Aksu'nun müziği “acısız arabesk” kategorisinde değerlendirildiğinde tutarlı bir görünüme kavuşacaktır.

3.2.6.4. Gelir Düzeyi ve Edebiyat Beğenisi

Tüm gelir düzeylerinde Türk edebiyatı beğenisi, dünya edebiyatına göre daha yüksek oranlara sahiptir. Türk edebiyatı, 0-5500 düzeyinde %52, 5501-10000 düzeyinde %53.5 ve 10001-15000 düzeyinde %59.4 oranlarda beğenilirken dünya edebiyatı 0-5500 düzeyinde %41, 5501-10000 düzeyinde %40.9 ve 10001-15000 düzeyinde %37.5 oranlarda beğenilmiştir. Bu düzeylerde dini temalı eserlerin beğenisi 0-5500 düzeyi için %6.8, 5501-10000 düzeyi için %5.6 ve 10001-15000 düzeyi için %3.1 şeklinde sıralanmıştır. Gelir düzeyinin kategorik olarak beğenide bir farklılık yaratmadığı oranlardan net biçimde izlenebilir. Bu kategorilerin altındaki eserlerin gelir düzeyleriyle karşılaştırılması yapılmıştır. 0-5500 düzeyinde ilk sırada %14.3 ile Dostoyevski eserleri vardır. Bunu %12.1 oranla Gurur ve Önyargı, %9.2 ile Oğuz Atay romanları izlemektedir. 5501-10000 düzeyi, %16.8 Dostoyevski eserleri, %16.8 Gurur ve Önyargı, %9.8 Oğuz Atay eserleri %7.5 Harry Potter, 10001-15000 düzeyinde en yüksek orana sahip eserler şöyle sıralanır: % 17.4 ile Gurur ve Önyargı, %13 ile Orhan Pamuk eserleri.

Gelir düzeyi ile edebiyat beğenisi arasında yapılan incelemede 0-5.500 aralığında %8.7 ile dini temalı eser beğenisi en yüksek beğenilme oranına sahiptir. İncelemeden çıkan bir başka gözlem, gelir düzeyi arttıkça Türk edebiyatı beğenisinin oranının da artmasıdır. Kategorilerin genişliği gelir gruplarının edebi eser beğenilerinin kesişme ve ayrışma noktalarını ortaya koymaya elverişli değildir. Eserler düzeyinde inceleme yapıldığında,

²⁷ Bkz. Stokes, M. (1998). *Türkiye'de arabesk olayı*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Gurur ve Önyargı isimli eserin her gelir grubunda öne çıktığı görülmektedir. Eser düzeyinde kesişim, bu eser ile örneklendirilebilirken öne çıkan eserler bakımından bir farklılaşmadan söz etmek mümkün değildir.

3.2.6.5. Gelir Düzeyi ve Spor Beğenisi

Tablo 41: Spor Beğenisi ve Gelir İlişkisi

	Takım		Bireysel		Geleneksel		Raket		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
0-5500	279	62.6	148	32.2	8	1.8	11	2.5	446	100
5501-10000	167	62.5	84	31.5	4	1.5	12	4.5	267	100
10001-15000	25	56.8	17	38.6	0	0	2	4.5	44	100
15001-20000	5	45.5	3	27.3	0	0	3	27.3	11	100
20001+	5	62.5	3	37.5	0	0	0	0	8	100
Toplam	481	62	255	32.9	12	1.5	28	3.6	776	100

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

*p=0.034

Spor beğenisi kategorileri ile gelir düzeyleri incelendiğinde de takım sporlarının oransal olarak yüksek olduğu görülmüştür. Spor beğenileri, 0-5500 gelir aralığında futbol (36.5), voleybol (%20.2), yürüyüş (%8.5); 5501-10000 gelir aralığında futbol (%31.1), voleybol (%26.2), yürüyüş (%10.9) ; 10001-15000 gelir aralığına futbol (%25), voleybol (%27.3), yürüyüş (%18.2); 15001-20000 gelir aralığına futbol (%45.5), voleybol (%27.3), yürüyüş (%27.3) şeklinde sıralanır. Gelir düzeyine göre spor beğenisi, gelir aralığı yükseldikçe jimnastik (%1.8, %1.9, %2.3) ve tenis (%2, %3.7, %4.5, %18.2) sporlarının beğenilme oranının yükseldiği görülür.

Gelir düzeyi ve sporun doğrudan ilişkisi kurulabilir: Örneğin ekipman gerektiren sporlar için gerekli bütçenin oluşturulması gibi nedenlerle gelir düzeyi belirleyici rol oynar. Spor beğenisinde de gelir düzeyi belirleyici rolünü sürdürmektedir. Tıpkı sporu pratik etmek gibi takip etmenin de yüksek bütçeler gerektirdiği kimi sporların beğenisi yüksek gelir düzeyi ile ilişkilidir. Bu çalışmada gelir gruplarının sınırlılığı spor beğenisinde çeşitliliğin tespitini olanaksız kılmıştır, ancak yukarıdaki varsayım bu veriler ışığında tersinden düşünülebilir: Düşük bütçe gerektiren yahut bütçe gerektirmeyen sporların gelir düzeyi ile ilişkisi. Tek tek sporların incelendiği aşamada, spor beğenisi futbol, voleybol, yürüyüş sıralamanın dahi bozulmadığı şekilde tüm düzeylerde en beğenilen üç spor olmuştur. Bu

sporlar profesyonel olmadığı sürece futbol ve voleybol için gerekli ekipman bir toptur, yürüyüş için hiçbir gerekli ekipman yoktur. Gelir düzeyi spor beğenisi bu noktada yukarıdaki varsayımı doğrular. Tabloda görülen tüm gelir düzeyleri için bu sporlar bir kesişme yüzeyidir.

3.2.6.6. Gelir Düzeyi ve Yiyecek-İçecek Beğenisi

Tablo 42: Yiyecek Beğenisi ve Gelir İlişkisi

	Et-Tavuk-Balık		Tatlı-Atıştırmalık		Sebze-Bakliyat		Hamur-pilav-makarna		Çorba		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
0-5500	210	41	69	13.5	109	21.3	108	21.1	16	3.1	512	100
5501-10000	134	43.4	38	12.3	48	48	83	26.9	6	1.9	309	100
10001-15000	15	30.6	12	24.5	11	11	11	22.4	0	0	49	100
15001-20000	7	46.7	1	6.7	3	3	3	20	1	6.7	15	100
20001+	4	44.4	2	22.2	1	1	2	11.1	0	0	9	100
Toplam	370	41.4	122	13.6	172	172	207	19.2	23	2.6	894	100

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

*p=0.337

0-5500 gelir aralığında en yüksek oranlı kategori olan et-tavuk-balık, %41 oranda beğenildiği ifade edilmiştir. Bu gelir aralığında tatlı-atıştırmalık %13.5, sebze-bakliyat %21.3, hamur-makarna-pilav %21.1 ve çorba %3.1 oranda beğenildiği ifade edilmiştir. 5501-10000 gelir aralığında %43.4 et-tavuk-balık kategorisi en yüksek orana sahiptir. Bu gelir aralığındaki diğer kategoriler şu şekilde oranlara sahiptir: Tatlı-atıştırmalık %12.3, sebze-bakliyat %15.5, hamur-makarna-pilav %26.9 ve çorba %1.9. 10001-15000 gelir aralığında et-tavuk-balık yemekleri beğenisi oranı %30.6, tatlı-atıştırmalık kategorisindeki yiyeceklerin beğenisi oranı %24.5, sebze-bakliyat yemekleri beğenisi oranı %22.4, hamur-makarna-pilav beğenisi oranı %22.4'tür. 15001-20000 gelir aralığında et-tavuk-balık kategorisindeki yiyeceklerin beğenisi oranı %46.7, tatlı-atıştırmalık beğenisi oranı %6.7, sebze-bakliyat yiyecekleri oranı %20, hamur-makarna-pilav beğenisi oranı %20 ve çorba beğenisi %6.7'dir.

Aşağıdaki tabloda içecek beğenisi, gelir dağılımı temelinde kategorik olarak incelenmiştir. 0-5500 ve 5501-10000 gelir aralığı düzeylerinde kategoriler arasındaki

beğeni oranları birbirine oldukça yakındır. 10001-15000 gelir aralığında soğuk içecek kategorisi, daha düşük düzeylerdeki gelir dağılımı ile karşılaştırıldığında düşük bir orana sahiptir; ters orantılı şekilde sıcak içeceklerde de yüksek bir oran görülür. Bu düzeyde alkollü içeceklerin beğenisi, daha düşük düzeylerdeki alkollü oran kategorisine göre yükselmiştir. 15001-20000 gelir aralığında sıcak içecekler, soğuk ve alkollü içecekler kategorisine göre yüksek bir orana sahiptir. İçecek beğenisi kategorik olarak incelendiğinde, soğuk içeceklerin en yüksek gelir düzeyi dışındaki gelir aralıklarında öne çıkar. Dikkat çekici bir diğer veri, sıcak içecek beğenisinin gelir düzeyi yükseldikçe yükselen bir beğeni oranına sahipken, soğuk içecek beğenisi gelir aralığı arttıkça azalan bir eğilim göstermektedir.

Tablo 43: İçecek Beğenisi ve Gelir İlişkisi

	Alkollü		Sıcak		Soğuk		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%
0-5500	84	15.5	137	25.2	322	59.3	543	100
5501-10000	43	12.9	92	27.6	198	59.5	333	100
10001-15000	10	17.2	21	36.2	27	46.6	58	100
15001-20000	4	23.5	8	47.1	5	29.4	17	100
20001+	2	25	2	25	4	50	8	100
Toplam	143	14.9	260	27.1	556	58	959	100

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

*p=0.165

İçecek beğenisi, kategoriden bağımsız olarak sıralandığında 0-5500 gelir aralığında en yüksek orana sahip içecek %21.8 ile gazlı içeceklerdir; %16.6 ile çay takip eder. Bu düzeyde içeceklerin beğenisi %12.6 ile ayran, %8.7 kahve ve %7 bira olarak sıralanmaktadır. 5501-10000 gelir aralığında en yüksek beğeni oranı %23.2 gazlı içeceklerdir ve onu çay (%16.9) takip eder. Bu düzeyde ayran (%12.3), kahve (%10.5), bira (%8.7) sıralaması oranlar arasında küçük farklar olsa da bir önceki düzey ile yakın bir görünüme sahiptir. 10001-15000 gelir aralığında önceki düzeylerden farklı bir sıralama olarak çay (%21.4), gazlı içeceklerden (%17.9) öne geçmiştir. Ayran %12.5, kahve %12.5 ve bira %7.1 ile oransal farklılığa rağmen benzer şekilde sıralanmıştır. İçecek beğenisi, en yüksek oranlılar incelendiğinde birbiri ile oransal farklılıklar olmasına rağmen aynı ürünler etrafındadır. Ayrıntılı bir inceleme yapıldığında, tüm düzeylerde, madensuyu-soda (0-5500 %3.5, 5501-10000 %3.3, 10001-15000 %3.6), su (%8.7, %7.5, %8.9) ve ayran (%12.6, %12.3, %12.5) oransal olarak neredeyse birbiri ile denk beğenilmiştir. Gelir düzeyi içecek incelemesinde dikkat çekici bir başka veri, yalnızca

10001-15000 gelir aralığında vodka beğenilen bir içecek olarak görülmesine rağmen %3.6 ile içeceklerin bir çoğundan daha yüksek bir beğeni oranına sahiptir.

3.2.7. İnanç Düzeyi

Farklı dinlerin farklı sosyo-kültürel öğeler oluşturmadaki rolünün beğeniye yansıdığı varsayılmıştır. Anket çalışmasındaki din sorusunun nedeni budur. Ancak çalışmaya katılan kişiler arasında bir dine mensup olduğunu beyan edenlerin tamamı İslam dinine mensup olduklarını ifade etmiştir. Bu durum, farklı dinlerin beğeni ilişkisinin analizini imkansız hale getirmiştir. Din/inanç düzeyinin beğenilerde farklılık ya da benzerlik yaratıp yaratmadığının ölçülebilmesi için katılımcılara (Soru 12) “çok dindarım”, “dindarım”, “dinle ilgisizim”, “din karşıtım” ve “diğer” şıkları sunulmuştur. Diğer şikkına %1.3 oranında dini inancım yok cevabı yazılmıştır. Buradan “din karşıtım” ifadesinin aktif bir anlam içerdiği ve dolayısıyla daha edilgen bir yerden “dini inancım yok” ifadesine ihtiyaç yarattığı anlaşılmıştır. “Dini inancım yok”, katılımcıların mesafe sorusuna eklediği bir ifade olduğu için “din karşıtım” ifadesiyle birlikte değerlendirilmemiş ve tüm bu mesafe ifadeleri ayrı ayrı kodlanmıştır.

Tablo 44: İnanç Dağılımı

	Sıklık	Oran
Çok dindarım	136	12.5
Dindarım	436	40.2
Dinle ilgisizim	419	38.6
Din karşıtım	80	7.4
Dini inancım yok	14	1.3
Total	1085	100.0

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Din, kurallar koyucu özelliği itibarıyla, mensuplarının gündelik hayatlarında belirleyici bir role sahiptir. Gündelik hayattaki bu belirleyicilik, yaşam tarzı oluşturucu bir güçtür. Bireylerin din ile kurdukları mesafe de, gündelik hayatta görünür olacaktır. Kendisini “çok dindar” olarak tanımlayan kişilerin dini kuralları hayat tarzı olarak kabul etmesi muhtemeldir. Aynı şekilde dinle ilgisiz, dini inancı olmayan ya da din karşıtı olarak konumlanan kişilerin ise gündelik hayatlarında dini kuralların yeri olmayacaktır. Dolayısıyla dini inanç düzeyinin ölçümünden hareketle dini kuralların gündelik hayatın hangi düzeylerinde beğeniye etkilediği, fark yaratıcı olduğu ya da kesişim yaratan

noktaları görülecektir. Bu nedenler dini inancın, beğenide etkisi olduğu varsayılmıştır. Bu çalışmada incelenen, farklı inanç düzeylerinden katılımcıların beğenilerindeki ortak ve farklı öğelerin/kategorilerin ne olduğudur. Bu incelemenin arka planında, teorik tartışmalar bölümünde bahsedildiği üzere, Türkiye’de uzun yıllardır var olduğu söylenen ancak toplumsal aşamada karşılığı ve düzeyi net olmayan dindar/seküler ayrımının beğeni üzerinden sınanması vardır. Çalışmanın varsayımlarından biri olan, toplumun sekülerleştiği ve sekülerleşen toplumun beğenilerinin de seküler öğeler barındığı varsayımı, çeşitli başlıklarda incelenmiştir.

3.2.7.1. İnanç Düzeyi ve Film Beğenisi

İnanç düzeyi, çalışmaya katılan kişilerin din karşısındaki konumlarından hareketle ortaya çıkar ve kişinin dinle kurduğu ya da kurmadığı ilişkinin düzeyini ifade eder. Daha önce ifade edildiği üzere, çalışmaya katılan ve bir dine mensup olduğunu beyan eden kişilerin tümünün İslam dinine mensup olması dolayısıyla aşağıdaki tabloda kendini dindar ve çok dindar tanımlayan kişilerin İslam dininin kurallarına göre bir dindarlık seviyesini belirttiklerini ifade etmek gerekir.

Tablo 45: Film Beğenisi ve İnanç Düzeyi İlişkisi

	Aşk		Dram		Milli ve dini duygular işleyen		Komedi		Fantastik		Bilim kurgu		Aksiyon		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Çok dindarım	4	5.2	13	16.9	11	14.3	10	13	19	24.7	12	15.6	8	10.4	77	100
Dindarım	37	10.9	77	22.8	31	9.2	67	19.8	62	18.3	21	6.2	43	12.7	338	100
Dinle ilgisizim	30	9.2	75	23	42	12.9	52	16	58	17.8	30	9.2	39	12	326	100
Din karşıtıyım	4	5.5	10	13.7	1	1.4	8	11	24	32.9	13	17.8	13	17.8	73	100
Dini inancım yok	2	15.4	2	15.4	1	7.7	1	7.7	2	15.4	3	23.1	2	15.4	13	100
Toplam	77	9.3	177	21.4	86	10.4	138	16.7	165	20	79	9.6	105	12.7	827	100

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

*p=0.004

Tablodan görüldüğü üzere, film kategorilerindeki oransal dağılım birbirine oldukça yakındır. Bu oransal yakınlık, kişilerin dine karşı konumlanışının, beğenilerinde kategorik olarak bir ayırım yaratmadığı sonucunu çıkarmayı sağlar. Din karşısındaki konumlarına göre katılımcıların en yüksek oranlı beğenileri tabloda görülmektedir. Buna göre, film kategorileri açısından, farklı inanç düzeylerinin beğeni oranlarında önemli farklılıklar yoktur. Kendisini çok dindar olarak tanımlayan ve din karşıtı olarak tanımlayan kişilerin dünyayı algılama biçimlerinin farklılığı açıktır. Ancak film beğenilerinde en yüksek orana sahip kategorilere bakıldığında kesişim durumu söz konusudur. Kategorik olarak film beğenisinde, dini inanç düzeyinin iki ucu olan “çok dindar” ve “din karşıtı” katılımcıların kesişim yerleri dram filmi ve fantastik film kategorileridir. İki düzeyde de bu kategoriler yüksek beğeni oranına sahiptir. Buna ek olarak, kendini “dindar” tanımlayan katılımcılar ile “dinle ilgisiz” ya da “din karşıtı” katılımcılar arasında da ortak türlerde yüksek beğeni oranları görülmektedir. “Dindar” ve “dinle ilgisiz” olanlar dram ve komedi türleri beğenisinde, “din karşıtı” ile “dindar” olanlar fantastik film kategorisinde kesişim gösterirler. Filmler düzeyinde incelendiğinde, bu kesişme daha net biçimde görülür: Süper kahraman filmleri “çok dindar” katılımcılar tarafından %14.5, “din karşıtı” katılımcılar tarafından %16.7, “dinle ilgisiz” katılımcılar tarafından %9.1 beğenilme oranlarına sahiptir. Bir başka örnek vermek gerekirse Alacakaranlık serisinde; “çok dindar” (%4.8), “dinle ilgisiz” (%4.3) ve “din karşıtı” (%3.7) konumlarındaki katılımcıların beğenileri, birbirine yakın oranlardadır. Filmler düzeyinde farklılaşmalardan da söz edilebilir. Farklı inanç düzeylerinde öne çıkan filmlerden bazıları şunlardır: Harry Potter (çok dindar %4.8, dindar %6.1, dinle ilgisiz %4 ve din karşıtı %9.3), Inception (çok dindar %3.2, din karşıtı %9.3, “dini inancım yok” %12.5), Yüzüklerin Efendisi (çok dindar %3.2, dindar 6.8, dinle ilgisiz %2.4, din karşıtı %9.3 ve dini inancı yok %25). Bu örnekler, filmler çeşitlendirildikçe oluşması mümkün farklılıklardır. İnanç düzeyleri arasında tam bir uyumdan söz edilmese de film beğenilerinde önemli farklılıklar yaratmadığı yukarıdaki incelemelerden görülmüştür.

3.2.7.2. İnanç Düzeyi ve Dizi Beğenisi

Din-beğeni ilişkisini dizi beğenisi üzerinden ölçüp, bireyin kendisini çok dindar, dindar, dinle ilgisiz, din karşıtı ya da dini inancı yok şeklinde tanımlamasının dizi beğenisinde bir ayırım yaratıp yaratmadığı ortaya konmuştur.

Tablo 46: Dizi Beğenisi ve İnanç Düzeyi İlişkisi

	Tarihi		Aşk		Komedi		Polisiye		Dram		Aksiyon		Yabancı aksiyon		Yabancı fantastik		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Çok dindarım	18	20	13	14.4	4	4.4	12	13.3	26	28.9	9	10	6	6.7	2	2.2	90	100
Dindarım	17	5.3	38	11.8	39	12.1	73	22.7	77	24	18	5.6	28	8.7	31	9.7	321	100
Dinle ilgisizim	16	5.3	33	10.9	21	7	85	28.1	82	27.2	19	6.3	26	8.6	20	6.6	302	100
Din karşıtım	1	1.5	6	9.2	8	12.3	16	24.6	4	6.2	4	6.2	15	23.1	11	16.9	65	100
Dini inancım yok	0	0	0	0	2	22.2	1	11.1	2	22.2	2	22.2	2	22.2	0	0	9	100
Toplam	52	6.6	90	11.4	74	9.4	187	23.8	191	24.3	52	6.6	77	9.8	64	8.1	787	100

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

*p=0.000

Aktörün gündelik hayat pratiğini açıklayıcı bir düzey olarak ele alındığında dini inanç; çok dindar, dindar, dinle ilgisiz, din karşıtı ve dini inancı olmayan katılımcıların beğenilerini de şekillendirmektedir. Kurumsallaşmış bir kurallar çerçevesine sahip dine göre kendini çok yakın/çok dindar konumlayan kişilerin bu kurallar dışında bir hayat tarzına sahip dinsiz/din karşıtı kişiler ile gündelik hayatta benzerlik göstermesi, değişimin yönünden bağımsız olarak, ilgi çekici bir sorunsaldır. Beğeniler düzeyinde kesişim ve ayrışma yüzeyinin tespit edebilmenin bir aracı da dizi beğenisi. Dizilerin beğenilme oranları üzerinden yapılan incelemeye göre; polisiye kategorisinin beğenilme oranları dindar, dinle ilgisiz ve din karşıtı katılımcıların verdikleri yanıtlarda yüksek oranlara sahiptir. Çok dindar olduğunu ifade eden katılımcıların da bu kategorideki dizileri beğenme oranı yüksektir ancak beğenilerinde en yüksek orana sahip kategori dramdır. Dram kategorisinin beğenisinde, kendilerini çok dindar, dindar, dinle ilgisiz ve dini inancım yok şeklinde tanımlayan katılımcıların beğeni oranları birbirine yakındır. Kategorik düzlemde incelendiğinde dine uzaklığın/yakınlığın beğenide ayırım yaratan bir değişken olmadığı görülmektedir. Bu çıkarım çok dindar ve dinle ilgisiz olduğunu ifade eden katılımcıların ve dindar ve din karşıtı olduğunu belirten katılımcıların kesiştiği kategoriler aracılığıyla görmek mümkündür. Örneğin dindar ve din karşıtı olarak konumlanan katılımcıların komedi kategorisinde beğeni oranları neredeyse eşittir. Bu iki grup arasında, polisiye ve aksiyon kategorisinde de oldukça yakın beğeni oranları söz konusudur. Bir başka açıdan incelendiğindeyse, yani bir dizi kategorisinin inanç düzeylerindeki beğenilme oranlarına bakıldığında bazı nüanslar göze çarpar. Örneğin; tarihi temalı dizilerin beğenilme oranları, inanç düzeyi azaldıkça azalmaktadır. Bu tip dizilerde ve filmlerde anlatılan şahsiyetler, olaylar ve hikayelerdeki dini vurgular böyle bir ilişki açığa çıkarmaktadır denebilir. Benzer bir örnek aşk temalı diziler kategorisinde görülür. İnanç düzeyi azaldıkça bu tip dizilerin beğenilme oranları da azalmaktadır. Başka bir ilişkide, yabancı aksiyon diziler kategorisindeki beğenilme oranı, inanç düzeyi arttıkça azalmaktadır.

3.2.7.3. İnanç Düzeyi ve Müzik Beğenisi

Müzik beğenisinin inanç düzeyi ile ilişkisi incelendiğinde pop müziğin her düzeyde en yüksek oranlı beğenilen tür olmaya devam ettiği görülür. Dini inancı olmayan

katılımcılardan bu soruya yanıt veren kişi sayısı 14'tür. Bu sayının analiz yapmaya imkan vermemesi nedeniyle kategori, incelemenin dışında bırakılmıştır.

Aşağıdaki tablodan hareketle, müzik beğenisiyle-inanç düzeyi arasındaki kesişim ve ayrışma ilişkileri değerlendirilmiştir. Dindar ve dinle ilgisiz katılımcıların beğendikleri müzik türlerinin ortaklaştığı yer arabesk müzik olmuştur. Çok dindar, dindar ve dinle ilgisiz olarak konumlanan katılımcıların ortak müzik beğenisi Türk halk müziğidir. Çok dindar, dindar ve din karşıtı düzeylerindeki katılımcıların ortak beğenisi hiphop ve rap müziktir. Çok dindar ve din karşıtı “uçların” müzik beğenisinde benzerlikleri hiphop ve rap müzik türlerinde görülmektedir. Tablo detaylı olarak incelendiğinde “çok dindar”ların ilahi/tasavvuf ve din karşıtlarının rock müzik beğenisi oranları bu iki inanç kategorisinin farklılaştığı noktadır. Bu ayrışma durumu dışında bir farklılaşma öne çıkmamaktadır.

Tablo 47: Müzik Beğenisi ve İnanç Düzeyi İlişkisi

	Pop		Arabesk		Anadolu Rock		Rock		Caz		Klasik Batı müziği		Türk halk müziği		Hiphop/rap		İlahi/tasavvuf		Türk sanat müziği		slow		Yabancı müzikler		Toplam	
	sıklık	%	sıklık	%	sıklık	%	sıklık	%	sıklık	%	sıklık	%	sıklık	%	sıklık	%	sıklık	%	sıklık	%	sıklık	%	sıklık	%	sıklık	%
Çok dindarm	28	28.9	8	8.2	0	0	0	0	1	1	5	5.2	13	13.4	11	11.3	15	15.5	4	4.1	6	6.2	6	6.2	97	100
Dindarm	138	37.8	58	15.9	3	0.8	21	5.8	3	0.8	12	3.3	50	13.7	41	11.2	3	0.8	10	2.7	16	4.4	10	2.7	365	100
Dinle ilgisizim	118	34.4	54	15.7	5	1.5	14	4.1	6	1.7	17	5	54	15.7	31	9	5	1.5	12	3.5	19	5.5	8	2.3	343	100
Din karşıtım	34	44.2	4	5.2	0	0	12	15.6	1	1.3	0	0	9	11.7	17	22.1	0	0	0	0	0	0	0	0	77	100
Dini inancım yok	5	35.7	0	0	0	0	1	7.1	0	0	0	0	0	0	6	42.9	1	7.1	0	0	0	0	1	7.1	14	100
Toplam	323	36	124	13.8	0.9	0.9	48	5.4	11	1.2	34	3.8	126	14.1	106	11.8	24	2.7	26	2.9	41	4.6	25	2.8	896	100

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.
p=0.000

Müzisyen beğenisi incelendiğinde çok dindarım cevabı verenlerin beğenisi %11.1 Neşet Ertaş, %9.5 Sezen Aksu, %6.3 Halit Bilgiç, %6.3 Ceza, %6.3 Ahmet Kaya şeklinde sıralanmıştır.

Dindarım diyenlerin müzisyen beğenisi; %7.8 Ahmet Kaya, %7.4 Müslüm Gürses, %8.6 Tarkan, %6.6 Sezen Aksu şeklindedir. Dinle ilgisiz olduğunu söyleyenlerin müzisyen beğenisi, %11.5'i Sezen Aksu, %110.8'i Ahmet Kaya %9'u Müslüm Gürses olarak görülmektedir. Din karşıtı olduğunu ifade edenlerin müzisyen beğenisi şu şekildedir: %9.5 Sezen Aksu %9.5 Tarkan, %6.3 Ahmet Kaya, %6.3 Neşet Ertaş, %6.3 Zeki Müren, %6.3 Sefo. Müzisyen beğenisinde ortaklıklar ve farklılaşmalar şöyle özetlenebilir: Kendisini “çok dindar” tanımlayanlar ile en yakın konumdaki “dindar”ların dahi müzisyen beğenisinde ortaklıklar ve farklılıklar vardır. Örneğin “çok dindar” olduğunu ifade edenlerde Müslüm Gürses ve Tarkan’ın yüksek oranlı isimler arasında olmamasına rağmen “dindar”ların üst sıralarındaki isimlerdir.

3.2.7.4. İnanç Düzeyi ve Edebiyat Beğenisi

İnanç düzeyleri incelendiğinde Türk edebiyatı, çok dindar, dindar ve dinle ilgisiz olduğunu ifade eden katılımcıların beğenisinde öne çıkarken din karşıtı ve dini inancı olmadığını belirten katılımcılar arasında dünya edebiyatı beğenisinin oranını yükseldiği görülmektedir. Bu farklılık noktasına ek olarak çok dindar olanların %26.3’ü dini temalı eserleri beğendiğini ifade etmiştir. Bu oran dindarlarda çok büyük bir düşüş göstererek %5.6’ya kadar düşer. Kendisini dinle ilgisiz konumlandıranların %4.1’i bu kategorideki eserleri beğendiğini ifade etmiştir.

Tablo 48: Edebiyat Beğenisi ve İnanç Düzeyi İlişkisi

	Türk edebiyatı		Dünya edebiyatı		Dini temalı eserler		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Çok dindarım	20	35.1	22	38.6	15	26.3	57	100
Dindarım	138	55.4	97	39	14	5.6	249	100
Dinle ilgisizim	139	57.7	92	38.2	10	4.1	241	100
Din karşıtıyım	34	48.6	35	50	1	1.4	70	100
Dini inancım yok	6	46.2	7	53.8	0	0	13	100
Toplam	337	53.5	253	40.2	40	6.3	630	100

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur. *p=0.000

Çok dindarım cevabı verenlerin Türk ve dünya edebiyatı beğenisinde oransal olarak büyük bir fark gözlemlenmez. Dindar olduğunu söyleyenlerin %55'inin Türk edebiyatı kategorisinde beğendiği eserlerin oranları, %39.6 orana sahip dünya edebiyatı beğendiğini ifade edenlerden düşüktür. Bunun nedeni dünya edebiyatı kategorisinde yüksek orana sahip eserlerin dışında çeşitliliği sağlayacak seçeneklerin beğeni cetveline dahil olmamış olmasıdır. Türk edebiyatı kategorisinde öne çıkan eserler düşük oranlara sahip olsa da çok sayıda ve çeşitli olduğu için eserler düzlemindeki bu oransal fark anlamlı değildir. Bu kategoride en yüksek oranlı eserler şunlardır: %16 Gurur ve Önyargı, %14.9 Dostoyevski, %8.5 Çalığı, %7.4 Oğuz Atay eserleri, %6.9 Sabahattin Ali eserleri.

Dinle ilgisiz olduğunu ifade edenlerin eserler düzeyinde beğenisi şöyle sıralanır: %16.6 Gurur ve Önyargı, %16 Dostoyevski eserleri ve %7 Harry Potter. Kendini dindar olarak konumlandıran katılımcıların eser beğenileri ile paralel bir durumun dinle ilgisiz olduğunu söyleyenler için de geçerli olduğu görülmektedir: Eser düzeyinde en yüksek oranlı eserler dünya edebiyatından olmasına rağmen, tüm eserler dikkate alındığında Türk edebiyatı beğenisinin oranı, dünya edebiyatı beğenisi karşısında önemli bir fark oluşturmuştur. Bu fark Türk edebiyatı kategorisindeki eserlerin çeşitliliğe sahip olmasından doğmaktadır. Din karşıtıym şeklinde konumlananların edebiyat beğenileri Türk edebiyatı ve dünya edebiyatı kategorileri arasında oransal benzerliğe sahip olduğu görülmektedir. %21.8 Oğuz Atay eserleri, %10.9 Dostoyevski, %10.9 Gurur ve Önyargı, %9.1 Harry Potter, %7.3 Sabahattin Ali, %7.3 Dönüşüm 'dür. Bu düzeyde farklı eser beğenilerinden görece bahsetmek mümkün olsa da eserlerin büyük bölümü diğer düzeyler ile paralellik gösterir. Dini inancım yok diyenlerin edebiyat eseri beğenisi yanıtları sayıca düşük olması nedeniyle incelemesinin anlamlı bir veri oluşturmadığı görülmüştür. İnanç düzeyindeki farklılığın edebiyat eseri beğenisindeki yansımaları başta dini temalı eserlerin beğenisi çerçevesindedir. Bir diğer farklılık dünya edebiyatının oranlarının, dini düzeyin ölçüsüyle ters oranda yükselmesidir. Eserler düzeyindeyse bu farklılık vurgusu yerini benzerliğe bırakmıştır.

3.2.7.5. İnanç Düzeyi ve Spor Beğenisi

Tablo 49: Spor Beğenisi ve İnanç Düzeyi İlişkisi

	Takım		Bireysel		Geleneksel		Raket		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Çok dindarım	47	65.3	21	29.2	4	5.6	0	0	72	100
Dindarım	172	53.4	133	41.3	5	1.6	12	3.7	322	100
Dinle ilgisizim	204	67.3	85	28.1	3	1	11	3.6	303	100
Din karşıtım	51	71.8	16	22.5	0	0	4	5.6	71	100
Dini inancım yok	7	70	2	20	0	0	1	10	10	100
Toplam	481	61.8	257	33	12	1.5	28	3.6	778	100

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

*p=0.001

İnanç düzeyi ile spor beğenisi arasında ne gibi bir ilişki vardır? Bu soruya yanıt yukarıdaki tablodan hareketle, kategorik olarak arandığında şu sonuca varılır: Dindarlık düzeyi yükseldikçe geleneksel spor beğenisi artar, dindarlık seviyesi azaldıkça raket sporlarının beğenisi artar. Spor türleri tekil olarak ele alındığında çok dindarım cevabı verenlerin % 34.7'si futbol, %19.4'ü voleybol, %9.7'si basketbol, %8.3'ü yüzme ve %8.3'ü yürüyüşü beğendiğini ifade etmiştir. Dindar olduğunu söyleyenlerin % 32.6'sı futbol %17.4'ü voleybol, %13.7'si yürüyüş beğendiğini belirtmiştir. Dinle ilgisiz olduğunu belirtenlerin spor beğenisi %35.3 oranla futbol, %27.7 oranla voleybol, %9.2 oranla yürüyüş olmuştur. Din karşıtı olduğunu söyleyenlerin spor beğenisi, %36.6 futbol, %21.1 voleybol, %14.1 basketbol şeklinde oranlanmıştır.

İnanç düzeyleri arasında spor beğenisinin ortaklaştığı yüzeyler; tüm inanç düzeylerinde en beğenilen sporlar olan futbol, voleybol ve basketboldur. İnanç düzeyleri arasındaki farklılıkta oransal olarak çok yüksek olmayan spor türlerinin beğenisinde karşılaşılr: Tenis, buz pateni, pilates-yoga vb sporların beğenisi.

3.2.7.6. İnanç Düzeyi ve Yiyecek-İçecek Beğenisi

Tablo 50: Yiyecek Beğenisi ve İnanç Düzeyi İlişkisi

	Et-Tavuk-Balık		Tatlı-Atıştırmalık		Sebze-Bakliyat		Hamur-pilav-makarna		Çorba		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Çok dindarım	35	35.4	26	26.3	22	22.2	14	14.1	2	2	99	100
Dindarım	138	37.4	51	13.8	80	21.7	91	24.7	9	2.4	369	100
Dinle ilgisizim	154	44.5	40	11.6	62	17.9	79	22.8	11	3.2	346	100
Din karşıtıyım	41	58.6	1	1.4	8	11.4	19	27.1	1	1.4	70	100
Dini inancım yok	4	30.8	4	30.8	1	7.7	4	30.8	0	0	13	100
Toplam	372	41.5	122	13.6	173	19.3	207	23.1	23	2.6	897	100

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

*p=0.000

Kendini inanç düzeyi dağılımında çok dindar olarak tanımlayanların yemek beğenisinde et-tavuk-balık beğenisi öne çıkmakla beraber tatlı-atıştırmalık ve sebze-bakliyat kategorileri ile arasında önemli bir farktan söz etmek çok da mümkün değildir. Dindar olduğunu ifade edenler için de oransal olarak bir uçurumdan söz edilemez. Bu düzeyde yakınlık et-tavuk-balık kategorisi ile hamur-makarna-pilav kategorisi arasında kurulmuştur. Dinle ilgisiz olduğunu söyleyenlerinse oransal farklılığı oldukça önemli bir farka sahiptir. En yüksek orana sahip et-tavuk-balık kategorisini en yakından izleyen hamur-makarna-pilav kategorisi neredeyse yarısı kadar bir orana sahiptir. Aynı şekilde kendisini din karşıtı olarak tanımlayanlar arasında da bu oransal farklılık vardır. Et-tavuk-balık kategorisi, diğer kategorilerin tamamından iki kat fazla beğenildiği ifade edilmiştir. Dini inancım yok şeklinde kendisini tanımlayanlarınsa yiyecek beğenisi oransal olarak denk kategoriler olarak bölünmüş durumdadır. Bu tablodan çıkan sonuç, et-tavuk-balık kategorisi tüm inanç düzeylerinde en sık beğenildiği ifade edilmiştir. Dolayısıyla Türk toplumunun yemek beğenisinde bu kategorinin öne çıktığı sonucuna da varılabilir. Bir başka önemli ortaklık da hamur-makarna-pilav kategorisi tüm inanç düzeylerinde önemli bir orana sahiptir. Öne çıkan bir farklılık, dini inanç düzeyinde azalma yaşandıkça sebze-bakliyat beğenisinin azalmasıdır.

Yiyeceklerin tamamı incelendiğinde, çok dindarım diyenlerin beğeni oranları %14.1 dolma/sarma, %12.9 etli yemekler, %8.2 cips, %7.1 kebab, %7.1 kuru fasulye, %7.1

makarna, %7.1 mantı şeklindedir. Dindar olduğunu söyleyenlerin beğeni oranları %14.7'si makarna, %13.3'ü dolma/sarma, %9.2'si makarna, %9.2'si mantı, %8.4'ü kebab ve %8.1'i eli yemeklerdir. Dinle ilgisi olmayanların yemek beğenileri %9.9 dolma/sarma, %8.8 kebab, %8.8 lahmacun, %8.8 pizza, %7.4 hamburger ve %7.4 iskender olarak sıralanmıştır.

Tablo 51: İçecek Beğenisi ve İnanç Düzeyi İlişkisi

	Alkollü		Sıcak		Soğuk		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Çok dindarım	3	2.8	32	29.6	73	67.6	108	100
Dindarım	61	15.6	105	26.9	225	57.5	391	100
Dinle ilgisizim	50	13.4	106	28.4	217	58.2	373	100
Din karşıtım	24	31.6	17	22.4	35	46.1	76	100
Dini inancım yok	5	35.7	1	7.1	8	57.1	14	100
Toplam	143	14.9	261	27.1	558	58	962	100

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

*p=0.000

Dini inanç düzeyi ile içecek beğenisi arasında bir ilişkinin olup olmadığının incelenmesi alkollü içecekler kategorisi ile yakından ilişkilidir. Ankete katılanların neredeyse tamamının din sorusuna verdiği yanıt İslam olmuştur. İslam dini, alkol konusunda oldukça açık kurallara sahiptir. İslam dinine göre alkol haramdır. Bu nedenle kendisini dindar ve çok dindar olarak tarif eden katılımcıların alkollü içecek beğenisinin oluşmaması varsayılmıştır. Ancak bu varsayımın anket sonuçları incelendiğinde geçersiz olduğu ortaya çıkmıştır. Çok dindarım diyenlerin %2.8'i ve dindarım diyenlerin %15.6'sı alkollü içecekleri beğendiğini ifade etmiştir. Bu kategorilerin içecek beğenisi tek tek incelendiğinde en yüksek beğeni oranına sahip olan içecekler çay (%25.5), gazlı içecekler (%24.5) ve ayrandır (%20.8). Dindar kategorisindeki katılımcıların içecek beğenisi sıralaması ise %19.3 gazlı içecekler, %16 çay, %10.8 kahve şeklindedir. İçeceklerin beğenisi ayrıntılı bir inceleme sonucunda birbirinden farklılaştığı görülmüştür. Dinle ilgisi olmadığını ifade edenlerin %27.7'si gazlı içecekler, %18.8 çay, %15 ayran ve %9.7'si kahve beğendiğini belirtmiştir. Bu düzeyin içecek beğenisi ile dindar olduğunu ifade edenlerin içecek beğenisi arasında bir benzerlikten söz edilebilir.

3.3. Beğenilerin Uyum Analizleri

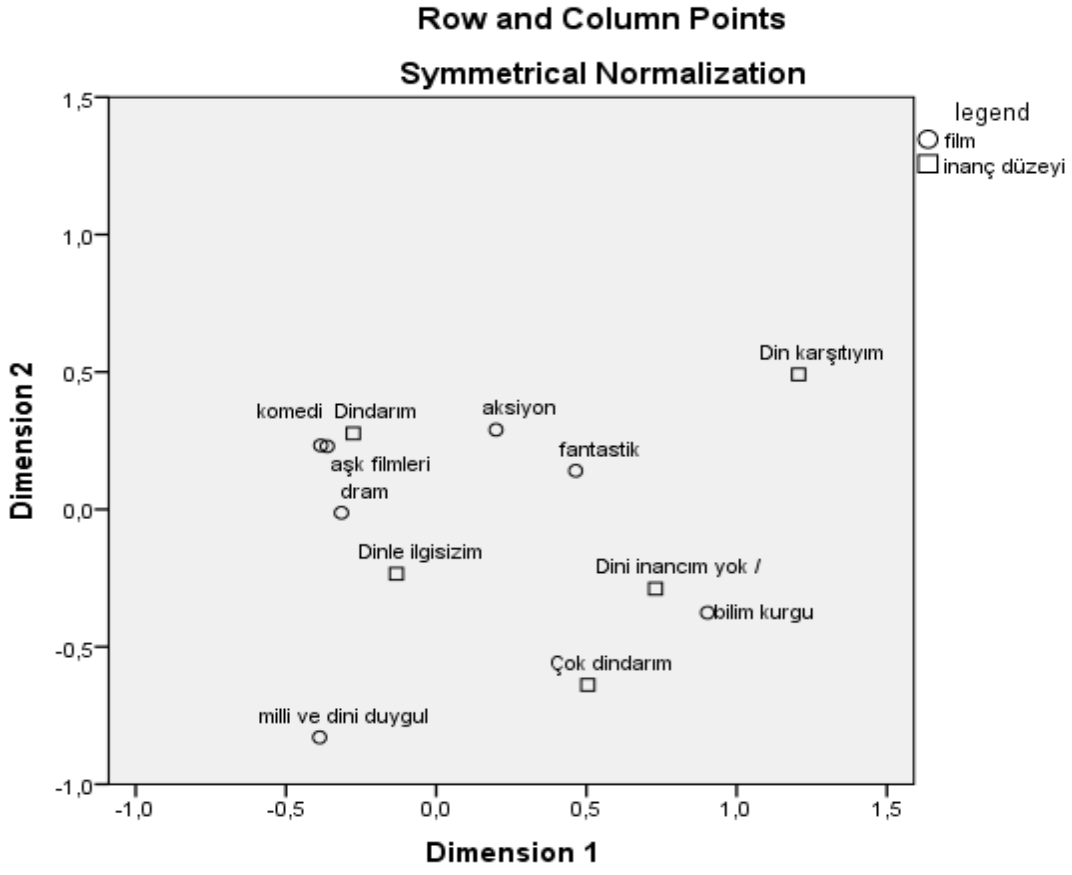
Beğenilerin uyum analizi, yukarıdaki çapraz tabloların ilişkiler boyutunda değerlendirmesini olanaklı kıldığı için yapılmıştır. Grafikler ve özet tablolar aşağıda yorumlanmıştır.

Tablo 52: Film Beğenisi ve İnanç Düzeyi Uyum Analizi Özeti

Boyutlar	Tekil Değer	Inertia	Ki-Kare	P	Açıklanan Inertia	Toplamalı Inertia
1	0.199	0.039	46.832	0.004	0.696	0.696
2	0.113	0.013			0.227	0.924
3	0.061	0.004			0.065	0.989
4	0.025	0.001			0.011	1.000
Toplam		0.057			1.000	1.000

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Aşağıdaki grafiğin özet tablosu incelendiğinde toplam inertia, birinci boyutta %69.6, ikinci boyutta %22.7 ve üçüncü boyutta binde 65 ve dördüncü boyutta binde 11 olarak açıklanmaktadır. Aşağıdaki grafikte, inanç düzeyi ile film beğenisi arasındaki uyum görülmektedir. Komedi ve aşk filmleri kategorisi ile dindarım yanıtı, birbiriyle çok yakın ilişkilidir.



Grafik 1: Film Beğenisi ve İnanç Beğenisi Uyum Analizi

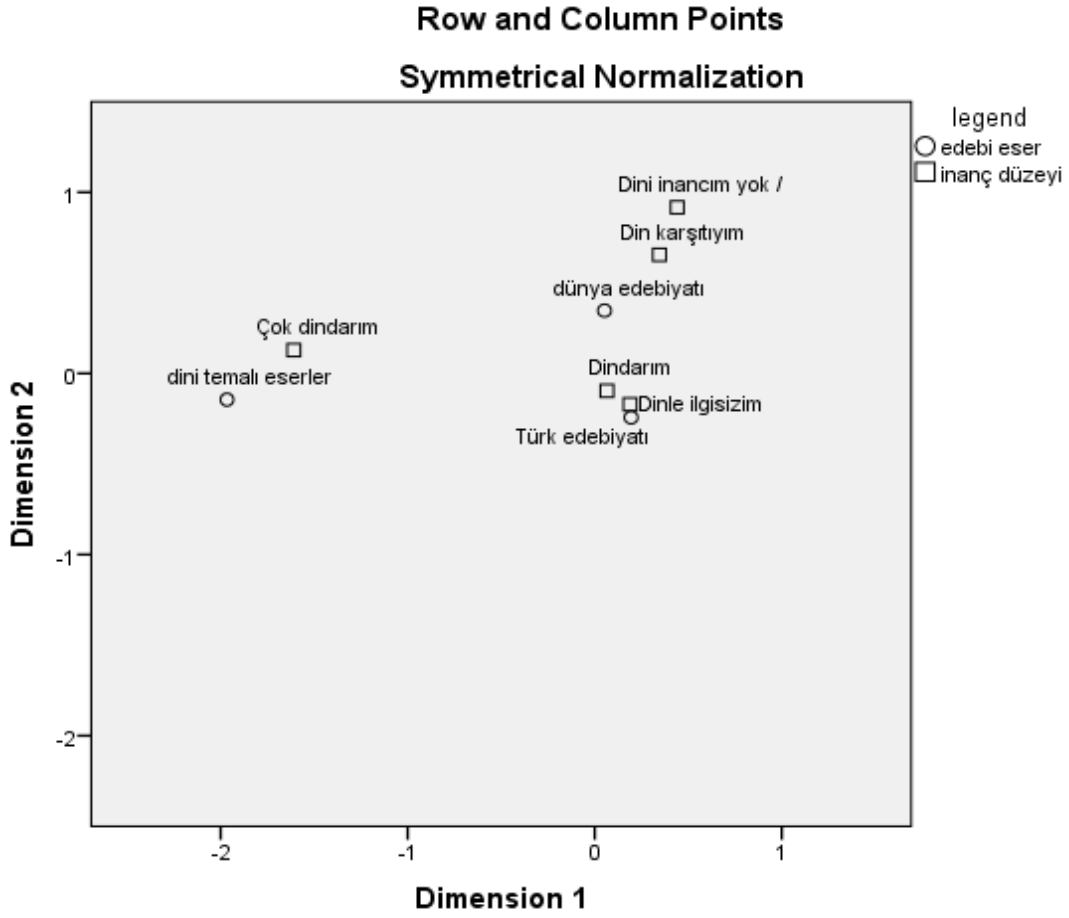
Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Tablo 53: Edebiyat Beğenisi ve İnanç Düzeyi Uyum Analizi Özeti

Boyutlar	Tekil Değer	Inertia	Ki-Kare	P	Açıklanan Inertia	Toplamalı Inertia
1	0.267	0.071	49.003	0.000	0.915	0.915
2	0.081	0.007			0.085	1.000
Toplam		0.078			1.000	1.000

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Yukarıdaki tabloda, inanç düzeyi ve edebi eser beğenisinin uyum analiz raporu incelendiğinde, toplam inertianın, birinci boyutta %91.5, ikinci boyutta binde 85 açıklanmıştır. Dindarım ve dinle ilgisizim yanıtının Türk edebiyatı ile, çok dindarım yanıtının dini temalı eserler ile, dini inancım yok ve din karşıtıyım yanıtlarının dünya edebiyatı ile yakın ilişkili olduğu aşağıdaki grafikte görülmektedir:



Grafik 2: Edebi Eser Beğenisi ve İnanç Düzeyi Uyum Analizi

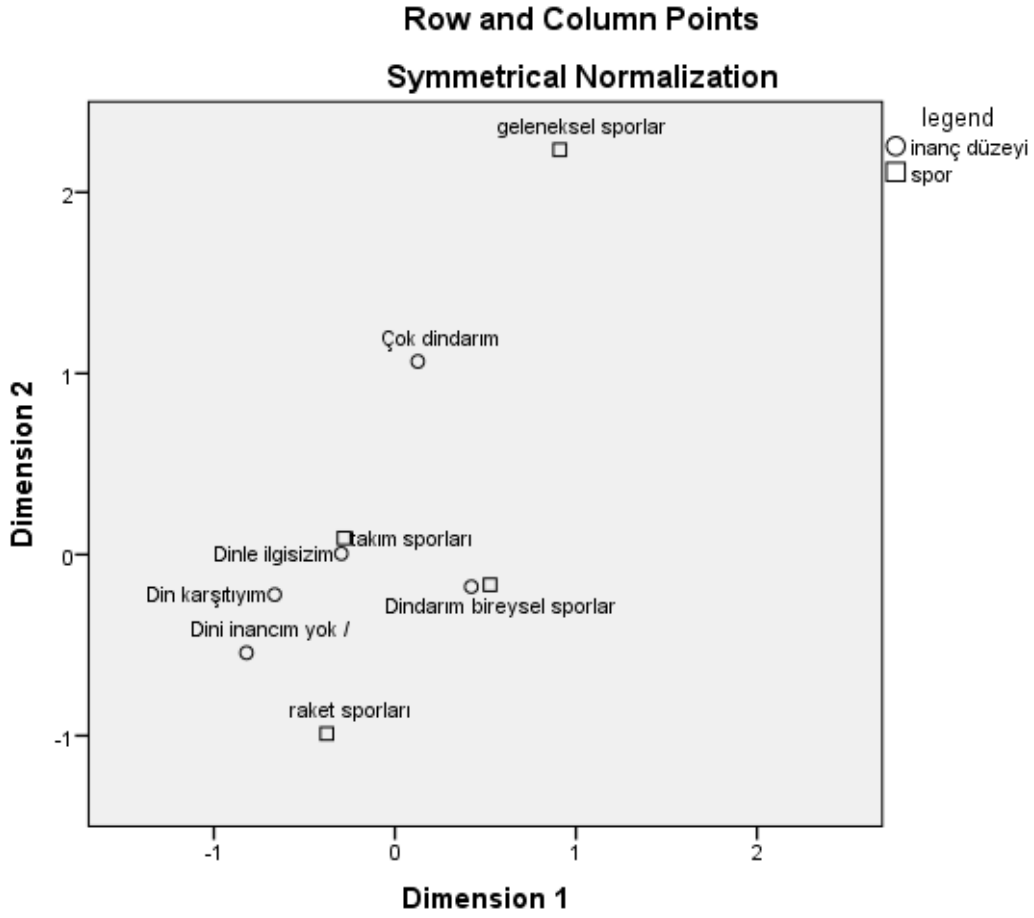
Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Tablo 54: Spor Beğenisi ve İnanç Düzeyi Uyum Analizi Özeti

Boyutlar	Tekil Değer	Inertia	Ki-Kare	P	Açıklanan Inertia	Toplamalı Inertia
1	0.158	0.025	32.644	0.08	0.597	0.597
2	0.126	0.016			0.381	0.978
3	0.30	0.001			0.22	1.000
Toplam		0.042			1.000	1.000

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Aşağıdaki grafikte spor kategorileri ve inanç düzeyi uyum analizinde, dinle ilgisizim yanıtı takım sporları ile dindarım yanıtı bireysel sporlar ile yakın bir ilişki içinde görülmektedir.



Grafik 3: İnanç Düzeyi ve Spor Kategorileri Uyum Analizi

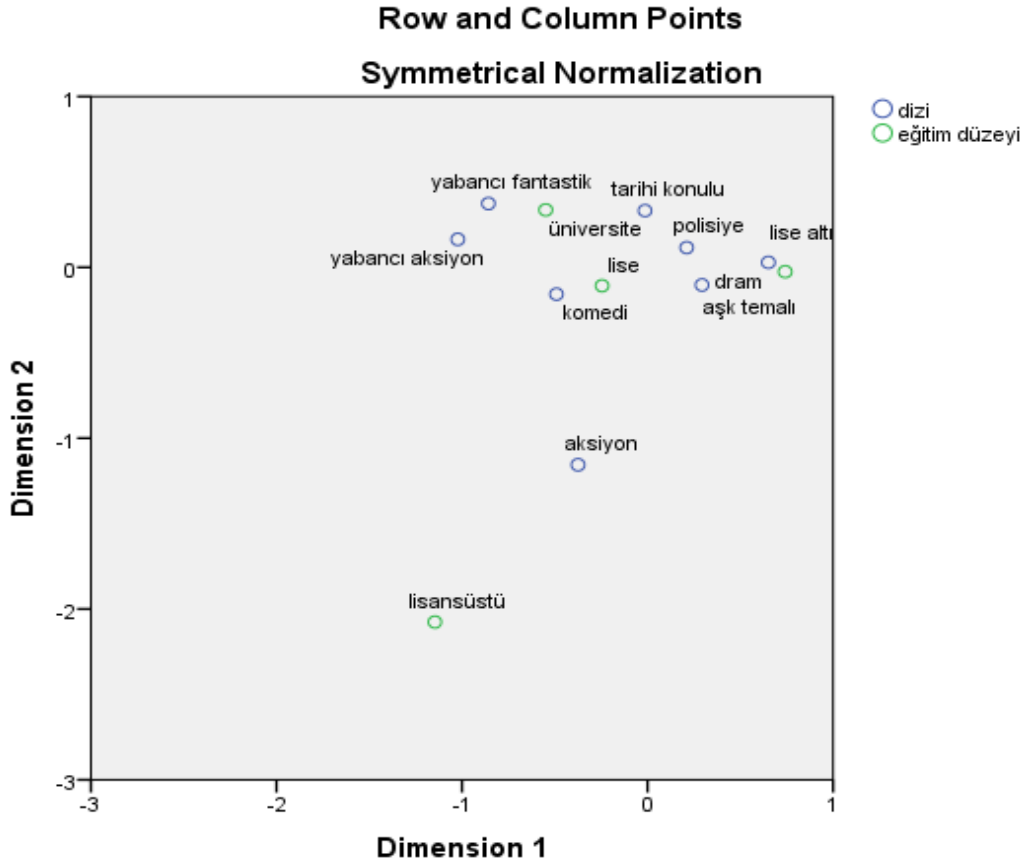
Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Tablo 55: Dizi Beğenisi ve Eğitim Düzeyi Uyum Analizi Özeti

Boyutlar	Tekil Değer	Inertia	Ki-Kare	P	Açıklanan Inertia	Toplamalı Inertia
1	0.317	0.101	97.965	0.000	0.810	0.810
2	0.116	0.014			0.109	0.919
3	0.101	0.010			0.081	1.000
Toplam		0.116			1.000	1.000

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Eğitim düzeyi ile dizi beğenisi arasındaki ilişki uyum analizi ile incelenmiştir. Bu doğrultuda, eğitim düzeyi lise altı olan katılımcıların dram, aşk temalı, polisiye dizi kategorileriyle yakın ilişkili olduğu görülmüştür. Üniversite düzeyinde yabancı dizi kategorileri yakın ilişkilidir. Lise düzeyinde komedi dizilerinin yakınlığı görülmüştür.



Grafik 4: Dizi Beğenisi ve Eğitim Düzeyi Arasındaki Uyum Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

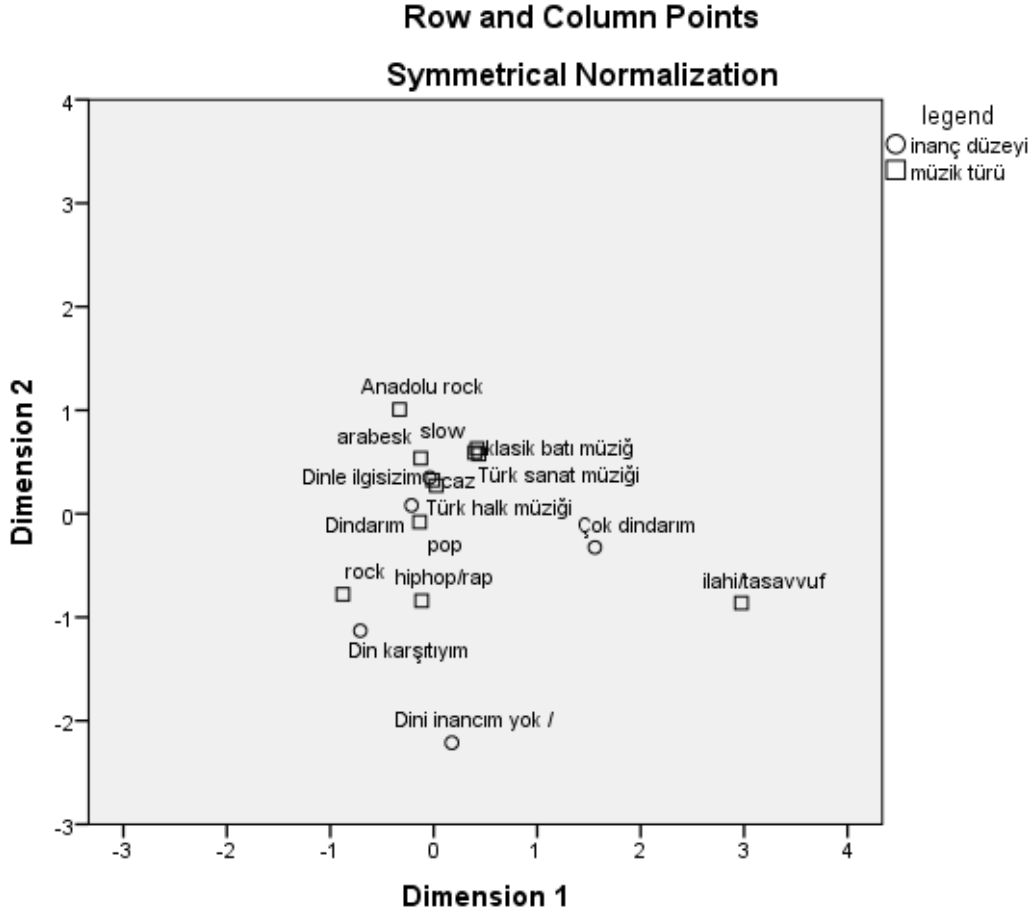
Tablo 56: Müzik Beğenisi ve İnanç Düzeyi Uyum Analizi Özeti

Boyutlar	Tekil Değer	Inertia	Ki-Kare	P	Açıklanan Inertia	Toplamalı Inertia
1	0.318	0.101	148.524	0.000	0.593	0.593
2	0.246	0.061			0.356	0.949
3	0.075	0.006			0.033	0.982
4	0.055	0.003			0.018	1.000
Toplam		0.171			1.000	1.000

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Yukarıdaki tabloda inanç düzeyi ile müzik türlerinin uyum analizi raporundan görüldüğü üzere dört boyut elde edilmiştir. Birinci boyut toplam inertia değerini %59.3, ikinci boyut %35.6, üçüncü boyut binde 33 ve dördüncü boyut binde 18 açıklar. İnanç düzeyi ile müzik türleri arasında yapılan uyum analizinde, ilişkiler aşağıdaki grafikte net biçimde görülmektedir: Dinle ilgisizim yanıtı ile caz ve arabesk yanıtları arasındaki ilişki iç içe geçmiştir. Çok yakın ilişki içindeki iki diğer bileşen; dindarım konumu ile Türk halk

müziğidir. Din karşıtıym şeklinde konum alanların hiphop/rap ve rock ile yakın ilişkili olduğu görülmektedir.



Grafik 5: İnanç düzeyi ve müzik türleri uyum analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

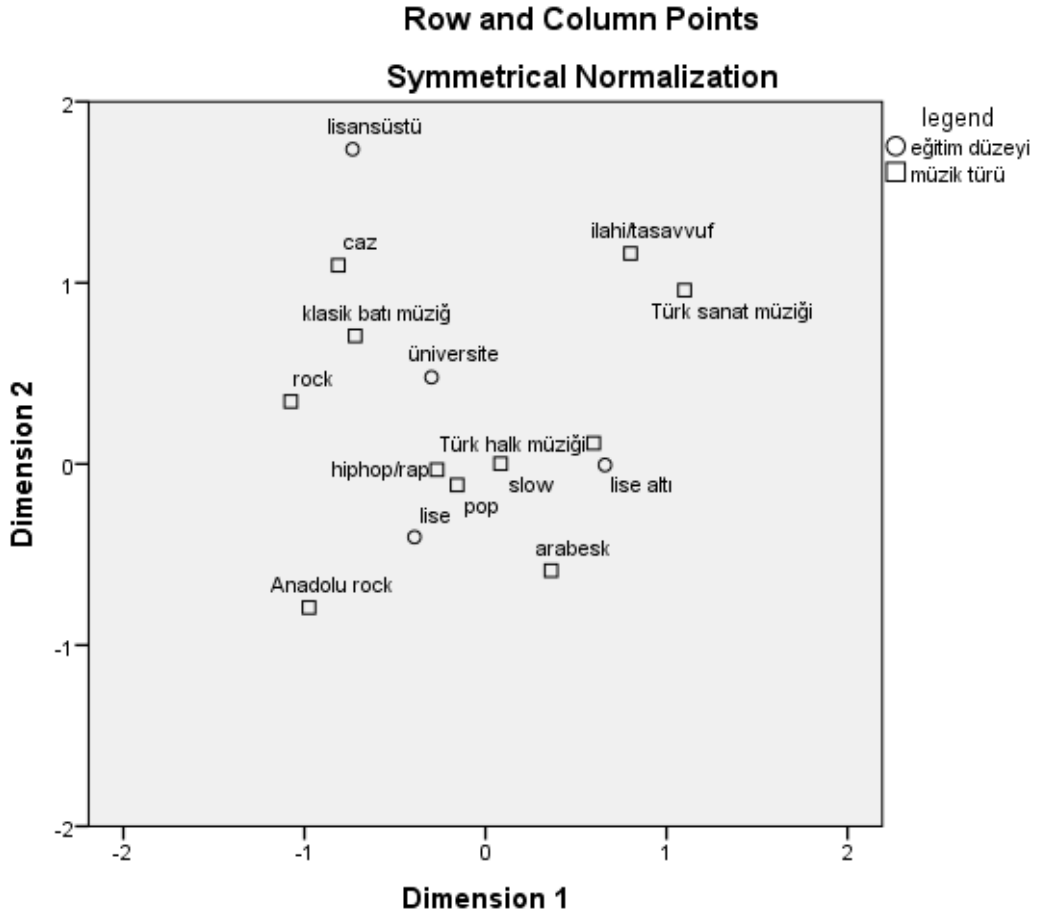
Aşağıdaki tabloda eğitim düzeyi ile müzik türü arasında yapılan uyum analizinin özet tablosu görülmektedir. Bu tabloya göre toplam inertia, birinci boyutta %64.6, ikinci boyutta %30.9, üçüncü boyutta binde 45 açıklanmıştır.

Tablo 57: Müzik Beğenisi ve Eğitim Düzeyi Uyum Analizi Özeti

Boyutlar	Tekil Değer	Inertia	Ki-Kare	P	Açıklanan Inertia	Toplamalı Inertia
1	0.243	0.059	79.748	0.000	0.646	0.646
2	0.168	0.028			0.309	0.955
3	0.064	0.004			0.045	1.000
Toplam		0.092			1.000	1.000

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Aşağıdaki grafikte eğitim düzeyi ile müzik türü arasında yapılan uyum analizi incelenmektedir; lise altı eğitim düzeyi ile Türk halk müziği yakın ilişkili olarak görülmektedir. Bir başka yakın ilişki lise eğitim düzeyi ile pop ve hiphop/rap türleri arasındadır. Üniversite ile klasik batı müziğinin de ilişkisi yine grafikte görülmektedir.



Grafik 6: Eğitim dağılımı ve müzik türleri uyum analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

3.4. Beğenilerin Çoklu Uyum Analizleri

Beğenilerin çoklu uyum analizleri üç ve daha fazla kategorinin birbiri ile ilişkisin ortaya koymak için yapılmıştır. 10 grafik ile çeşitli kategorilerin birbiri ile ilişkisi ortaya konmuştur.

Eğitim düzeyi, cinsiyet, yaş, en uzun süre yaşanan yer, yaş, gelir düzeyi, meslek grupları ve inanç düzeyi değişkenlerinin, beğeni ile ilişkileri, beğeni üzerinde yarattıkları farklılaştırıcı ve ortaklaştırıcı durumlar üzerinde durulmuştur. Bu değişkenlerin hem

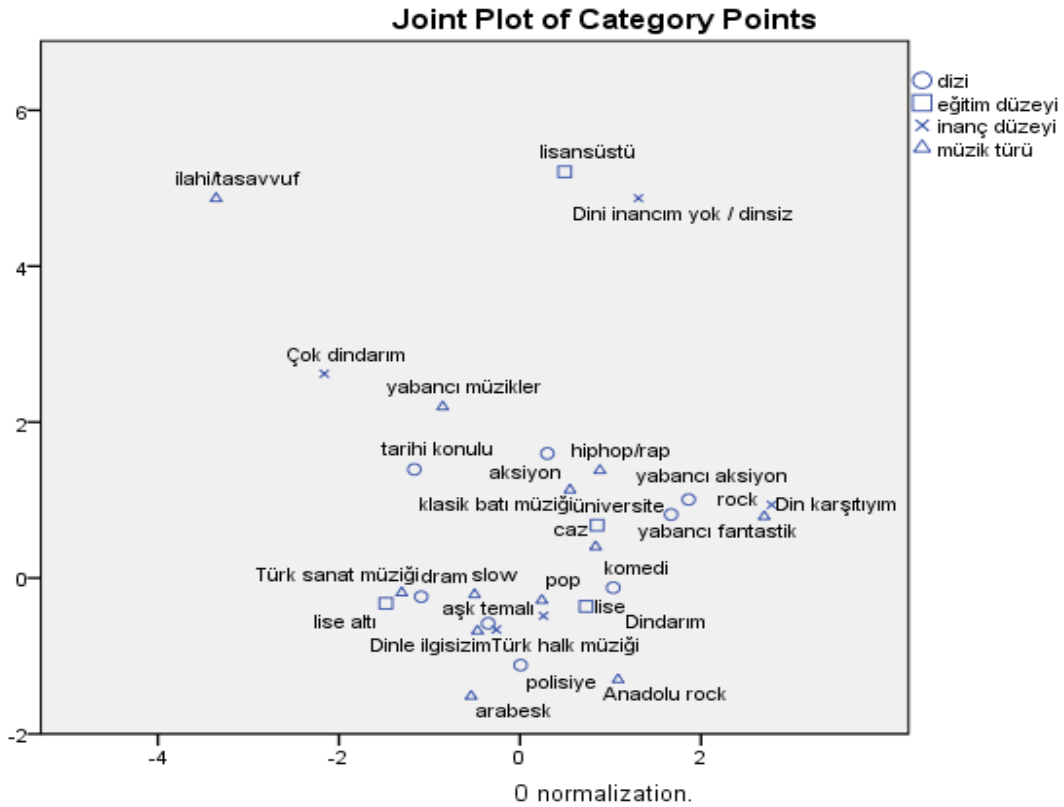
birbiriyle hem de çeşitli beğeni düzeyleri ile kurduğu ilişkiler ise çoklu uyum analizi ile incelenmiştir. Aşağıdaki grafiklerde çeşitli değişkenlerin ilişkileri ortaya konmuştur.

Tablo 58: Grafik 7 Çoklu Uyum Analizi Özeti

Boyutlar	Toplam (Eigenvalue / özdeğer)	Inertia
1	1.841	0.460
2	1.577	0.394
Toplam	3.419	0.855

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Daha önce de ifade edildiği üzere, inertia çoklu uyum analizinde varyans yerine kullanılmaktadır. Yukarıdaki tablodan görüldüğü üzere, grafiğin (grafik 1) birinci düzeyde inertia %46, ikinci düzeyde %39.4, grafiğin ilişkiyi açıklama oranı toplamda %85.5'tir.



Grafik 7: Eğitim Dağılımı, İnanç Düzeyi, Müzik Türü ve Dizi Beğeni Çoklu Uyum Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

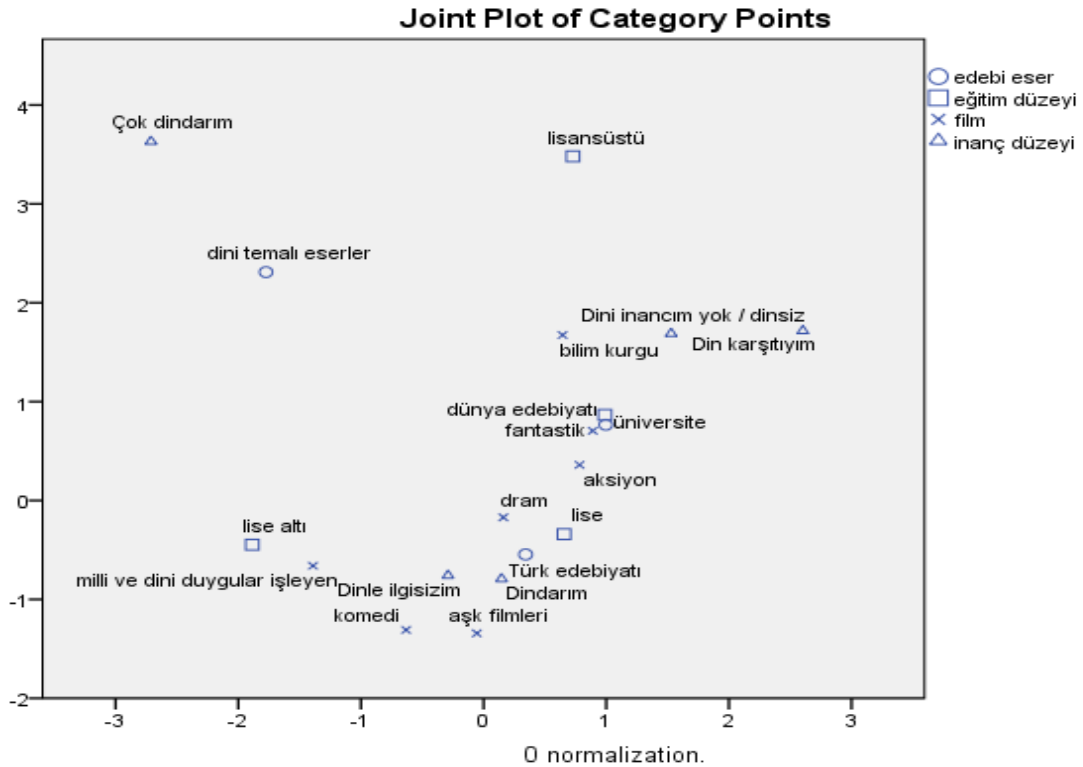
Yukarıdaki grafikte inanç düzeyleri ve eğitim dağılımları ile müzik ve dizi beğenisi ilişkisi ortaya konmuştur. Türk sanat müziği, dram ve lise altı eğitim düzeyinin; aşk temalı diziler, Türk halk müziği ve dinsiz olanlar; pop müzik, dindar ve lise eğitim düzeyi; din karşıtı, rock müzik yabancı aksiyon ve yabancı fantastik diziler arasında yakın ilişkiler görülmüştür.

Tablo 59: Grafik 8 Çoklu Uyum Analizi Özeti

Boyutlar	Toplam (Eigenvalue / özdeğer)	Inertia
1	1.795	0.449
2	1.523	0.381
Toplam	3.318	0.829

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Grafikğin birinci düzeyde inertia %44.9, ikinci düzeyde %38'dir. İki boyutun ilişkiyi açıklama oranı toplamda %82.9'dur.



Grafik 8: Eğitim Dağılımı, İnanç Düzeyi, Edebi Eser ve Film Beğenisi Çoklu Uyum Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

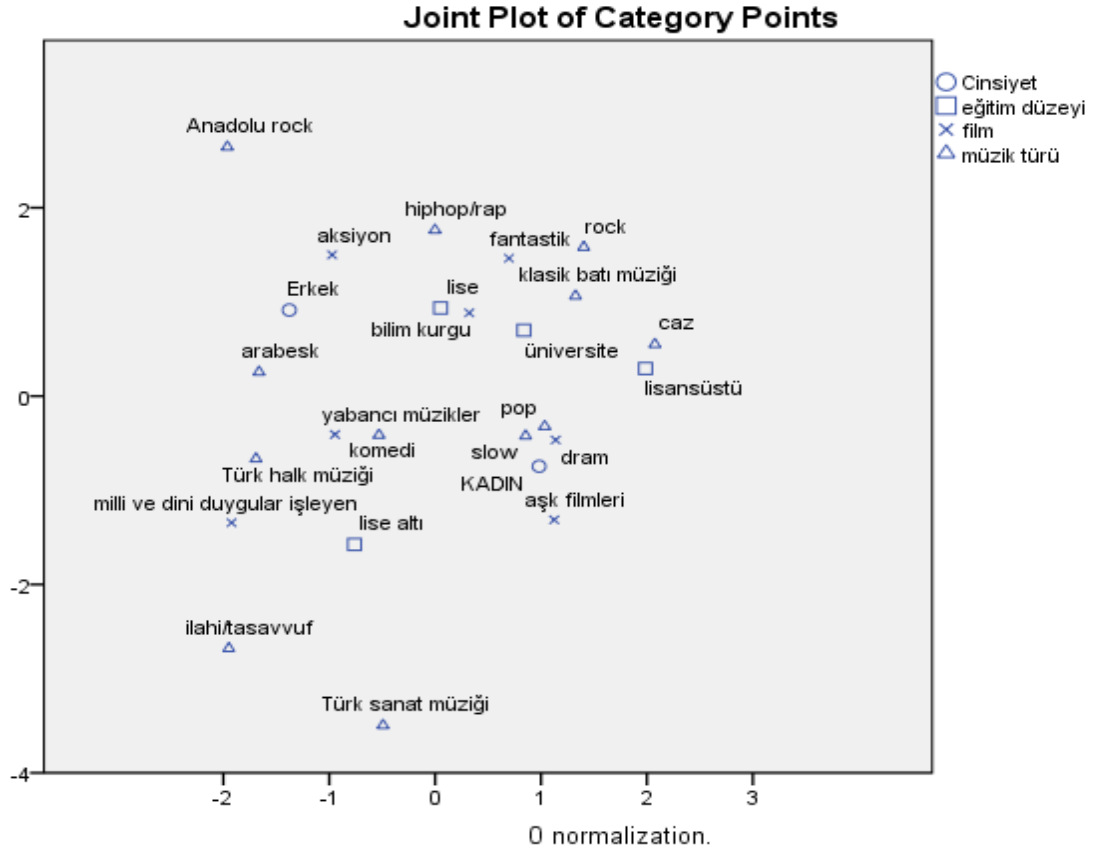
Grafikte eğitim düzeyi ve inanç düzeyinin, edebi eser ve film beğenisi incelenmiştir. Yukarıdaki grafikte birkaç kümelenme dikkat çeker. Bunlardan biri, eğitim düzeyi üniversite olan katılımcıların dünya edebiyat ve fantastik film beğenisi ile yakın ilişkisidir. Dinsiz ve din karşıtı olduğunu ifade edenlerin bilim kurgu beğenisi de birbiriyle yakın ilişki içindedir. Bir diğeri, kendisini dindar olarak konumlandıran, eğitim düzeyi lise olan, aşk filmleri ve Türk edebiyatı ile ilişkili gruptur. Bir başka kümelenme ise lise altı eğitim düzeyinde, milli ve dini duygular işleyen filmler ile ilişkili olan gruptur. Bu grafikte, dinle ilgisiz olarak konumlanmış katılımcıların, lise altı, milli ve dini konular işleyen filmler beğenen gruba ve aynı zamanda dindar, aşk filmleri ve Türk edebiyatı beğenisine sahip gruba benzer yakınlığa sahip olduğu görülür.

Tablo 60: Grafik 9 Çoklu Uyum Analizi Özeti

Boyutlar	Toplam (Eigenvalue / özdeğer)	Inertia
1	1.559	0.390
2	1.492	0.373
Toplam	3.050	0.763

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Grafiğin birinci düzeyde inertia %39, ikinci düzeyde %37.3'dir. İki boyutun ilişkiyi toplam açıklama oranı %76.3'tür.



Grafik 9: Eğitim Düzeyi, Cinsiyet, Film ve Müzik Türü Beğenisi Çoklu Uyum Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

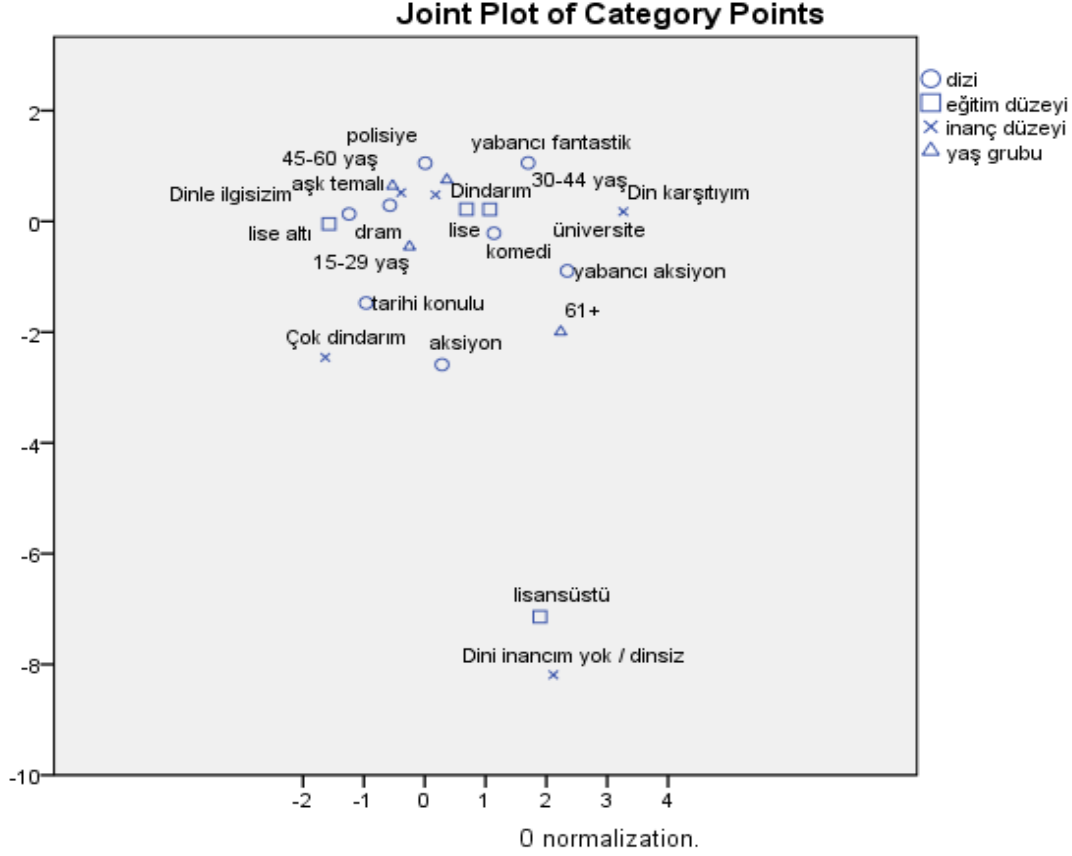
Bu tablodan; klasik batı müziği ve rock müzik, fantastik filmler birbiri ile ilişkili görülmüştür. Lise düzeyinde, bilim kurgu film beğenisi de bir grup olarak görülmektedir. Lise altı düzeyde, milli ve dini duygular işleyen filmler ve Türk halk müziği beğenisi de bir başka yakın ilişki grubudur. Yukarıdaki grafikte görülen bir diğer yakın ilişki kadınların dram filmleri, slow ve pop müzik ile ilişkisidir. Bu derece yakın bir ilişki söz konusu değilse de aksiyon filmleri, arabesk müzik ve erkekler arasındaki ilişki de grafikten görülmektedir.

Tablo 61: Grafik 10 Çoklu Uyum Analizi Özeti

Boyutlar	Toplam (Eigenvalue / özdeğer)	Inertia
1	1.590	0.397
2	1.322	0.330
Toplam	2.912	0.728

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Aşağıdaki grafiğin birinci düzeyde inertia %39.7, ikinci düzeyde %33, grafiğin ilişkiyi açıklama oranı toplamda %72.8'dir



Grafik 10: Eğitim Düzeyi, İnanç Düzeyi, Yaş Grubu ve Dizi Beğenisi Çoklu Uyum Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

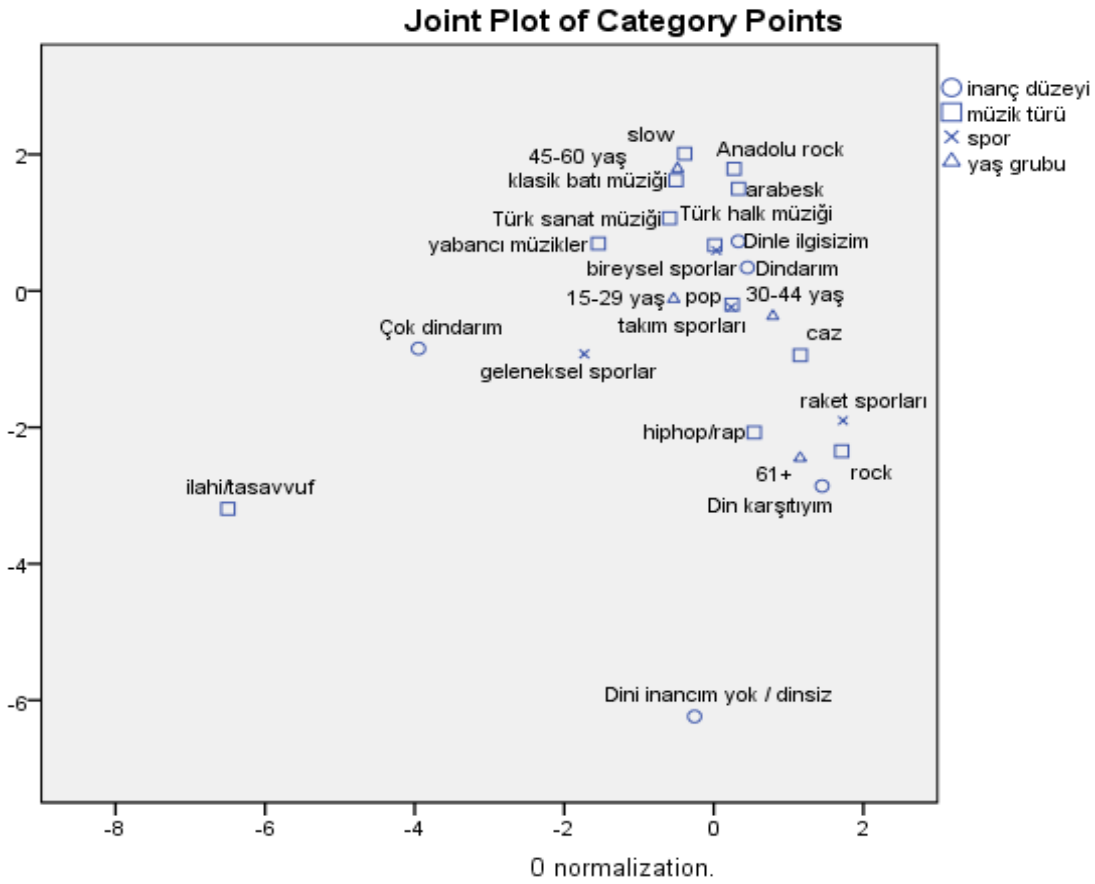
Yukarıdaki grafikten; 45-60 yaş aralığında, aşk temalı ve dram filmler, dinle ilgisiz olan ve lise altı eğitim düzeyindeki kişilerden oluşan bir grup yakın ilişkili görülmektedir. Dindar, lise ve üniversite eğitim düzeyinde, 30-44 yaş aralığında, polisiye ve komedi dizileri beğenen bir başka grup da yine grafikten görülmektedir. Son olarak çok dindar olduğunu ifade edenler ile tarih konulu ve aksiyon temalı dizilerin beğenisi arasında da yakın bir ilişki görülmektedir. Grafikteki birikme kategoriler arasında büyük farklılıklar olmadığına işaret etmektedir. Yine de bu birikmelerden çıkan sonuca göre beğeniler birbirine benziyor olsa da grafik derinlemesine incelendiğinde kategoriler arasındaki ilişkiler gün yüzüne çıkmaktadır.

Tablo 62: Grafik 11 Çoklu Uyum Analizi Özeti

Boyutlar	Toplam (Eigenvalue / özdeğer)	Inertia
1	1.620	0.405
2	1.419	0.355
Toplam	3.039	0.760

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Aşağıdaki grafiğin birinci düzeyde varyansı %40.5, ikinci düzeyde %35.5, grafiğin ilişkiyi açıklama oranı toplamda %76'dır.



Grafik 11: İnanç Düzeyi, Yaş Grubu, Spor ve Müzik Türü Çoklu Uyum Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Yukarıdaki grafikte bir yoğunlaşma görülmektedir. Bu yoğunlaşma inanç düzeyi, yaş grubu, spor ve müzik beğenisi arasında benzerlik ilişkisini gösterir. Derinlemesine incelendiğinde, birbiri ile yakın ilişkili kategoriler göze çarpar. Örneğin, 45-60 yaş aralığında, klasik batı müziği ile slow müzik beğenisi yakın ilişkilidir. Dinle ilgisiz olarak konumlananların dindar olanlar ile aynı ilişki kümesinin içinde olduğu görülmektedir:

bireysel sporlar, Türk halk müziği beğenisi ile inanç düzeyi birbirinden farklı iki grup yakın ilişki içindedir. Öne çıkan bir başka küme, 15-29 yaş ve 30-44 yaş aralığında, pop müzik, takım sporları beğenisinin yakın ilişkisidir. Son olarak 61 ve üzeri yaş grubunda, rock müzik ve din karşıtı olma hali birbiriyle yakın ilişkilidir.

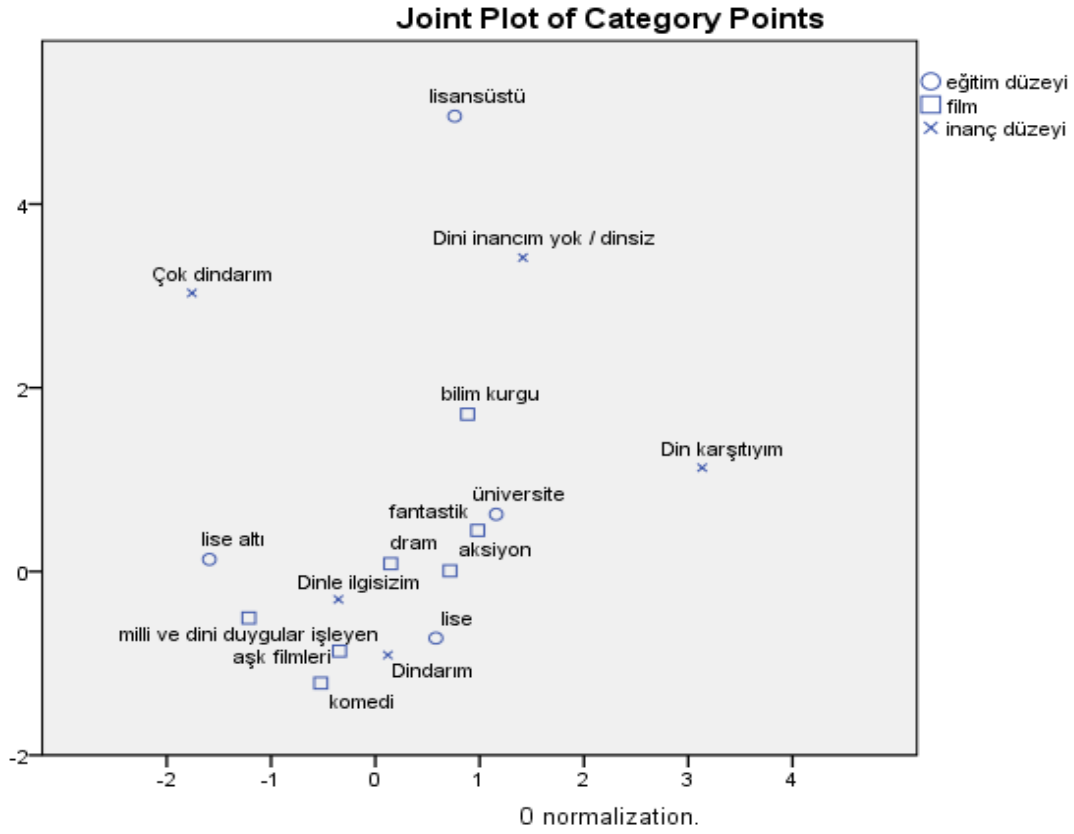
Aşağıda eğitim düzeyi, film beğenisi ve inanç düzeyleri arasındaki çoklu uyum analizinin özet tablosu vardır. Bu tabloya göre, toplam inertianın birinci boyutta %49.3'ü, ikinci boyutta %43.1'i ve toplamda %92.4'ü açıklanmıştır.

Tablo 63: Grafik 12 Çoklu Uyum Analizi Özeti

Boyutlar	Toplam (Eigenvalue / özdeğer)	Inertia
1	1.479	0.493
2	1.294	0.431
Toplam	2.773	0.924

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Aşağıdaki grafikte, eğitim dağılımı, film beğenisi ve inanç düzeyleri arasındaki ilişkiler görülmektedir. Dinle ilgisiz, dram, fantastik ve aksiyon film beğenisi ile üniversite eğitim düzeyi yakın ilişkili görülmektedir. Dindar, aşk, komedi, milli ve dini duygular işleyen filmler ile lise eğitim düzeyi de ilişkili görülmektedir.



Grafik 12: Eğitim Düzeyi, Film Beğenisi ve İnanç Düzeyi Çoklu Uyum Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

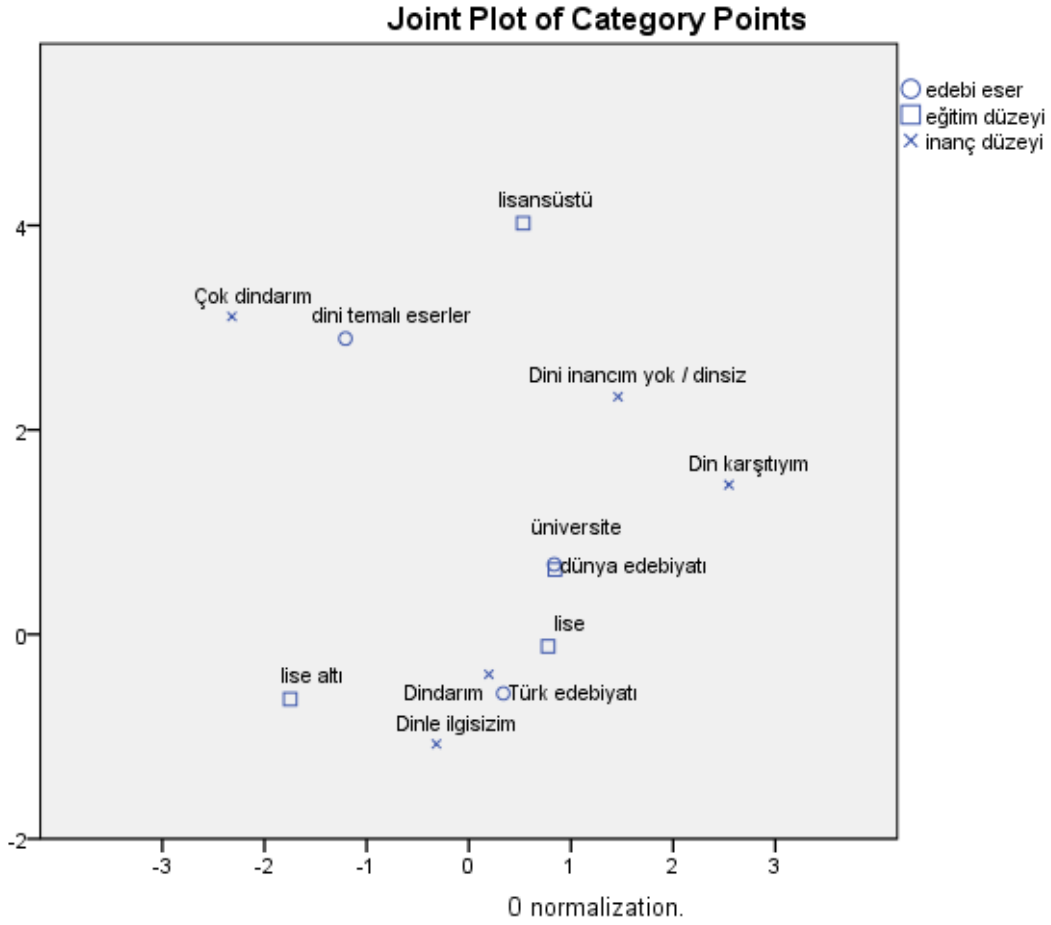
Aşağıdaki tabloda eğitim ve inanç düzeyi ile edebi eser beğenisinin grafik özet tablosu vardır. Bu tabloya göre birinci düzeyde inertia %53, ikinci düzeyde %44,4 ve toplamda %97.4 açıklanmaktadır.

Tablo 64: Grafik 13 Çoklu Uyum Analizi Özeti

Boyutlar	Toplam (Eigenvalue / özdeğer)	Inertia/
1	1.590	0.530
2	1.332	0.444
Toplam	2.921	0.974

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Eğitim düzeyi, inanç düzeyi ve edebi eser beğenisi aşağıdaki çoklu uyum analizi grafiğinde görülmektedir. Çok dindarlar ile dini temalı eserler arasındaki ilişki, üniversite eğitim düzeyi ile dünya edebiyatı ve dindar ile dinle ilgisiz olanların Türk edebiyatı ile ilişkileri grafikte görülmektedir.



Grafik 13: Eğitim Düzeyi, İnanç Düzeyi ve Edebi Eser Beğenisi Çoklu Uyum Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

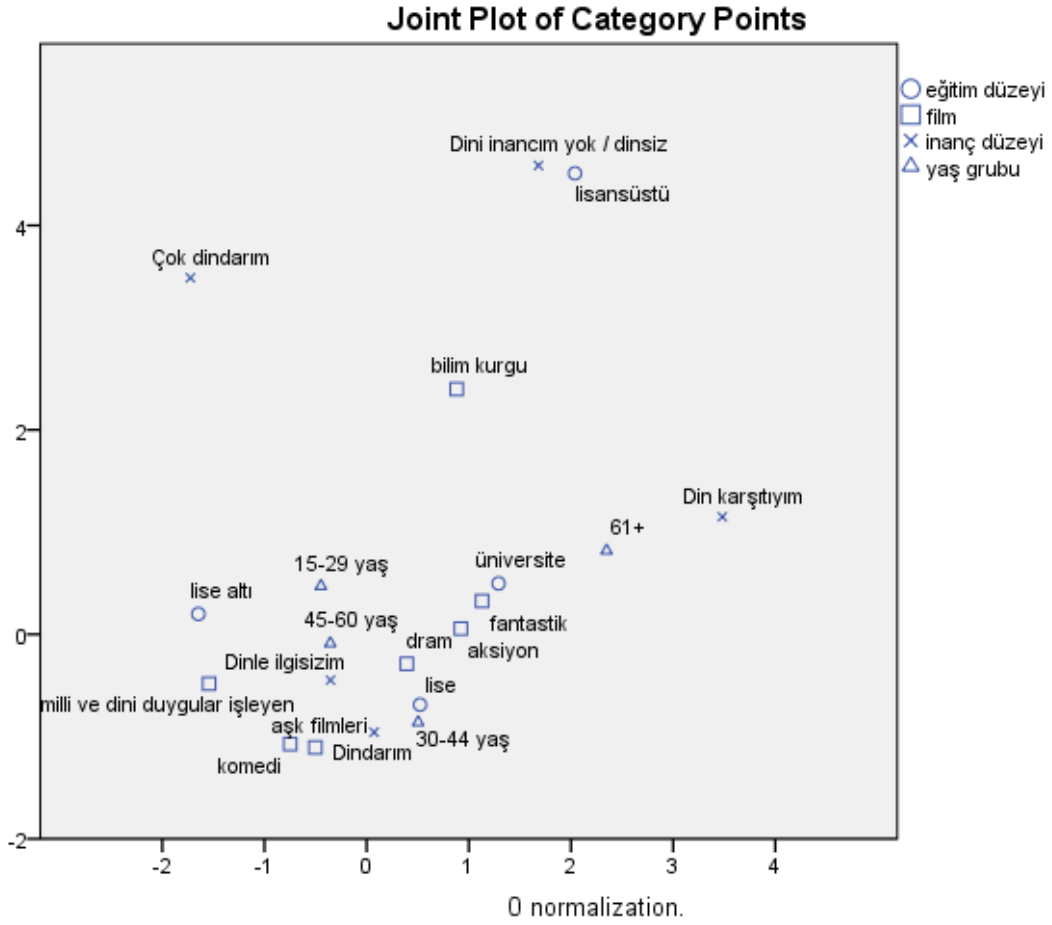
Tablo.da görülene göre ilişkiler grafik 8’de inertia birinci boyutta %37.1, ikinci boyutta %31.5 ve toplamda %68.6 açıklamaktadır.

Tablo 65: Grafik 14 Çoklu Uyum Analizi Özeti

Boyutlar	Toplam (Eigenvalue / özdeğer)	Inertia
1	1.483	0.371
2	1.259	0.315
Toplam	2.742	0.686

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Aşağıda dört bileşenli çoklu uyum analizi grafiğinde, eğitim düzeyi, inanç düzeyi ve yaş grupları ile film beğenisi ilişkili ortaya konmuştur. Bu grafiğe göre, 30-44 yaş aralığında, lise eğitim düzeyi ile dindar olan ve aşk ve komedi filmleri beğenisi yakın ilişkili görülmektedir.



Grafik 14: Eğitim Düzeyi, İnanç Düzeyi, Yaş Grubu, Film Beğenisi Çoklu Uyum Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Tabloda inertia birinci boyutta %35.5, ikinci boyutta %31.1 ve toplamda %66.6 açıklanmıştır.

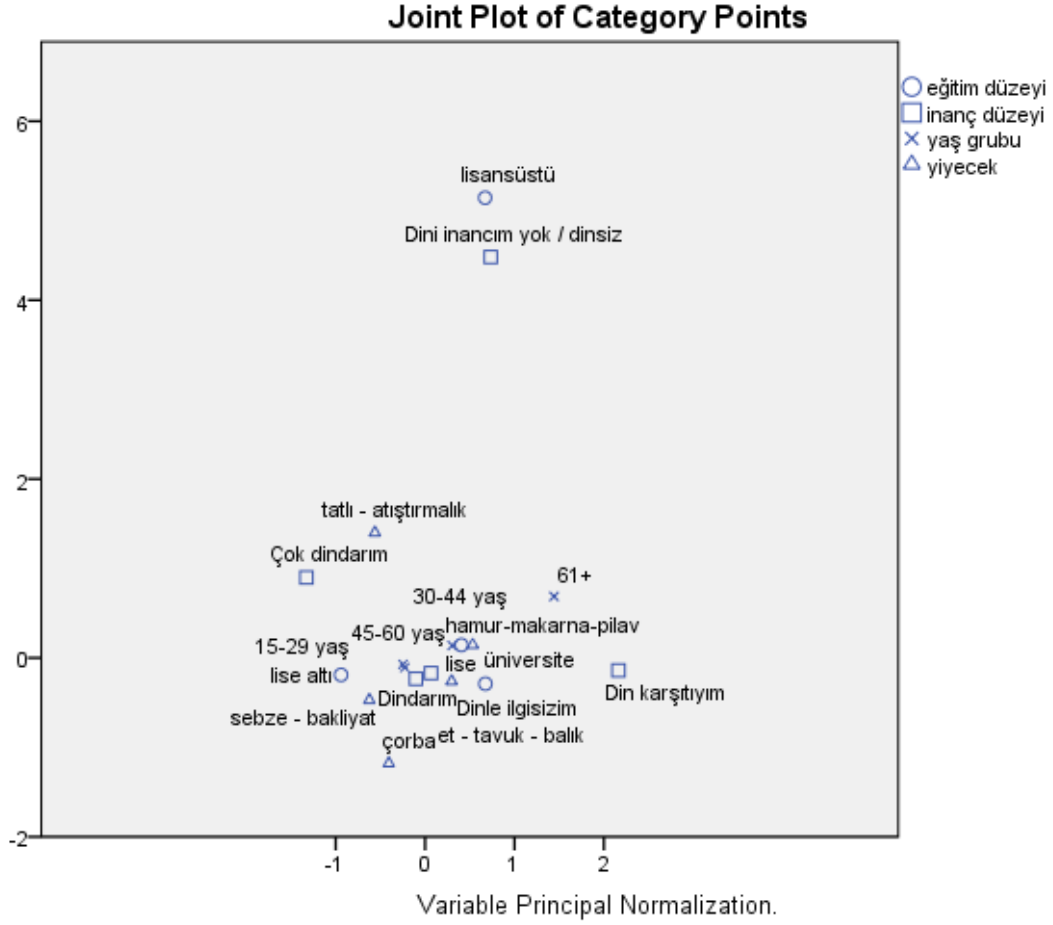
Tablo 66: Grafik 15 Çoklu Uyum Analizi Özeti

Boyutlar	Toplam (Eigenvalue / özdeğer)	Inertia
1	1.420	0.355
2	1.245	0.311
Toplam	2.665	0.666

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Aşağıdaki grafikte mevcut bileşenlerin birbiri ile ilişkilerinin farklılık üzerine kurulu olmadığı görülmektedir. Bu ilişki ağının içinde birbiri ile yakın ilişkili kategoriler, 30-44 yaş aralığında, hamur-makarna-pilav beğenisi ile lise eğitim düzeyidir. Bir başka ilişkili

grup da 15-29 ve 45-60 yaş aralığında, dindar, dinle ilgisiz, et-tavuk-balık kategorisinin beğenisi ile üniversite eğitim düzeyidir.



Grafik 15: Eğitim Düzeyi, İnanç Düzeyi, Yaş Grubu ve Yemek Beğenisi Çoklu Uyum Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

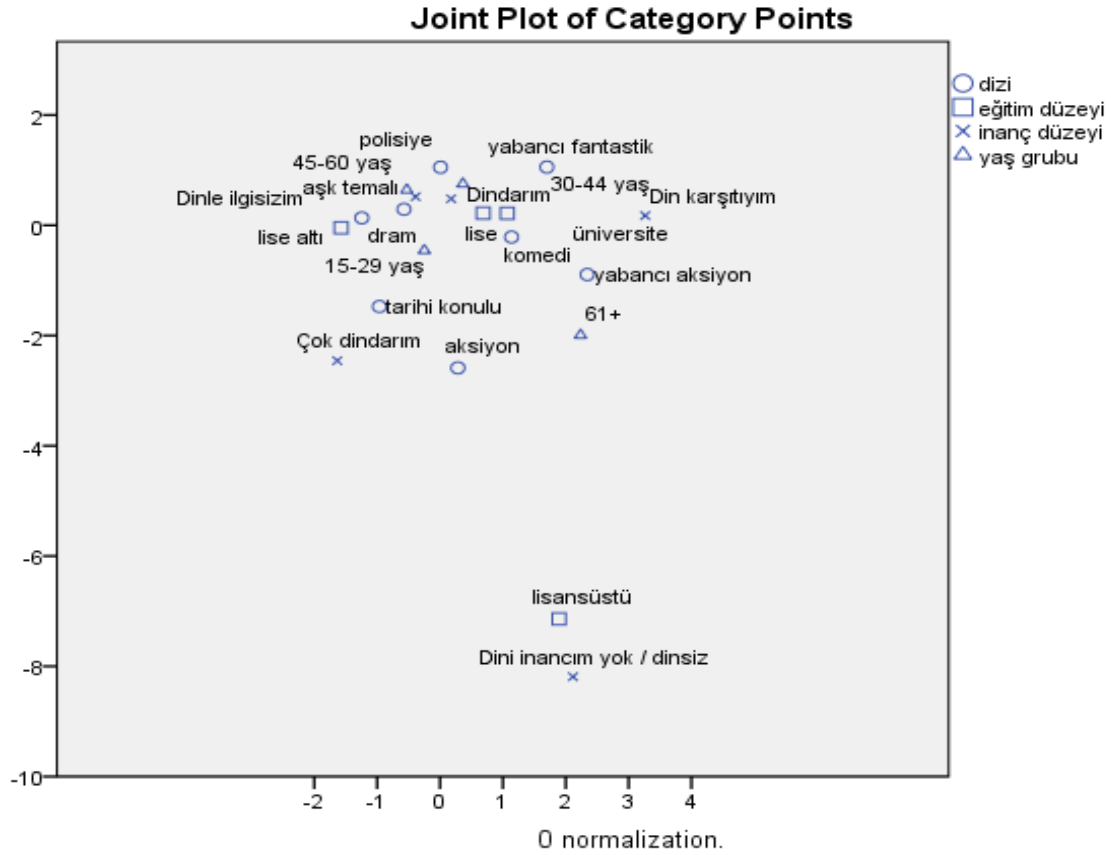
Dizi beğenisi, eğitim düzeyi, inanç düzeyi ve yaş grubu çoklu analizinin özet tablosuna göre, inertia birinci boyutta %39.7 ve ikinci boyutta %33 açıklanmıştır.

Tablo 67: Grafik 16 Çoklu Uyum Analizi Özeti

Boyutlar	Toplam (Eigenvalue / özdeğer)	Inertia
1	1.590	0.397
2	1.322	0.330
Toplam	2.912	0.728

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Grafiğe göre, bileşenlerin birbiriyle yakın ilişkili olduğu kısımlar söz konusudur. Örneğin, 45-60 yaş grubu, aşk ve polisiye dizi beğenisi ile dinle ilgisiz olanlar ve dindar olanlar ile 30-44 yaş aralığında lise, üniversite eğitim düzeylerinde komedi dizilerinin beğenileri yakın ilişkili görülmektedir.



Grafik 16: Eğitim Düzeyi, İnanç Düzeyi, Yaş Grubu ve Dizi Beğenisi Çoklu Uyum Analizi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Çoklu uyum analizi, üç ve daha fazla değişkenin iki düzeyde değerlendirilmesini sağlayarak, tüm bileşenler için uyum analizi yaparak, tabloları manuel birleştirme çabasını ortadan kaldırır. Yukarıdaki grafiklerden görüldüğü üzere, bu çalışmada elde edilen veriler ışığında, beğenide yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi ve inanç düzeyi önemli rollere sahip olduğu ortaya konmuştur. En uzun süre yaşanan yer beğenide belirleyici bir rol oynamamıştır. Gelir grupları ve meslek gruplarının beğenideki roller ise kimi düzeyler için farklılaştırıcı bir tarafta yer alırken, kimi düzeylerde etkisiz kalmıştır.

SONUÇ

Türkiye’de beğeni kültürlerinin ve beğeni kamularının ortaya konmasının kapısı bu tez çalışması ile aralanmaktadır. Beğeni kültürleri ve beğeni kamuları kavramsallaştırması Herbert Gans tarafından yüksek kültür-popüler kültür üzerine yapılan tartışmaları tarafsız bölgeye taşıma çabasının sonucudur. Gans’ın bu çabasında başarısı, kişisel konumu itibariyle tartışmaya açık olsa da kavramlar bu tarafsız bölgeyi sağlamaktadır. Beğeni çalışmaları sosyolojide Bourdieu’nün yaklaşımı etrafında yoğunlaşmaktadır. Ancak Bourdieu’nün tezinin Türkiye’nin sosyo-kültürel koşulları bağlamında beğenin açıklanmasında tek kaynak olamayacağı açıktır. Bunun nedeni, Bourdieu’nün yaklaşımının en fazla eleştirildiği nokta olan Paris koşullarında gerçekleştirilen çalışmanın sonuçlarının genelleştirilebilir olmamasıdır. Bourdieu’nün beğeni çalışması gerek teorik tartışmaların doyuruculuğu gerekse de çalışmanın saha boyutu düşünüldüğünde merkezi öneme sahip bir eser olmakla birlikte sonuçları itibariyle özel bir alanı derinlemesine incelemiş bir çalışmadır. Beğenin toplumsal bir inşa olması özelliğiyle, her toplumda farklı unsurların farklı derecelerde belirleyicilik potansiyeli söz konusudur. Paris için verili dönemde belirleyici olan beğeni hiyerarşisinin Türkiye koşullarında kaynakları farklıdır; dolayısıyla Bourdieu’nün çalışmasında kategorilere verdiği ağırlık, Türkiye örneğinde farklı ağırlıklar gerektirmektedir. Fransa’da toplumsal sınıfların etkileşim ve ilişkileri ile Türkiye’de toplumsal sınıfların ilişki ve etkileşimlerinin farklılaşması, bu ilişkiler üzerine inşa edilen beğenin de Fransa ve Türkiye’de farklı şekilde ortaya çıktığını gösterir. Bourdieu’nün yaklaşımının güç ilişkileri, sınıflar ve beğeni hiyerarşisini yadsımadığı göz önünde bulundurulduğunda, sunduğu teorik imkanlar, ele alınan sınırlar çerçevesinde yeniden değerlendirilerek ele alınmasını gerektirmektedir.

Beğeni, çoklu bir görünüm sergiler. Tekil ve sınırları kesin çizilmiş bir beğeni anlayışı, hiyerarşik, arkaik bir yaklaşım olarak görülmektedir. Beğenin çoğulluğu vurgusunu içeren Herbert Gans’ın yaklaşımı, Bourdieu’nün ortaya koyduğu teorik imkanı da içerecek şekilde ele alarak bir kuramsal çerçeve oluşturulmuştur. Bu açıdan beğenin çoğulluğuna ve bu biçimde bir açıklamaya olanak sağlayan şey, beğeni tartışmalarındaki yaklaşımların harmanlanması olacaktır. Bu çalışmada beğeni, toplumsal aktörün kendini

ifade etmesinin bir biçimi olarak değerlendirilmiştir. Çeşitli kategorilerdeki beğeniler, aktörün toplumsal konumuyla ilişkisi bağlamında incelenmiştir.

Türkiye’de Beğeni Kültürleri: Kesişimler ve Farklılaşmalar tezi, beğeni sosyolojisine hem teorik hem de ampirik bir katkı yapmayı amaçlamıştır. Bu amaç doğrultusunda, beğeni çalışmalarındaki öne çıkan isim ve yaklaşımlar incelenmiş ve ayrıntılarıyla değerlendirilmiştir. Çalışmamızın en güçlü yanı saha çalışmasının Türkiye evreninde gerçekleştirilmiş olup, beğeni kültürlerinin tespitinin objektif şartlar altında sağlanmış olmasıdır. Gerek beğeni konusundaki yaklaşımların ortaya konması gerekse de Türkiye’de beğeni kültürlerinin tespitini gerçekleştirme amacı açısından bu çalışma, beğeni sosyolojisi için önemli bir boşluğu doldurmaktadır.

Çalışmanın saha çalışmasında öne çıkan beğeniler incelendiğinde ortaya çıkan tablo aşağıda en geniş biçimde özetlenmiştir. Bu durumda müzik, spor, dizi, film, edebiyat, yiyecek-içecek beğenileri için çeşitli ilişkiler ortaya konmuştur: Katılımcının müzik türleri ve inanç düzeyleri beğenisi arasındaki ilişki incelendiğinde, çok dindarım, dindarım ve dinle ilgisizim diyenlerin arasında klasik batı müziği, Türk sanat müziği ve slow müzik beğenisinin oranı, dindarlık azaldıkça artmıştır. Tüm düzeylerde dindarım-dini inancım yok düzeyleri arasında, dindarlık arttıkça rock müziğinin beğenisinin azalması öne çıkmaktadır. Gelir düzeyleri üzerinden bir inceleme yapıldığında; pop, arabesk, rock, Türk halk müziği beğenisi gelir arttıkça azalmıştır; yaş aralığının artışında da müzik beğenisinde benzer kategorilerde azalma görülmüştür. Bunlara ek olarak hiphop/rap, ilahi/tasavvuf ve Türk sanat müziği beğenisinin oranlarının yaş aralığı arttıkça beğeni oranı azalan türler olduğu ortaya konmuştur. Eğitim düzeyi arttıkça klasik batı müziği beğenisi artmış; arabesk, Türk halk müziği, slow müzik ve yabancı müzik beğenisi azalmıştır. Cinsiyet düzeyinde yapılan incelemede, spor beğenisinde takım sporlarında erkeklerin, diğer tüm kategorilerde kadınların beğenisinin öne çıktığı görülmektedir.

Katılımcıların en uzun süre yaşadıkları yer değerlendirildiğinde, büyükşehirlerde yaşayanların beğeni oranları tüm kategorilerde en yüksek oranlara sahiptir; burada tek istisna, geleneksel spor beğenisinin ilçede ve büyükşehirde aynı orana sahip olmasıdır. Spor beğenisi ile inanç düzeyi arasındaki ilişki incelendiğinde, dindarlık azaldıkça raket sporları beğenisinin oranlarının azaldığı görülmüştür. Gelir grupları açısından ise takım

sporları ve bireysel sporlar, gelir düzeyi ile doğru orantılı olarak artış gösterir. Spor beğenisinin yaş grupları ile arasındaki ilişki ise ters orantılıdır; yaş aralığı yükseldikçe, spor beğenisi oranları düşmüştür. Eğitim yükseldikçe raket sporları ve geleneksel sporların beğeni oranlarının yükseldiği görülür. Dizi beğenisinde tarih temalı ve polisiye kategorilerinde erkeklerin beğenileri daha yüksek oranlıdır, bunun dışındaki tüm kategorilerde kadınların beğenisi öne çıkar. Yerleşim yeri açısından değerlendirildiğinde, en uzun süre yaşanan yer büyüdükçe aşk, komedi, dram, aksiyon ve yabancı fantastik kategorilerindeki beğeni oranı artmıştır. İnanç düzeylerinde çok dindarım, dindarım ve dinle ilgisizim kategorileri arasında tarih konulu dizi beğenisinin yakın oranları dikkat çeker. Buna ek olarak, dindarım dinle ilgisizim ve din karşıtıym kategorileri arasında yapılacak bir değerlendirmede yabancı aksiyon ve yabancı fantastik kategorilerinin beğenisi dinle kurulan mesafe arttıkça azaldığı görülmüştür.

Dizi beğenisi gelir ile ilişkili olarak değerlendirildiğinde, gelir düzeyi arttıkça tarih, aşk, komedi, polisiye ve yabancı fantastik kategorilerinin oranlarının azaldığı görülmüştür. Yaş ile, tarih, komedi, polisiye, dram, aksiyon ve yabancı fantastik dizilerinin beğenisi ters orantılıdır. Aşk temalı, polisiye ve dram kategorileri eğitim düzeyi yükseldikçe beğenisi düşen, yabancı aksiyon ve yabancı fantastik dizileri ise eğitim düzeyi yükseldikçe beğenisi artan kategorilerdir. Film beğenisi ile toplumsal cinsiyet ilişkileri incelendiğinde komedi ve bilim kurgu eserlerin beğenisinde kadınlar ve erkeklerin beğenisinin birbirine yakın olduğu, aşk filmleri, dram ve fantastik filmlerde kadınların, milli ve dini duygular işleyen filmler ile aksiyon filmlerinde ise erkeklerin beğenisinin öne çıktığı görülmektedir. Film beğenisinde en yüksek oranlar büyükşehirlerde en uzun süre yaşayan katılımcıların beğenileridir. Film beğenisi ile inanç düzeyi arasındaki ilişkide, dram filmleri ve fantastik filmler kategorilerinde dindar ve dinle ilişkisi olmayanların benzer beğeni oranlarına sahip olduğu görülmüştür. Tüm yaş gruplarında film beğenilerinin oranlarında düşme gözlenmiştir. Buna karşın film beğenisinde en yüksek oranlar 15-29 yaş grubunda görülmektedir.

Mesleki itibar puanları çerçevesinde incelendiğinde, milli ve dini duygular işleyen filmler ile komedi filmleri 0-30 ve 41-50 puan aralıklarındaki meslek gruplarında yakın oranlara sahip olduğu görülür. Eğitim düzeyi ile film beğenileri ilişkisinde aşk temalı, komedi, filmlerinde lise altı ve lise beğeni oranları birbirine oldukça yakındır. Benzer bir yakınlık lise ve üniversite düzeylerinde, bilim kurgu ile aksiyon film beğenilerinde görülmüştür.

Edebi eser beğenisinde kadınlar tüm kategorilerde en yüksek beğeni oranlarına sahiptir, aynı şekilde büyükşehirler de en uzun süre yaşanan yerler arasında en yüksek beğenilerin görüldüğü yerleşim yeridir. Edebi eser beğenisi ile inanç düzeyleri arasında yapılan incelemeye göre, Türk edebiyatı en yüksek dinle ilgisiz ve dindar konumlarında beğenilirken, dünya edebiyatı din karşıtı ve dini inancı olmayanlar arasında beğenilmiştir. Dini temalı eserler ise çok dindar ve dindar olan katılımcılar arasında en yüksek beğeniye ulaşmıştır. Edebi eserlerin gelir düzeyleri ile ilişkisi incelendiğinde gelir düzeyi yükseldikçe edebi eser beğenisinin tüm kategorilerde düştüğü görülmüştür. Yaş grupları ile ilişkisindeyse Türk ve dünya edebiyatı yaş aralığı yükseldikçe beğenisi düşen, dini temalı eserler ise bu türden bir ilişkinin bulunmadığı kategoriler olarak görülür. Türk ve dünya edebiyatı, lise düzeyinde en yüksek beğeniye, dini temalı eserler ise üniversite düzeyinde en yüksek beğeniye ulaşmıştır.

Yiyecek beğenisi ile cinsiyet değerlendirildiğinde, erkeklerin et-tavuk-balık beğenisinde öne çıktığı diğer kategorilerde ise kadınların beğenilerinin yüksek oranlara sahip olduğu görülmüştür. Yemek beğenisinde de içecek beğenisinde olduğu gibi, en uzun süre büyükşehirlerde yaşayanların beğenileri tüm kategorilerde en yüksek oranlara sahiptir. İnanç düzeyi ile yemek beğenisi birlikte değerlendirildiğinde, et-tavuk-balık kategorisinde en yüksek oran dinle ilgisizim konumundadır. Dinle ilgisiz olarak kodlanan katılımcıların öne çıkan bir diğer yiyecek beğenisi de çorba kategorisidir. Bunun dışındaki yiyecek kategorilerinde en yüksek oranlar dindar olarak kendisini tarif edenlerin beğeni oranlarıdır. Yemek beğenisi, gelir düzeyleri ile birlikte değerlendirildiğinde, gelir düzeyi yükseldikçe tüm kategorilerdeki yiyeceklerin beğeni oranında düşüş görülmektedir. Yine benzer biçimde, yaş aralığı yükseldikçe beğeni oranlarında düşüş söz konusudur. Yemek beğenisi ile eğitim düzeyi arasındaki ilişkide, lise altı ve lise düzeylerinde et-tavuk-balık, tatlı-atıştırmalık ve hamur-makarna-pilav kategorileri yükselirken, sebze-bakliyat ve çorba kategorileri düşmektedir. İçecek beğenisi değerlendirildiğinde, erkeklerin alkollü içecek beğenisinde yüksek oranlara ulaştığı ancak sıcak ve soğuk içecekler kategorilerinde kadınların beğenilerinin öne çıktığı görülmüştür. En uzun süre yaşanan yer incelendiğinde, tüm içeceklerin en yüksek beğeni oranları büyükşehirdedir. İçecek beğenisinin inanç düzeyi ile incelemesinde kendisini dindar olarak tanımlayanların alkollü içecek kategorisindeki beğeni oranı (%42.7) şaşırtıcı bir sonuç olmuştur. Bunun dışında sıcak ve soğuk içeceklerin en yüksek oranları dindar ve

dinle ilgisiz olduğunu ifade eden katılımcılarda görülmüştür. İçecek beğenisi gelir grupları bağlamında incelendiğinde gelir aralığı yükseldikçe içecek beğenilerinin tüm kategorilerde düştüğü görülmüştür. Bunun benzeri bir ilişki yaş gruplarında görülür; yaş aralığı yükseldikçe, içecek beğenisi düşer. İçecek beğenisi ve eğitim düzeyi arasındaki ilişkide ise lisansüstü düzey dışarıda bırakıldığında, eğitim düzeyi yükseldikçe sıcak içeceklerin beğenisinde düşüş gözlemlenmektedir.

Verilerden hareketle beğenilerin değerlendirilmesi şu sonuçları ortaya çıkarır: Eğitim seviyesi beğeni üzerinde belirleyici etkiye sahiptir. Eğitim düzeyi yükseldikçe film, dizi ve müzik gibi kategorilerde yerel beğeni aşılmakta ve yabancı türler beğeni oranı yüksek biçimde görülmektedir. Cinsiyetin de beğeni üzerinde farklılaşma yarattığı görülmektedir: Kadınlar ve erkekler arasında beğenin çeşitlenmesinde büyük ölçüde farklılık söz konusudur. Örneğin kadınların film, dizi, spor türlerinde beğendiklerini ifade ettikleri öğelerde oranlar arasında derin farklılıklar yoktur. Ancak erkeklerin beğenilerinde örneğin takım sporları gibi kategorik farklılığın diğerleri ile çok büyük oranda ayrıştığı görülmektedir. Bu beğenilen kategoriler arasında çeşitlenmeden ziyade belli türlerde yoğunlaşmayı ortaya çıkartmıştır. Gelir düzeyi ile en uzun süre yaşanan yerin beğeni üzerinde belirleyici etkisi tespit edilememiştir. En uzun süre yaşanan yerin beğeniyle ilişkisi rafine beğeni söz konusu olduğunda belirleyici bir özellik taşıyabilir; ancak bu çalışmada popüler kültür ürünleri beğenisi incelenmiştir. Popüler kültürün önemli özelliklerinden biri, hızlı ve geniş yayılım imkanına sahip olmasıdır. Gerek kitle iletişim araçları gerekse de internet aracılığıyla popüler kültür ürünleri çok geniş bir yayılım sağlamıştır ve her yerden erişim sağlanabilir hale gelmiştir. Gelir gruplarına gelindiğindeyse, çalışmada elde edilen verilerin bu ilişkiyi ortaya koymayı sağlamaması nedeniyle belirleyicilik düzeyinin tespiti mümkün olmamıştır. Çalışmada elde edilen en yüksek gelir beyanı 55.000 TL'dir ve bu meblağ beğeni-gelir ilişkisini ortaya koymaktan oldukça uzak kalmıştır. Yaş grupları ile yapılan değerlendirmede, beğenilerin birbirinden farklılaştığı görülmektedir. Gençlerin kültürü belirlemedeki rolü 30-44 yaş grubu sınır olarak kabul edilip bu grubun alt ve üstündeki yaş grupları karşılaştırması yapıldığında görülmüştür. İnanç düzeyinin beğenide belirleyici bir etkisi görülmemektedir.

İnanç düzeyinin beğeni üzerindeki belirleyiciliği eğitim düzeyleri ile birlikte düşünüldüğünde anlamlı hale gelir. Kendisini dindar/çok dindar olarak tanımlayan katılımcıların eğitim seviyeleri yükseldikçe “seküler” olduğu söylenebilecek beğenilerin

oranlarında yükselme gözlemlenmiştir. Örneğin raket sporlarının beğenisi, yüksek eğitim düzeyine sahip dindar/çok dindarlar arasında yüksektir. Seküler kimliğe yakın olduğunu ifade edenlerin de aynı şekilde raket sporları beğenisi eğitim düzeyinin yüksek olmasıyla ilişkilidir. İnanç düzeyleri, dindar ve seküler kimlikler incelendiğinde, dinle kurulan ilişkinin beğenide büyük farklılık yarattığı görülmemektedir. Kesişim yüzeyleri fazla, farklılaşmalarsa oldukça sınırlı kalmıştır.

Çalışmadaki kategoriler incelendiğinde, eğitim, meslek ve sınıftan bağımsız bir farklılaşmanın söz konusu olmadığı görülecektir. İnanç düzeyi bu tür durumlarda, kategoriler arasında kurulan ilişkiye eşlik etmektedir. Eğer bir farklılaşma kaynağı olarak ifade etmemiz gerekseydi, dindar ve din ile ilgisiz olarak kendini konumlandıranların, birçok kategoride aynı beğeni kültürüne sahip olması açıklanamazdı. Çalışmadan çıkan en önemli belirleyicinin eğitim düzeyi olduğudur; eğitimin beğeni üzerinde total bir etkiye sahiptir. Değişkenler tek tek ya da birlikte düşünüldüğünde aynı sonuca işaret etmektedir. Eğitim düzeyinin düşük ve yüksek olduğu durumlarda beğeniler her kategori için önemli veriler sunmuştur. Doğrudan eğitim düzeyinin incelendiği ya da dolaylı olarak eğitimin etkisinin olduğu meslek grubu gibi başlıklarda farklı kimlikler birbirinden ne kadar uzak olsa da benzer beğeni eğilimlerine sahip oldukları görülmüştür.

Çalışmada hipotezler tek tek değerlendirildiğinde bazı hipotezlerin doğrulandığını bazılarının yeterli veri oluşmamasından dolayı açıklanamadığı görülmektedir. “Eğitim düzeyi yükseldikçe beğeni rafine hale gelir” hipotezi hem yüksek kültür takipçilerine ulaşamamak nedenli veri eksikliği hem de tespit edilen beğeni kültürlerinin kesişim yüzeylerinin genişliği nedeniyle doğrulanamamıştır. “Eğitim düzeyi düştükçe beğeni sıradanlaşır” hipotezi ise beğenide eğitim düzeyinin doğrudan etkisi olduğu gözlemlenile ve saha verileriyle doğrulanmıştır. Beğeni kültürleri içinde eğitim hem teorik olarak hem de saha verilerinde görüldüğü üzere belirleyici etkiye sahiptir. “Sıradan” olma hali ise, erişimi için eğitim gerektirmeyen seçeneklere yöneldiği görüldüğü için doğrulandığı ifade edilebilir.

“Gençlerin beğenileri yetişkinlerin beğenilerinden farklılaşmıştır” hipotezi, yaş grupları incelemesiyle araştırılmıştır. Beğeni, homojen bir kavram olarak değerlendirilemeyeceği için farklılaşma çeşitli kategoriler arasında görülmektedir; yaş grupları söz konusu olduğunda önemli hale gelen bir vurgu, gençlerin kültür öğelerinin ortaya çıkışı ve

yayımlarında gücü elinde bulundurmasıdır. Gençler, kültür öğeleri ile ilişki kurmak noktasında bu etkinliğe ayıracak zaman ve para gibi faktörler nedeniyle diğer yaş kategorilerinden ayrılmakta ve bu ayrılığı belirleyici bir pozisyon haline getirmektedir. “Kişilerin en uzun süre yaşadıkları yerin beğenilerini belirler” hipotezi ise yanlıştır. Kitle iletişim araçlarının her büyüklükte/gelişmişlikte yerleşim yerine ulaşması bireylerin sosyal mecralardaki etkinliği artmıştır. Bu açıdan özellikle internet çok önemli bir araçtır. İnternet aracılığıyla beğenilerde büyükşehirler ile köyler arasında bir farklılık oluşması mümkün görünmemektedir.

“İnanç düzeyleri birbirine yakın olan kişilerin beğenileri ortaklaşır” hipotezi çeşitli kategorilerde doğrulanmıştır. Beğeni kavramı bir bütün olarak değerlendirildiğinde dini inanç düzeyinin belirleyici etkisi görülmemektedir; ancak kategoriler incelendiğinde yakın ve uzaklıkta rol oynadığı görülmektedir. Örneğin içecek beğenisinin bir kategorisi olan alkollü içeceklerde, inanç düzeyi görece bir uzaklık ve yakınlık ölçeği görevi görmektedir. “Farklı sosyal grupların ortak beğenileri vardır”; sosyal gruplar bu çalışmada beğeni kamuları olarak ele alınmıştır. Hipotez doğrulanmaktadır; çalışmada tespit edilen beğeni kamuları bu bağlamda ele alınmıştır. “Gençlerin beğenileri hepçildir”; hepçillik tezi beğeni sosyolojisi bölümünde de değinildiği üzere, popüler kültür çalışmaları içinde bir yaklaşıma işaret etmektedir; aktörlerin tercih ve eğilimlerinde çoğulluğa işaret ettiği söylenebilir. Bu açıdan yaş kategorileri incelemesinden hareketle gençlerin hepçil olduğu görülmüştür.

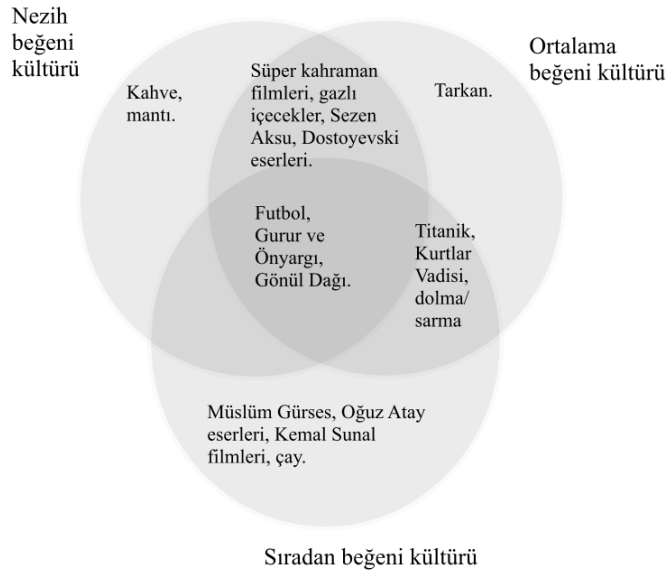
“Eğitim seviyesi yükseldikçe yerel beğeni aşılar” hipotezi, eğitim düzeyi yüksek katılımcıların yabancı kültürel öğeleri beğendiğini ifade etmesiyle doğrulanmıştır. “Beğeni, cinsiyete göre farklılaşır” hipotezi de doğrulanmıştır; toplumsal cinsiyet ve beğeni üzerine yapılan incelemelerde kadın ve erkeklerin kesişen beğenileri olsa da farklı kategorilere yöneldikleri görülmüştür. “Mesleki itibar puanı yükseldikçe beğeni farklılaşır”; hipotezinde altı çizilen itibar, mesleklerin birer statü aracı olarak görülmesine neden olmaktadır. Bu açıdan mesleki itibarı yüksek (puanı yüksek) mesleklere sahip bireylerin, toplumda bir “rol” üstlendiği söylenebilir; sosyal olarak inşa edilen beğenin, bir başka sosyal inşa olan mesleki itibar ile ilişkisi vardır. Ancak bu çalışmada beğeniler hiyerarşik olarak sınıflandırılmadığı için bu farklılaşmanın yönünü tespit etmek mümkün değildir. Yalnızca beğeni hiyerarşisinin kurulduğu bir bakışla mesleki itibar puanının beğenideki farklılaşmasının “olumlu/olumsuz” olduğu ortaya konulabilir.

Bu çalışmada beğenilerin çeşitli değişkenler aracılığıyla incelemesinin yapılmasının yanı sıra Türkiye'deki beğeni kültürleri ve beğeni kamularının da tespiti amaçlanmıştır.

Beğeni kültürlerinin tespiti için Gans'ın üçlü kategorizasyonu temel alınmıştır: Asil, sıradan, kültürsüz. Bu üç beğeni kültüründen asil kültür çalışmanın kapsamının dışında kalmıştır. Bu kapsam dışı olma hali, çalışmanın saha araştırması süresinde, yeterli sayıda bu sınıftan katılımcıya erişememiş olmaktan kaynaklanmıştır. Bu kültür üzerine yapılmış çalışmalardan hareketle, bu sınıfa ulaşmanın zorlukları ve zaman-bütçe değerlendirmesi yapıldığında, saha araştırmasının boyutlarından oldukça uzak bir konumda kalmış olduğu görülmüştür. Gans'ın sıradan ve kültürsüz olarak adlandırdığı beğeni kamuları bu çalışmada üç gruba ayrılmıştır: **nezih**, **ortalama** ve **sıradan**. Kültürsüz adlandırması, bu çalışmada, hiyerarşik bir adlandırma olması ve pejoratif bir anlam içermesi bağlamında reddedilmiştir. Gans'ın “beğeni kültürlerinin birbirinden farklı olmasına rağmen tüm beğeni kültürlerinin birbirine denk olduğu” fikrine karşın gerek adlandırmada seçimleri gerekse de “yeterli eğitim ile yüksek kültürün anlaşılabilir olduğu düzeye” gelineceğine dair inancının beğenide hiyerarşiyi içselleştirdiğini göstermektedir. Ancak beğeni kültürleri arasında farklılıklar, bu kültürleri birbirinden yukarı ya da aşağı taşımaz.

Bu çalışmada, üst-orta, alt-orta, üst-alt ve alt-alt olarak kategorize edilen dört sınıfın beğenisi saha araştırması verileri aracılığıyla incelenmiştir. Gans'ın sıradan olarak tarif ettiği üst-orta beğeni kültürü “**nezih**”, alt-orta beğeni kültürü “**ortalama**”, kültürsüz olarak tanımladığı üst-alt (bu çalışma kapsamında ortalama kültüre dahil edilmiştir) ve alt-alt beğeni kültürleri “**sıradan**” beğeni kültürü olarak adlandırılmıştır. Bu gruplar arasında öne çıkan en temel farklılık, eğitim düzeyleri arasındadır. Literatürde beğeni ve beğeni kültürlerinin belirleyenleri arasında eğitimin yanında sınıf da vardır. Beğeni kültürlerini oluşturan bir diğer bileşen, bu çalışmada mesleki itibar olarak belirlenmiştir. **Nezih beğeni kamusu**, üniversite ve lisansüstü eğitim düzeyine sahip, 71 ve üstü mesleki itibar puanına sahip mesleklere sahip, kendisini orta sınıfın üstü olarak konumlandıran bireylerden oluşmaktadır. Gans'ın üst orta kültür olarak adlandırdığı beğeni kamusu ile denk bir görünüm sergiler. **Ortalama beğeni kamusu**, lise eğitim düzeyinde, 51-70 puan aralığında mesleki itibar puanına sahip mesleklere sahip olan, kendisini orta sınıfın altı ve alt sınıfın üstü olarak tanımlayan kişilerden oluşur. **Sıradan beğeni kamusu**, lise altı eğitim düzeyinde, 50 ve altında mesleki itibar puanına sahip mesleklere sahip ve sosyal sınıfını alt sınıfın altı olarak tanımlayan bireylerden oluşmuştur.

Nezih beğeni kültüründe öne çıkan beğeniler: Film; süper kahraman filmleri (%9.9). Dizi; Gönül Dağı (%9.1). Spor; futbol (%32.3). Müzisyen; Sezen Aksu (%11.6). Edebi eser; Gurur ve Önyargı (%14.8) ve Dostoyevski eserleri (%13.8). Yiyecek; mantı (%15.1) ve içecek; gazlı içecekler (%23.2). **Ortalama beğeni kültüründe öne çıkan beğeniler:** Film; süper kahraman filmleri (%8.2) ve Titanik (%7.3). Dizi; Kurtlar Vadisi (%8.6). Spor; futbol (%35.6). Müzisyen; Tarkan (%9.7), Sezen Aksu (%9.5). Edebi eser; Dostoyevski eserleri (%15.9) ve Gurur ve Önyargı (%14.3). Yiyecek; dolma/sarma (%11.4), makarna (%8.9). İçecek; gazlı içecekler (%19.7). **Sıradan beğeni kamusunda öne çıkan beğeniler:** Film; Titanik (%7.1), Kemal Sunal filmleri (%6.7). Dizi; Gönül Dağı (%9), Kurtlar Vadisi (%7.8). Spor; futbol (%36.3). Müzisyen; Müslüm Gürses (%9.9). Edebi eser; Gurur ve Önyargı (%12.4) ve Oğuz Atay eserleri (%12.3). Yiyecek; dolma/sarma (%14.6) ve içecek; çay (%23.5).



Şekil 2: Beğeni Kültürlerinin Küme Görünümü

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Nezih, ortalama ve sıradan beğeni kültürlerinin birbiri ile kesiştiği bazı kategoriler ve bazı noktalar olduğu görülmektedir. Örneğin, futbol, tüm beğeni kültürlerinde öne çıkan spor dalı olmuştur. Ancak beğeni kültürleri arasında sıradan beğeniden nezih beğeniye doğru gidildikçe futbolun beğeni oranı düştüğü görülür. Bir başka benzerlik, yiyecek

kategorisinde görülmektedir. Sıradan beğeni ve ortalama beğenide en yüksek beğeni oranına sahip yiyecek dolma/sarma olmuştur. Türk mutfağının en önemli unsurlarından olan dolma ve sarmanın kültürel olarak da kıymet gördüğü bilinmektedir: Örneğin misafir ağırlamalarında, özel kutlamalarda özellikle sarma sofranın en özen gösterilen ürünlerinin başında gelir. Gurur ve Önyargı isimli eserin beğenisini de yine üç beğeni kültüründe görmek mümkündür. Bu eserin beğenisinde bir salınımdan söz edilebilir. Salınım Gans'ın da ifade ettiği üzere, beğeni kamularının birbirine ait kültürel ürünlere dair beğenisinin oluşmasıdır. Bu üç beğeni kamusunun da bu eseri beğenmesi kamular arasındaki geçişkenliğin de bir göstergesidir. Üç beğeni kültüründe kesişen bir diğer öge, Gönül Dağı dizisidir.

Ayrışan beğenilerdeyse öne çıkan kategoriler, müzisyen beğenisi, film beğenisi ve içecek beğenisi. Sıradan beğenide Müslüm Gürses'in en yüksek oranda beğeniye sahip müzisyen olduğu görülmüştür. Müslüm Gürses'in müziği üzerine müzik sosyolojisi üzerinde yoğun tartışmalar söz konusudur. Bu tartışmalarda Müslüm Gürses ve genelde arabesk müziğin halkı apolitize ettiği ya da yozlaştırdığı şeklindeki çeşitli yaklaşımlar çerçevesinde konunun açıklanmaya çalışıldığı görülmektedir. Arabesk müzisyenleri arasında bir kategorizasyon yapılacak olursa -örneğin Orhan Gencebay, Müslüm Gürses ve Ferdi Tayfur seçilebilir- farklı eğilimler göze çarpar. Orhan Gencebay örneği, arabesk müziğin "elit" tarafını, Ferdi Tayfur "gurbet ilesi" ya da "sıla hasreti" tarafını, Müslüm Gürses ise "yıkık" ve "kaybetmiş" tarafını temsil edecektir. Bu durumda Müslüm Gürses beğenisinin sıradan beğeni kültüründe öne çıkıp, diğer beğeni kültürlerinde düşük beğeni oranlarına sahip olması anlaşılır hale gelir: Sıradan beğeni kamusu, mesleki itibar puanı düşük mesleklere sahip, eğitim düzeyi düşük ve kendisini alt sınıfın altı olarak konumlandıran kişiler tarafından oluşmaktadır. Kendilerinden biri olarak, kendi dertlerinin sözcüsü olarak gördükleri Müslüm Gürses özelinde arabesk müzik beğenisi, bu kamunun diğerlerinden ayrıldığı noktaların ilkidir. Ortalama kültür kamusunun öne çıkan müzisyen beğenisi Tarkan ve Sezen Aksu olmuştur. Bu iki kamu arasındaki müzisyen beğenisinde büyük bir farklılığa işaret etmektedir. Hem müzik türü olarak hem de öne çıkan isimlerin popüler kültür ögesi olarak farklı kaynaklardan beslendiği açıktır. Nezih beğeni kültüründe öne çıkan müzisyen Sezen Aksu'dur. Bu iki kamu arasında müzisyen beğenisinde yine bir salınım durumu görülmektedir. Kamular arasındaki bir diğer ayrım noktası, film beğenisi. Kemal Sunal filmleri sıradan beğeni kültürünün

film beğenisinde öne çıkar. Kemal Sunal filmleri olarak kategorize edilen, ancak açık uçlu anket sorularında çıkan yanıtların bazıları Kapıcılar Kralı, Kibar Feyzo, İnek Şaban gibi Kemal Sunal'ın şahsıyla özdeşleyen filmlerdir:

“Kemal Sunal'ın tüm filmlerinde konu aynı, sadece isimler değişik: Saf gibi görünüp, cin gibi çarpıyor. ... Şaban mutlaka farklı bir toplumsal çevreye giriyor. Çoğunlukla yoksul ve çoğunlukla da köyden büyük kente göç ediyor. Çevresindekiler onu farklı biri olarak görüyor. Mutlaka evlenmek istediği bir kadın oluyor. Sevdiği kadınla arasında çatışmalar, anlaşmazlıklar çıkıyor. Tabii her filmde kötüler de mevcut. Onu ya da sevdiğini bu kötüler hep güç durumda bırakıyorlar. Şaban da onları yenmek için hile yapıp, her zaman kötülerini yeniyor ve sevdiği kadınla evleniyor: Vee... ‘Mutlu Son’” (Sunall, 1998: 96-97).

Kemal Sunal filmlerinin büyük bölümü Türkiye'nin toplumsal hareketliliğinin yaşandığı yıllara tekabül eder ve bu yıllarda yaşanan toplumsal dönüşümün temalarını ele alır. Bu filmlerde Kemal Sunal'ın canlandırdığı karakterlerin etrafında dönen konular hem bireysel hem de kolektif sorunlar üzerine kuruludur. 1970'lerde Türkiye'de yaşanan yoğun göç dalgası Kemal Sunal filmlerinde çeşitli sebeplerle kente göçen karakterin kültür şokuyla başlamak üzere yaşadığı kültürel dönüşüme eğilir. 1980'lere gelindiğinde ise sınıf temelli yükselen toplumsal muhalefetin de etkisi ile Kemal Sunal filmleri de sınıf sorununa değinmeden geçmez. Bu dönemde ele aldığı filmlerde karakter ait olduğu sınıfın özelliklerini açıklıkla sergilerken filmin genellikle “kötü” karakteri de sınıf çatışmasının diğer kanadı olarak karakterize edilir. Kemal Sunal filmlerinde öne çıkan temel özellik ana karakterin sıradan bir insan olmasıdır. Bu noktada Gans'ın aşağı kültür olarak adlandırdığı beğeni kültürünün bazı özellikleri görülür. Gans'a göre, “(k)ültürün egemen değerleri, alt-orta sınıf kültüründe olduğundan çok daha abartılı bir biçimde dramatize edilir ... iyi ile kötünün ayrımı vurgulanır. ... dünya iyi kahramanlarla kötü adamlar arasında çok kesin bir biçimde bölünmüştür; ne olursa olsun, eninde sonunda iyiler kazanır” (Gans, 2012: 125). Kemal Sunal'ın da değindiği üzere bu filmlerde her zaman mutlu sondan söz edilir. Ortalama beğeni kültüründe de süper kahraman filmleri beğenisinin öne çıktığı görülmektedir. Süper kahraman filmlerindeki gerçekliğin, reel gerçeklik ile ilişkisizliği bu ögenin en önemli kısmıdır. Bu tür, reel dünyanın gerçekliğinden kaçan ortalama beğeni kamusunun, çeşitli metafizik güçlere sahip kahramanların gerçekliğine sığındığı söylenebilir. Ortalama beğeni kamusunun film

beğenisinde yüksek orana sahip bir diğerk film, Titanik'tir. Titanik, sıradan beğeni kültüründe de film beğenisinde öne çıkan filmlerden biridir. Nezih beğeni kültüründe, süper kahraman filmlerinin yüksek oranda beğenilen filmlerden biri olduğu görülmüştür. Bu haliyle ortalama beğeni kamusunun film beğenisi hem sıradan hem de nezih beğeni kültürünün kesişim yüzeyi haline gelmiştir. Son ayrışma kategorisi içecek beğenisinde görülmektedir. Sıradan beğeni kamusunda çay beğenisi, ortalama ve nezih beğeni kamusunda gazlı içecek beğenisi öne çıkmıştır. Nezih beğeni kültürünün ortalama beğeni kültürden ayrıldığı nokta ise kahvenin beğeni oranının diğerk kamularda düşük olmasına rağmen, nezih beğeni kamusu için yüksek bir orana sahip olmasıdır.

Yukarıda yapılan tüm değerlendirmeler ışığında beğeni aracılığıyla ortaya çıkan şey, toplumun tüm kesimlerinin birbiriyle etkileşiminin yoğunluğu olmuştur. Beğeni, toplumsal etkileşimlerin ve ilişkilerin somut hale geldiği bir düğüm olarak değerlendirildiğinde, tespit edilen beğeni kültürlerinin kesişim yüzeylerinin genişliği bu etkileşimin yoğunluğu görünür hale gelecektir. Türkiye'de beğeni kültürlerinin incelenmesiyle, aktörlerin gündelik hayatlarında ortaklaşan ve farklılaşan kültürel öğeleri ortaya koyulmuştur. Sembolik anlamları itibariyle beğenilen kültürel nesnelere bir havuzda toplandığında toplumsal farklılaşmanın düzeyi sınırlı bir kültürel alanda vuku bulur. Farklı sosyo-kültürel arka plana sahip aktörlerin Türkiye koşullarında beğenilerinde farklılaşmaların niteliği ayrıştırıcı özellik taşımamaktadır. Burada kastedilen, beğeni kamularında ortaya çıkan benzerliklerdir.

Beğeni, bizzat aktörlere ilişkin bir mefhum gibi görünse de aslında toplumsal ilişkiler ve etkileşimler aracılığıyla inşa olması nedeniyle, sosyolojide önemli bir analiz nesnesidir. Toplumsal ilişkiler, aktörü olduğu kişi yapan şeydir. Beğenin rolü, bu ilişkilerdeki referans noktalarından biri olması dolayısıyla ortaya çıkar. Beğeniler üzerinden kurulan ilişkiler, aktörlerin ilişkilerini de çeşitlendirici özellikler içerir. Ortaklaşan beğeniler aracılığıyla bir araya gelen beğeni kamuları sınırları belirlenmiş, sabit bir grup değildir. İletişimler ve etkileşimler aracılığıyla inşa olduğu düşünüldüğünde beğenilerin de sabit olmadığı açıktır. Sürekli yeniden ve yeniden üretilen beğeniler aracılığıyla yeniden ve yeniden üretilen beğeni kamuları söz konusudur. Dolayısıyla bu kamulara toplumsal gruplar olarak bakılamayacaklardır; bunlar ancak birer topluluktur. Farklılaşan beğeni kültürleri, farklı sosyo-kültürel arka plana sahip aktörlerin oluşturduğu beğeni kamularına

işaret eder. Birbirine yakın beğenilere sahip aktörler, kültürel olarak da benzer eğilimlere sahiptirler.

KAYNAKÇA

- Alpar, C. (2017). *Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistiksel Yöntemler*. Ankara: Detay.
- Arsel, Z., ve Bean, J. (2013). Taste Regimes And Market-Mediated Practice. *Journal Of Consumer Research*. 39(5). 899-917.
- Arun, Ö. (2010). Türkiye’de Televizyon Alanının Sosyal Yapısı Ve Televizyon Alanında Kültürel Tüketim Pratikleri. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Arun, Ö. (2012). Cultivated Citizens? Cultural Capital, Class, Gender And Generations In Contemporary Turkey. *Metu Studies in Development*. 39(3). 283-302.
- Arun, Ö. (2013). Rafine Beğeniler Ya Da Sıradan Hazlar? Türkiye’de Beğenin, Ortamın Ve Tüketimin Analizine İlişkin Bir Model. *Kültür Ve İletişim*. 16(32). 45-72.
- Arun, Ö. (2014). İnce Zevkler-Olağan Beğeniler: Çağdaş Türkiye’de Kültürel Eşitsizliğin Yansımaları. *Cogito*. 76. 167-191.
- Atalay, M. C. (2013). Kamusal Alan Heykellerindeki Estetiğin, Beğeni Tutumlarının Ölçülmesi. *International Symposium On Language And Communication: Research Trends And Challenges*. 1179-1190.
- Austin, B. (1983). Critics’ And Consumers’ Evaluations Of Motion Pictures: A Longitudinal Test Of The Taste Culture And Elitist Hypotheses. *Journal Of Popular Film And Television*. 10(4). 156-167.
- Ayas, O. G. (2017). Beğeni Hiyerarşilerinin Tesis Edilmesinde Bir Sınıflandırma Stratejisi Olarak Klasik Türk Müziğinin İcadı: Sosyolojik Bir Yaklaşım. *İnönü Üniversitesi Kültür Ve Sanat Dergisi*. 3(1). 139-146.
- Bali, R. N. (2002). *Tarz-I Hayat’tan Life Style’a Yeni Seçkinler, Yeni Mekânlar, Yeni Yaşamlar*. İstanbul: İletişim.
- Bauman, Z. (1998). *Sosyolojik Düşünmek*. İstanbul: Ayrıntı.
- Bauman, Z. (2000). *Postmodernlik Ve Hoşnutsuzlukları*. İstanbul: Ayrıntı.
- Bauman, Z. (2011). *Akışkan Modern Dünyadan 44 Mektup*. İstanbul: Habitus Kitap.
- Bauman, Z. (2015). *Akışkan Modern Toplumda Kültür*. Ankara: Atıf.
- Bauman, Z. (2015b). *Özgürlük*. İstanbul: Ayrıntı.
- Becker, H. S. (2013). *Sanat Dünyaları*. İstanbul: Ayrıntı.

- Bennett, T., Emmison, M. Ve Frow, J. (1999). *Accounting For Tastes: Australian Everyday Cultures*. Cambridge University Press.
- Berger, B. M. (1977). Popular Culture And High Culture: An Analysis And Evaluation Of Taste. *Contemporary Sociology*. 6(6). 661-664.
- Berger, B. M. (1995). *An Essay On Culture: Symbolic Structure And Social Structure*. University of California Press.
- Bertacchini, E., Bolognesi, V., Venturini, A., & Zotti, R. (2021). The Happy Cultural Omnivore? Exploring The Relationship Between Cultural Consumption Patterns And Subjective Well-Being. *IZA Discussion Papers No. 14749*.
- Berzano, L. Ve Genova, C. *Lifestyles And Subcultures: History And A New Perspective*. Routledge.
- Blasius, J. Ve Friedrichs, J. (2008). Lifestyles In Distressed Neighborhoods: A Test Of Bourdieu's "Taste Of Necessity" Hypothesis. *Poetics*. 36(1), 24-44.
- Borlandi, M., Boudon, R., Cherkaoui, M., Ve Valade, B. (2011). *Sosyolojik Düşünce Sözlüğü. İstanbul: İletişim*.
- Bourdieu, P. (2015). *Ayrım Beğeni Yargısının Toplumsal Eleştirisi*. Ankara: Heretik.
- Bourdieu, P. (2017). *Habitus: A Sense Of Place*. Routledge.
- Buxton, D. (1983). Rock Music, The Star-System And The Rise Of Consumerism. *Telos*. 1983(57), 93-106.
- Campbell, C. (2021). Shopping, Pleasure And The Sex War. *Consumption And Consumer Society*. 83-97.
- Chaney, D. C. (1999). *Yaşam Tarzları*. Ankara: Dost.
- Corcuff, P. (2009). *Bireycilik Sorunu: Stirner, Marx, Durkheim, Proudhon*. İstanbul: Versus.
- Coulangeon, P. (2005). Social Stratification Of Musical Tastes: Questioning The Cultural Legitimacy Model. *Revue Française De Sociologie*. 46(5). 123-154.
- Crane, D. (2003). *Moda Ve Gündemleri: Giyimde Sınıf, Cinsiyet Ve Kimlik*. İstanbul: Ayrıntı.
- Crane, D. (2008). Taste Culture. *The International Encyclopedia Of Communication*. 1-3
- Creswell, J. W. (2013). *Nitel, Nicel Ve Karma Yöntem Yaklaşımları Araştırma Deseni*. Ankara: Eğiten Kitap Yayınları.
- Creswell, J. W. (2017). *Karma Yöntem Araştırmalarına Giriş*. Ankara: Pegem.

- Çeğin, G. ve Göker, E. (2015). Araştırmasından 50 Yıl, Kitabında 35 Yıl Sonra Ayrım. *Ayrım: Beğeni Yargısı'nın Toplumsal Eleştirisi, Takdim*. Ankara: Heretik.
- Çeğin, G., Göker, E., Arlı, A., Ve Tatlıcan, Ü. (2007). *Ocak Ve Zanaat: Pierre Bourdieu Derlemesi*. İstanbul: İletişim.
- Çerezcioglu, A. (2013). Popüler Müzik Ve Gündelik Yaşam Deneyimi. *Folklor/Edebiyat*. 19(75). 159-172.
- De Vries, R., & Reeves, A. (2022). What Does It Mean To Be A Cultural Omnivore? Conflicting Visions Of Omnivorousness. *Empirical Research. Sociological Research Online*. 27(2). 292-312.
- Denisoff, R. S. Ve Levine, M. H. (1972). Youth And Popular Music: A Test Of The Taste Culture Hypothesis. *Youth & Society*. 4(2). 237-255.
- Denora, T. (2014). Making Sense Of Reality: Culture And Perception. *Everyday Life*. Sage.
- Dimaggio, P. (1987). Classification. *Art. American Sociological Review*. 52(4). 440-455.
- Dixon R. D. (1981) Musical Taste Cultures And Taste Publics Revisited: A Research Note Of New Evidence. *Popular Music And Society*. 8(1). 2-9.
- Doğanay, M. ve Aktaş, M. K. (2021). Türkiye’de Televizyon Dizisi Sektörü. *Öneri Dergisi*. 16(56). 852-878.
- Dunbar, R. I., Teasdale, B., Thompson, J., Budelmann, F., Duncan, S., Van Emde Boas, E., ve Maguire, L. (2016). Emotional Arousal When Watching Drama Increases Pain Threshold And Social Bonding. *Royal Society Open Science*. 3(9). 160-288.
- Griffin, E. M. (2012). *A First Look At Communication Theory*. New York: Mcgraw Hill.
- Elias, N. (2004). *Uygarlık Süreci I Batılı Dünyevi Üst Tabakaların Davranışlarındaki Değişmeler*. İstanbul: İletişim.
- Elias, N. (2004). *Uygarlık Süreci II Toplumun Değişimleri / Bir Uygarlaşma Teorisi İçin Taslak*. İstanbul: İletişim.
- Emirbayer, M. (2012). “İlişkisel Bir Sosyoloji İçin Manifesto”. *Tözcülüğün Tasfiyesi: İlişkisel Sosyolojide Temel Yaklaşımlar*. Ankara: Nota Bene Yayınları.
- Emmison, M. (2003). Social Class And Cultural Mobility: Reconfiguring The Cultural Omnivore Thesis. *Journal Of Sociology*. 39(3). 211-230.

- Fay, B. (2017). *Çağdaş Sosyal Bilimler Felsefesi: Çokkültürlü Bir Yaklaşım*. İstanbul: Ayrıntı.
- Featherstone, M. (1990). Perspectives On Consumer Culture. *Sociology*. 24(1). 5-22.
- Featherstone, M. (1997). *Undoing Culture: Globalization, Postmodernism And Identity*. Sage.
- Featherstone, M. (2007). *Consumer Culture And Postmodernism*. Sage.
- Featherstone, M., Ve Lash, S. (1999). *Spaces Of Culture: City, Nation, World*. Sage.
- Fenster, M. (1989). The Problem Of Taste Within The Problematic Of Culture. *Communication Theory*. 1(2). 87-105.
- Fox, W. S., ve Wince, M. H. (1975). Musical Taste Culture And Taste Publics. *Youth and Society*. 7(2). 198–224.
- Friedman, S., ve Kuipers, G. (2013). The Divisive Power Of Humour: Comedy, Taste And Symbolic Boundaries. *Cultural Sociology*. 7(2). 179-195.
- Frisby, D. (2002). *Georg Simmel*. Psychology Press.
- Gans, H. J. (1985). American Popular Culture And High Culture In A Changing Class Structure. *Prospects*. 10. 17-37.
- Gans, H. J. (2008). *Popular Culture And High Culture: An Analysis And Evaluation Of Taste*. Basic Books.
- Gans, H. J. (2012). *Popüler Kültür Ve Yüksek Kültür*. İstanbul: Yapı Kredi.
- Giddens, A. (2008). *Sosyoloji*. İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- Goffman, E. (2009). *Gündelik Yaşamda Benliğin Sunumu*. İstanbul: Metis.
- Göker, E. (2014). Araştırma Tasarımı Açısından Pierre Bourdieu'nün Sanat Sosyolojisi. *Ocak Ve Zanaat*. İstanbul: İletişim.
- Greenacre, M. (2017). *Correspondence Analysis in Practice*. Chapman and Hall.
- Gronow, J. (2002). *The Sociology Of Taste*. Routledge.
- Gronow, J. (2007). Sociology Of Taste. *The Blackwell Encyclopedia Of Sociology*. Wiley Online Library.
- Gültekin, A. K. (2018). Çoğunluğun Azınlığında Bir Antropoloğun Yabancılaşma Deneyimleri. *Etnografik Hikâyeler: Türkiye'de Alan Araştırması Deneyimleri*. İstanbul: Metis.
- Güven, U. Z. (2016). Beğeni Sosyolojisi Açısından Kültürel Tabakalaşma: Yeni Orta Sınıf Ve Yeni Medya. *Sosyoloji Konferansları*. 54. 61–84.

- Hakanen, E. A., ve Wells, A. (1993). Music Preference And Taste Cultures Among Adolescents. *Popular Music And Society*. 17(1). 55-69.
- Hazır, I. K., ve Warde, A. (2015). The Cultural Omnivore Thesis: Methodological Aspects Of The Debate. *Routledge International Handbook Of The Sociology Of Art And Culture*. Routledge.
- Hennion, A. (2004). Pragmatics Of Taste. *The Blackwell Companion To The Sociology Of Culture*, 131-144.
- Hennion, A. (2007). Those Things That Hold Us Together: Taste And Sociology. *Cultural Sociology*. 1(1). 97-114.
- Hennion, A. (2015). Taste As Performance. *The Routledge Reader On The Sociology Of Music*. Routledge.
- Hirsch, P. M. (1976). Popular Culture And High Culture: An Analysis And Evaluation Of Taste. *American Journal Of Sociology*. 82(2). 486-490.
- Holbrook, M. B. (1983). Product Imagery And The Illusion Of Reality: Some Insights From Consumer Esthetics. *Advances in Consumer Research*. 10(1). 65-71.
- Hoyer, W. D., ve Stokburger-Sauer, N. E. (2012). The Role Of Aesthetic Taste In Consumer Behavior. *Journal Of The Academy Of Marketing Science*, 40(1). 167-180.
- Hunting, K., ve Hains, R. C. (2019). Discriminating Taste: Maintaining Gendered Social Hierarchy in A Cross-Demographic Fandom. *Feminist Media Studies*. 19(4). 542-557.
- Jæger, M. M., & Katz-Gerro, T. (2008). The Rise Of The Cultural Omnivore 1964-2004. *Research Department Of Social Policy And Welfare Services Working Paper 9*.
- Jourdain, A. Ve Naulin, S. (2016). *Pierre Bourdieu'nun Kuramı ve Sosyolojik Kullanımları*. İstanbul: İletişim.
- Kammen, M. (1999). American Culture American Taste: Social Change and the 20th Century. Alfred A. Knopf.
- Kandiyoti, D. (2012). *Kültür Fragmanları: Türkiye'de Gündelik Hayat*. İstanbul: Metis.
- Kara, Z. (2013). *Bauman Sosyolojisi*. İstanbul: Ayrıntı.
- Karademir H. ve Purhonen, S. (2017). Kültürel Açılım, Hepçillik Ve Seçkin Sanatın Düşüşü: Türkiye-Avrupa Karşılaştırması. *İlef Dergisi*. 4(1). 29-58.
- Kasapoğlu, A. (Ed.). (2021). *Uygulamalı İlişkisel Sosyoloji*. İstanbul: Yeni İnsan Yayınevi.

- Katz-Gerro, T. ve Shavit, Y. (1998). The Stratification Of Leisure And Taste: Classes And Lifestyles in Israel. *European Sociological Review*. 14(4). 369-386.
- Kaufman J (2004) Endogenous Explanation in the Sociology Of Culture. *Annual Review Of Sociology* 30. 335–357.
- Kılıç, A. F. Uyum Analizi (Correspondence Analysis). Ybsansiklopedi.Com.
- Koçak, A., Ersözölü, M., & Arun, Ö. (2017). Televizyon Alanında Yaşlı Ev Kadınlarının Kültürel Tüketim Pratikleri. *Selçuk İletişim*. 10(1). 387-398.
- Kozanoğlu, C. (1996). 80'lerde Gündelik Hayat. *Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi*. İstanbul: İletişim.
- Lamont, M. (1992). *Money, Morals, And Manners: The Culture Of The French And The American Upper-Middle Class*. University Of Chicago Press.
- Leguina, A., Widdop, P., & Tampubolon, G. (2016). The Global Omnivore: Identifying Musical Taste Groups in Austria, England, Israel And Serbia. *Sociological Research Online*. 21(3). 24-40.
- Lewis, G. H. (1975). Cultural Socialization And The Development Of Taste Cultures And Culture Classes In American Popular Music: Existing Evidence And Proposed Research Directions. *Popular Music And Society*. 4(4). 226-241.
- Lewis, G. H. (1977). Taste Cultures And Culture Classes in Mass Society: Shifting Patterns in American Popular Music. *International Review Of The Aesthetics And Sociology Of Music*. 39-48.
- Lewis, G. H. (1978). *Trend Report-Sociology Of Popular Culture*. Sage.
- Lewis, G. H. (1982). Between Consciousness And Existence: Popular Culture And The Sociological Imagination. *Journal Of Popular Culture*. 15(4). 81-92.
- Lewis, G. H. (1987). Patterns Of Meaning And Choice: Taste Cultures In Popular Music. *Popular Music And Communication*. Sage.
- Lewis, J. M. (1977b). The Differentiation Of Popular Culture Audiences. *Journal Of Popular Culture*. 11(2). 425- 435.
- Loesberg, J. (1993). Bourdieu And The Sociology Of Aesthetics. *Elh*. 60(4). 1033-1056.
- Lonsdale, A. J. ve North, A. C. (2009). Musical Taste And Ingroup Favouritism. *Group Processes & Intergroup Relations*, 12(3). 319-327.
- Luttmer, E. F. P. ve Singhal, M. (2011). Culture, Context, And The Taste For Redistribution. *American Economic Journal: Economic Policy*. 3(1). 157–179.

- Maffesoli, M. (1988). *The Time Of The Tribes: The Decline Of Individualism In Mass Society*. Sage.
- Maguire, J. S. (2015). Cultural Omnivores. *The Wiley Blackwell Encyclopedia Of Consumption And Consumer Studies*. 1-2.
- Marcotte, E. (1975). High/Low Dichotomy Of Cultural Tastes. *Outhwest Review*. 60(3). 303- 304.
- Marshall, G. (1999). *Sosyoloji Sözlüğü*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Mennell, S. (2005). Taste, Culture And History. *Petits Propos Culinaires*. 78. 22–30.
- Mesz, B., Trevisan, M. A., Ve Sigman, M. (2011). The Taste Of Music. *Perception*. 40. 209–219.
- Meyer, H. D. (2000). Taste Formation in Pluralistic Societies: The Role Of Rhetorics And Institutions. *International Sociology*. 15(1). 33-56.
- Modleski, T. (1998). *Eğlence İncelemeleri, Kitle Kültürüne Eleştirel Yaklaşımlar*. İstanbul: Metis.
- North, A. C. ve Hargreaves, D. J. (2007). Lifestyle Correlates Of Musical Preference: 2. Media, Leisure Time And Music. *Psychology Of Music*. 35(2). 179–200.
- Ohl, F. (2017). The Sociology Of The Taste For Sociology Of Sport. In *Reflections On Sociology Of Sport*. Emerald Publishing Limited.
- Ollivier, M. ve Fridman, V. (2001). Taste And Taste Culture. *International Encyclopedia Of The Social Ve Behavioral Sciences*. Elsevier. (15442–15447).
- Outhwaite, W. (Ed.). (2008). *The Blackwell Dictionary Of Modern Social Thought*. John Wiley and Sons.
- Özdemir, N. (2005). *Türk Eğlence Kültürü*. Ankara: Akçağ.
- Özmenteş, G. (2019). Müzikte Beğeni Hiyerarşilerinin Nahifliği: Sosyal Teorilerden Bir Eleştiri. *Etnomüzikoloji Dergisi*. 2(2). 139-178.
- Parakilas, J. (1984) Classical Music As Popular Music, *The Journal Of Musicology*. 3(1). 1-18.
- Patton, M. Q. (2014). *Nitel Araştırma Ve Değerlendirme Yöntemleri*. Ankara: Pegem.
- Peterson, R. A. ve Kern, R. M. (1996). Changing Highbrow Taste: From Snob To Omnivore. *American Sociological Review*. 61(5). 900–907.
- Postman, N. (1994). *Televizyon: Öldüren Eğlence*. İstanbul: Ayrıntı.
- Powell C. ve Dépelteau, F. (2015). *İlişkisel Sosyoloji: Ontolojik Ve Teorik Yönelimler*. Ankara: Phoenix.

- Rahkonen, K. (2020). *Bourdieu ve Nietzsche: Mücadele Olarak Beğeni*. Ankara: Phoenix.
- Richard D. Dixon (1981) Musical Taste Cultures And Taste Publics Revisited: A Research Note Of New Evidence. *Popular Music And Society*. 8(1). 2-9.
- Ritzer, G. (2013). *Sosyoloji Kuramları*. Ankara: De Ki.
- Ritzer, G. ve Stepnisky, J. (2013). *Çağdaş Sosyoloji Kuramları Ve Klasik Kökleri*. Ankara: De Ki.
- Segre, S. (2020). Schutz and Becker on Making Music Together: A Note on Their Respective Contributions to the Sociology of Music. *Journal Of Classical Sociology*. 20(1). 64-79.
- Seymour, D. (2004). The Social Construction Of Taste. Culinary Taste: Consumer Behaviour. *The International Restaurant Sector*. 1. 22.
- Simmel, G. (2009). *Bireysellik Ve Kültür*. İstanbul: Metis.
- Simmel, G. (2015). *Modern Kültürde Çatışma*. İstanbul: İletişim.
- Sönmez, H. (2018). *Yeni Başlayanlar İçin Tezhip I*. İstanbul: İnkılap.
- Stewart, S. (2013). *A Sociology Of Culture, Taste And Value*. Palgrave Macmillan.
- Stokes, M. (2012). *Aşk Cumhuriyeti: Türk Popüler Müziğinde Kültürel Mahrem*. İstanbul: Koç Üniversitesi.
- Sunar, L. (2018). *Beğeniler Gündelik Hayattan Toplumsal Değişimin Yansımaları*. İstanbul: İlem.
- Swartz, D. (2011). *Kültür Ve İktidar: Pierre Bourdieu'nün Sosyolojisi*. İstanbul: İletişim.
- Swingewood, Alan (1998), *Sosyolojik Düşüncenin Kısa Tarihi*. Ankara: Bilim ve Sanat.
- Şan, M. K. (2012). Zygmunt Bauman: Modernlik Ve Postmodernlik Arasında Bir Sosyolog. *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi*. 3(11). 63-90.
- Tatlıcan Ü. ve Çeğin, G. (2014). Bourdieu Ve Giddens: Habitus Ve Yapının İkiliği. *Ocak Ve Zanaat Ve Zanaat: Pierre Bourdieu Derlemesi*. İstanbul İletişim.
- Teil, G. ve Hennion, A. (2004). Discovering Quality Or Performing Taste? A Sociology Of The Amateur. *Qualities Of Food*. Manchester University Press.
- Tunalı, İ. (1965). Estetik Beğeni Problemi. *Felsefe Arkivi*. 15. 57-67.
- Tunalı, İ. (1983). *Estetik Beğeni*. İstanbul: Say.

- Turner, B. S. (2006). *The Cambridge Dictionary Of Sociology*. Cambridge University Press.
- Turner, B. S., ve Edmunds, J. (2002). The Distaste Of Taste: Bourdieu, Cultural Capital and the Australian Postwar Elite. *Journal Of Consumer Culture*. 2(2). 219-239.
- Turner, G. (2016). *İngiliz Kültürel Çalışmaları*. Ankara: Heretik.
- Ünsaldı, L. (2019). *Burada Ne Oluyor?: Türkiye'de Etkileşimlerin Ekolojisi Üzerine Bir Deneme*. Ankara: Heretik.
- Van Eijck, K. (2000). Richard A. Peterson and The Culture Of Consumption. *Poetics*. 28(2-3). 207-224.
- Van Eijck, K. (2001). Social Differentiation In Musical Taste Patterns. *Social Forces*. 79(3). 1163-1185.
- Veblen, T. (2015). *Aylak Sınıfın Teorisi: Kurumların İktisadi İncelemesi*. Ankara: Heretik.
- Wacquant, L. (1992). *The Blackwell Dictionary Of Twentieth-Century Social Thought*. Oxford: Blackwell.
- Wacquant, L. (2003). "Giriş", *Düşünümsel Bir Antropoloji İçin Cevaplar*. İstanbul: İletişim.
- Wacquant, L. ve Bourdieu, P. (2003). *Düşünümsel Bir Antropoloji İçin Cevaplar*. İstanbul: İletişim.
- Wallace, R.A. ve Wolf, A. (2012), *Çağdaş Sosyoloji Kuramları, Klasik Geleneğin Genişletilmesi*. Ankara: Doğu-Batı.
- Wang, Q., Woods, A. T. Ve Spence, C. (2015). "What's Your Taste In Music?" A Comparison of The Effectiveness of Various Soundscapes in Evoking Specific Tastes. *I-Perception*. 6(6). 1-23.
- Warde, A. (2008). Dimensions of a Social Theory of Taste. *Journal Of Cultural Economy*. 1(3). 321-336.
- Warde, A. (2014). After Taste: Culture, Consumption And Theories Of Practice. *Journal of Consumer Culture*. 14(3). 279-303.
- Warde, A., Wright, D., ve Gayo-Cal, M. (2007). Understanding Cultural Omnivorousness: Or, The Myth Of The Cultural Omnivore. *Cultural Sociology*. 1(2). 143-164.
- Wolfe, A. S., ve Haefner, M. (1996). Taste Cultures, Culture Classes, Affective Alliances, and Popular Music Reception: Theory, Methodology, and An Application to a Beatles Song. *Popular Music and Society*. 20(4). 127-155.

- Woodward, I., ve Emmison, M. (2001). From Aesthetic Principles to Collective Sentiments: The Logics of Everyday Judgements Of Taste. *Poetics*. 29(6). 295-316.
- Wright, D. (2016). Cultural Consumption And Cultural Omnivorousness. *The Sage Handbook Of Cultural Sociology*. 567-577.
- Wright, D. (2018). Taste, Sensation, and Skill in the Sociology of Consumption. *The Oxford Handbook Of Consumption*. 473-486.
- Wright, D., Purhonen, S., ve Heikkilä, R. (2013). Comparing “Cosmopolitanism”: Taste, Nation and Global Culture in Finland and The Uk. *Comparative Sociology*. 12(3). 330-360.
- Wynne, D. (2002). *Leisure, Lifestyle and The New Middle Class: A Case Study*. Routledge.
- Yıldıran Önk, Ü. (2011). Türk Sineması’nda Türler Üzerine Bir İnceleme (1970-1980). *Journal Of Yasar University*. 6(23). 3866-3876.

EK

Ek 1: Saha Çalışması Anket Formu.

ANKET FORMU

Sayın katılımcı,
Bu anket formu, Öznur Yılmaz Altun'un doktora tezi kapsamında, Türkiye'de beğeni kültürlerinin, ayrışma ve kesişme noktaları hakkında bilgi sahibi olmak için hazırlanmıştır. Araştırmada sizden alınan bilgiler bilimsel amaçlar dışında kullanılmayacaktır. Ankette bulunan sorulara vereceğiniz yanıtların doğruluğu, araştırmamızın niteliğini belirleyecek öneme sahiptir. Bu sebeple anket sorularına doğru yanıtlar vermenizi rica eder, katılımınız için teşekkür ederiz.

Prof. Dr. Mustafa Kemal ŞAN
Öznur YILMAZ ALTUN

1. **Toplumsal cinsiyet:**.....
2. **Yaşınız:**
3. **En uzun süre yaşadığınız yerleşim yeri aşağıdakilerden hangisidir?**
 - a) Köy/kasaba
 - b) İlçe
 - c) İl
 - d) Büyükşehir
4. **Eğitim durumunuz nedir?**
 - a) Okuma Yazma Bilmiyorum
 - b) Okuma Yazma Biliyorum ama diplomam yok
 - c) İlkokul
 - d) Orta Okul/İlköğretim
 - e) Lise
 - f) Üniversite (lisans-önlisans)
 - g) Lisansüstü
5. **Anne ve babanızın eğitim düzeyi nedir?**
ANNE:.....
BABA:.....
6. **Mesleğiniz nedir?**
7. **Aylık ortalama geliriniz nedir? (maaş+ kira geliri vb. dahil)**
8. **Kendinizi aşağıdaki sosyal sınıflardan hangilerine ait tanımlarsınız?**
 - a) Alt gelir grubunun altı
 - b) Alt gelir grubunun üstü
 - c) Orta gelir grubunun altı
 - d) Orta gelir grubunun üstü
 - e) Üst gelir grubunun altı
 - f) Üst gelir grubunun üstü
9. **Türkçe dışında aşağıdaki dillerden hangisini biliyorsunuz?**
 - a) Batı dilleri (İngilizce, Fransızca Almanca vb)
 - b) Doğu dilleri (Arapça, Farsça, Kürtçe vb.)
 - c) Hem Batı hem Doğu dilleri
10. **Aşağıdaki ifadelerden hangileri ile kendinizi tanımladığınızı her satırda size uygun şekilde işaretleyiniz.**

	Tanımlamıyorum	Kararsızım	Tanımlıyorum
Memleketimle			
Dinimle			
Siyasi Görüşümle			
Cinsiyetimle			
Etnik Kimliğimle			
Milletimle			
Mezhebimle			
Eğitim Düzeyimle			
Yaşam Tarzımla			

11. **Dini/kutsal bir inancınız var mı?**.....

12. İnançınızla ilgili aşağıdaki seçeneklerden size uygun olanı işaretleyiniz.

- Çok dindarım
- Dindarım
- Dinle ilgisizim
- Din karşıtıyım
- Diğer

13. Aşağıdaki televizyon programlarından hangilerini takip edersiniz? Örnek verir misiniz? (Televizyon izlemiyorsanız geçebilirsiniz)

- Gündüz kuşağı programları
- Haber programları:
- Ekonomi programları:
- Spor programları:
- Yemek programları:
- Moda programları:
- Dini programlar
- Eğlence programları
- Diğer.....

14. Aşağıdaki dizi/film platformlarından hangilerine üyesiniz?

- Netflix
- Blutv
- Exxen
- Youtube
- PuhuTv
- Diğer.
- Mubi
- BeinConnect
- Amazon Prime
- D-Smart
- Tivibu
- Hiçbiri

Aşağıdaki 15 ve 29. Sorular arasındaki sorulardan bilmediklerinizi boş bırakabilirsiniz.

- Beğenerek izlediğiniz bir filmi belirtiniz:
- Beğenerek izlediğiniz bir diziyi belirtiniz:
- Beğenerek okuduğunuz bir edebi eseri belirtiniz:
- Takip ettiğiniz sosyal medya fenomenlerinden bir tanesini belirtiniz:
- Beğenerek dinlediğiniz bir klasik müzik ve bestecisini belirtiniz:
- Beğenerek dinlediğiniz bir müzisyeni belirtiniz:
- Beğendiğiniz bir müzik türünü belirtiniz:
- Beğendiğiniz bir resim, ebru, hat vb. sanatçısının ismini belirtiniz:
- Beğenerek takip ettiğiniz dans/performanslardan birini belirtiniz:
- Bir ayda sanat tüketimi (sinema, konser, resim satın alma gibi) için ayırdığımız bütçeniz ortalama ne kadardır?
- Bir müzik aleti çalar mısınız? Evetse; bu hangi müzik aletidir?
- Beğenerek tükettiğiniz gıda ürünlerinden (Türk ve Dünya mutfağından) bir tanesini yazınız:
- Beğenerek tükettiğiniz içeceklerden (alkollü-alkolsüz) bir tanesini yazınız:
- Beğenerek izlediğiniz veya yaptığınız bir spor branşını belirtiniz:
- Tavla, satranç, briç, kâğıt oyunları ve benzeri gibi oyunlardan en beğendiğiniz bir tanesini belirtiniz:
- Aşağıdaki el sanatlarını beğenme düzeyinize göre her satırda size uygun olanı işaretleyiniz. Bilmediklerinizi boş bırakınız.

	Hiç beğenmem	Beğenmem	Kararsızım	Beğenirim	Çok Beğenirim
Hat					
Ebru					
Vitray					
Tezhip					
Minyatür					
Çini					
Bakır/ahşap/taş işleme					
Kanaviçe/iğne oyası					

31. Aşağıdaki sosyal ağ platformlarını kullanma sıklığınızla ilgili her satırda size uygun olanı işaretleyiniz.

	Hiçbir zaman	Nadiren	Bazen	Sık sık	Her zaman
Whatsapp					
Youtube					
Facebook					
İnstagram					
Tiktok					
Twitter					
LinkedIn					
Spotify					
Arkadaşlık uygulamaları (tinder-okcupid vb.)					

32. Aşağıdaki etkinlikleri gerçekleştirme sıklığınıza göre her satırda size uygun olanı işaretleyiniz.

	Hiçbir zaman	Nadiren	Bazen	Sık sık	Her zaman
Televizyon izlemek					
Bilgisayar oyunu oynamak					
Sinema/Tiyatro/Konser					
Seyahat/Turizm					
Müzik dinlemek					
Spor/Egzersiz					
Arkadaş buluşmaları					
Sanat etkinlikleri					
Dini sohbetler					
Dans etmek					

33. Aşağıdaki ideoloji ve dünya görüşlerine kendinizi ne kadar uzak veya yakın hissediyorsunuz? Her satırda size uygun olanı işaretleyiniz ifadelerini, size uzaklık ve yakınlıklarına göre puanlandırınız.

	Çok uzak	Uzak	Nötr	Yakın	Çok yakın
Muhafazakâr					
Milliyetçi					
Feminist					
İslamcı					
Liberal					
Laik/Seküler					
Sosyalist/Komünist					
Dindar					
Çevreci					
Hayvan hakları aktivizmi					
Demokrat					
Atatürkçü					

Anketimiz sona erdi. Katıldığınız için teşekkür ederiz.

ÖZGEÇMİŞ

Ad Soyad: Öznur Yılmaz ALTUN	
Eğitim Bilgileri	
Lisans	
Üniversite	İstanbul Üniversitesi
Fakülte	Edebiyat Fakültesi
Bölümü	Sosyoloji Bölümü
Yüksek Lisans	
Üniversite	Yıldız Teknik Üniversitesi
Enstitü Adı	Sosyal Bilimler Enstitüsü
Anabilim Dalı	Sosyoloji
Programı	Sosyoloji
Makale ve Bildiriler	
<p>1. Şan Mustafa Kemal, Yılmaz Altun Öznur (2022). Taste Culture Vs. Class Culture. International Conference On Global Practice Of Multidisciplinary Scientific Studies Dedicated To The 100th Anniversary Of Georgian Technical University (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:7741897</p> <p>2. Yılmaz Altun Öznur (2022). Beğeni Sosyolojisinde “Deneyim”: Antoine Hennion’un Beğeni Yaklaşımı. VI. İlişkisel Sosyal Bilimler Kongresi (Özet Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:7741894)</p> <p>3. Yılmaz Altun Öznur, Dağlı Sercan (2021). Artvin Bibliyografyası, Bölüm Adı:(Sosyoloji Ve Eğitim) Artvin Çoruh Üniversitesi Yayınları, Editör:Nuri Yavuz, Basım Sayısı:1, Isbn:978-605-62377-6-8, Türkçe(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 6911227)</p> <p>4. Yılmaz Altun Öznur (2021). Toplumcu Gerçekçi Edebiyat: Kemal Tahir Romanlarından Toplumu Okumak. Sosyal ve Kültürel Araştırmalar Dergisi (Skad), 7(15), 135-164., Doi: 10.25306/Skad.1002044 (Kontrol No: 7282425)</p> <p>5. Yılmaz Öznur (2019). Ütopya ve Distopyalarda Gündelik Hayatın Serüveni -The Episode Of Everyday Life In Utopia And Dystopias. 10. Current Debates In Social Sciences, 105-110. (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum)(Yayın No:5565006)</p> <p>6. Yılmaz Öznur (2018) Sırtında Sepeti Bafra’dan Hopa’ya Karadeniz’de Kadınlık Halleri, Bölüm Adı:(Doğu Karadeniz Müziğinde Kadın Emegi) Phoenix, Editör:Emek Yıldırım, Özlem Şendeniz, Basım Sayısı:1, Türkçe(Araştırma Kitabı), (Yayın No: 4199296)</p> <p>7. Yılmaz Öznur (2018). Current Debates In Sociology Philosophy, Bölüm Adı:(Experiencing Coexistence In Multinational Hopa: Getting To Know The Other .) Ijopec Publication, Editör:Şükrü Aslan, Bora Erdağı, Basım Sayısı:1, Türkçe(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 4261317.</p> <p>8. Yılmaz Öznur, (2017). Türkiye’de Popüler Kültür Tartışmaları. Bilim ve Gelecek Kitaplığı, Basım Sayısı:1, Türkçe(Bilimsel Kitap), (Yayın No: 3619049)</p> <p>9. Yılmaz Öznur (2017). Hopa’nın Şair Ceketli Çocuğu Kazım Koyuncu ve Karadeniz Rock. Karadeniz Araştırmaları, 73-82., Doi: Http://Dx.Doi.Org/10.12787/Karam1260 (Yayın No: 3705238)</p> <p>10. Yılmaz Öznur (2017). Türkiye’de Modernleşme, Popüler Kültür ve Arabesk. Jasss-The Journal Of Artificial Societies And Social Simulation(58), 511-522., Doi: Http://Dx.Doi.Org/10.9761/Jasss7200 (Yayın No: 3577142)</p>	